

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Masuknya era new media atau media baru seperti internet telah memberikan pengaruh terhadap pola berkomunikasi dan cara memperoleh suatu informasi (Setiadi, 2016). Pesatnya kemajuan media massa erat kaitannya dengan kemajuan teknologi komunikasi. Komunikasi massa memiliki kekuatan yang lebih besar dibandingkan masa lalu dan kini semakin kompleks dan canggih. Munculnya media baru menjadi penanda hal ini.

Saat pertama kali diperkenalkan pada tahun 1960-an, istilah “media baru” merujuk pada beragam teknologi komunikasi terapan yang berkembang pesat dan terdiversifikasi. Konvergensi media keadaan di mana media yang tersedia menawarkan beragam presentasi yang menarik secara visual akan dimungkinkan oleh media baru. Konvergensi media menggunakan gabungan dari unsur visual, audio, animasi, dan grafik yang menjadi satu kesatuan yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dalam proses berkomunikasi (Effendy, 2008).

Perkembangan media sosial yang semakin pesat tidak hanya terjadi pada negara-negara maju saja, tetapi di negara berkembang seperti Indonesia ini, Indonesia banyak sekali pengguna media sosial dan perkembangan yang pesat ini bisa menjadi pengganti peran media massa atau konvensional dalam menyebarkan berita atau informasi (Ardianto et al., 2007). Media sosial dan media online seperti

YouTube yang merupakan platform media sosial paling banyak digunakan di dunia hadir untuk memudahkan komunikasi tanpa mengenal batasan waktu dan lokasi.

Melalui media sosial, konten baik berupa audio dan visual atau bahkan audiovisual dapat dibagikan dan dipamerkan. Salah satu cara kami membagikan hasil produksi kami dalam bentuk visual dan audio visual, seperti foto dan video, adalah melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Selain itu, platform media tradisional seperti televisi, radio, surat kabar, dan majalah mulai menggunakan media online sebagai sarana untuk menampilkan dan mendistribusikan konten yang mereka produksi.

TikTok adalah platform media sosial baru yang menjadi terkenal antara tahun 2019 dan 2021. Didirikan pada tahun 2021. Awalnya, TikTok memberikan tempat kepada penggunanya untuk menunjukkan bakat mereka melalui video, namun seiring berjalannya waktu, platform tersebut telah berkembang untuk menawarkan video edukasi yang bermanfaat dan bermanfaat. Ponsel pengguna menjadi studio berjalan saat mereka menggunakan Tik Tok. Aplikasi ini, yang awalnya berdurasi sekitar 15 detik dan kini dapat berdurasi hingga 3 menit, menawarkan efek khusus yang menarik dan mudah digunakan yang memudahkan siapa saja untuk membuat video luar biasa.

Media sosial ternyata dapat memberikan manfaat bagi dunia pendidikan, khususnya sebagai media informasi yang memudahkan masyarakat dalam memperoleh atau mengakses informasi. Namun, penggunaan media sosial juga bisa bersifat hedonistik dan menyimpang. Aplikasi ini sangat berguna bagi pembuat

konten karena sebagai pengguna atau pembuat konten, kita cukup melihat video yang menghibur dan menerima umpan balik yang memungkinkan kita berinteraksi satu sama lain dan tentu saja berbagi pesan yang bermanfaat.

Aplikasi Tiktok merupakan salah satu platform media sosial yang berkembang begitu pesat di Indonesia pada tahun 2021 sehingga kini dianggap sebagai bagian dari budaya populer tanah air. TikTok menawarkan kepada penggunanya, khususnya di Indonesia, kemampuan untuk mengedit gambar dan video menggunakan berbagai filter untuk membuat konten yang menarik dan praktis. Diketahui bahwa Tiktok membuat berbagai konten video, termasuk konten instruksional.

Memproduksi konten untuk media sosial sebenarnya tidak jauh berbeda dengan memproduksi konten untuk media tradisional. Misalnya, sebelum membuat konten video, seperti film pendek atau iklan online, naskah harus ditulis, penelitian harus dilakukan, anggaran produksi harus dibuat, serta pembuatan film dan pengeditan harus dilakukan. Bedanya, masyarakat bisa bebas berekspresi karena peraturan yang mengikat secara hukum tidak membatasi pembuatan konten di media online. Berbeda dengan televisi yang setiap tayangannya harus melalui sensor dan diawasi oleh KPI.

Proses memilih atau mengedit beberapa video atau beberapa gambar yang telah direkam atau diperoleh sebelumnya untuk membuat sebuah video yang dapat ditonton secara keseluruhan tidak dapat dipisahkan dari pembuatan konten audiovisual. Kemajuan teknologi telah membawa kemajuan dan modifikasi di

bidang videografi, mencakup aspek-aspek seperti pencahayaan, efek, background, dan transisi. Meski tidak harus diproduksi dengan biaya tinggi, konten audiovisual yang menarik memiliki pesan baik yang dapat memberikan informasi dan mengedukasi masyarakat tentang topik tertentu.

Proses video editing dikerjakan oleh editor, ketika seorang editor menerima bahan itu, tujuan utamanya adalah untuk membuatnya tersusun dengan rapi. Pada dasarnya editor merealisasikan alur yang telah dibuat. Editor menyusun alur dengan potongan, kecepatan, dan efek suara untuk menjadikannya konten yang menarik melalui kolaborasi dengan content writer, PIC media sosial, videografer, dan siapa pun yang terlibat dalam proses pengambilan keputusan. Video editing merupakan kunci untuk memadukan gambar dan suara untuk membuat kita merasa terhubung secara emosional.

Divisi atau departemen yang membentuk manajemen media massa adalah sebagai berikut: editorial, yang bertugas mengumpulkan dan mengatur berita; periklanan, yang menyiapkan pesan komersial untuk presentasi; pencetakan atau produksi siaran atau tampilan situs web, yang mengubah seluruh materi informasi menjadi lembaran “cetak”, siaran audio visual, atau halaman elektronik pada layar monitor; sirkulasi, yang menyebarkan informasi kepada khalayak “pasar” berita; dan manajemen perusahaan, yang mengawasi semua kegiatan. (Paskalina et al., 2021).

Gambar I.1.

Logo Harian Disway



Sumber: Harian Disway

Harian Disway merupakan akronim dari Dahlan Iskan Way. DIS juga kode penulisan yang digunakan Dahlan Iskan sejak pertama menjadi jurnalis. Harian Disway merupakan *Media Corporate* yang di dirikan oleh Dahlan Iskan yang dimana setiap harinya membuat berita visual maupun non visual di berbagai platform, yaitu langsung dari website berita resmi dari Harian Disway lalu di buat konten di sosial media seperti Youtube, TikTok dan Instagram. Di Surabaya mereka menempati di sebuah tempat yang berlokasi di depan Balai Kota Surabaya, di sebelah kanan Depot Anda, pada tepatnya yang berlokasi di Jalan Walikota Mustajab No.76, Ketabang, Kecamatan Genteng, Kota Surabaya.

Harian Disway pada awal berdirinya, berawal dari upaya Dahlan Iskan yang ingin tetap menyampaikan pandangan, gagasan, dan pemikirannya lewat tulisan. Upaya itu diwujudkan lewat blog pribadinya, disway.id. Blog tersebut didirikan pada 2018. Sejak 2018, Dahlan Iskan konsisten menulis tiap hari di disway.id. Sejak

9 Februari 2019, disway.id dikelola manajemen DBL Indonesia. Pada 4 Juli 2020, Dahlan Iskan mendirikan Harian Disway. Sebuah media baru berbentuk print media. Penerbitan Harian Disway adalah hasil pemikiran Dahlan Iskan selama lockdown pandemi. Dahlan Iskan mendirikan Harian Disway tidak untuk tujuan bisnis. Kehadiran Harian Disway adalah bentuk terima kasih Dahlan Iskan pada jurnalistik.

Harian Disway memiliki berbagai divisi di dalamnya, salah satunya yaitu *Social Media Specialist*, yang dimana di dalamnya ada *Content Writer*, *Design Grafis*, dan *Video Editor* yang tugasnya memproduksi Daily Content Video di Social Media tepatnya di TikTok, Youtube, dan Instagram. *Daily Content* berupa *News Content*, *Fashion*, dan *Entertainment*. News content berupa olahan berita di website resmi Harian Disway lalu di visualkan di edit semenarik mungkin lalu di upload di platform Social Media berupa Instagram dan TikTok. Begitupun juga *fashion* dan *entertainment* meliput berita yang sedang trending tentang *fashion* dan *entertainment* lalu di visualkan di edit semenarik mungkin lalu di upload di platform Social Media berupa TikTok dan Youtube.

I.2 Bidang Kerja Praktik

Penulis mengambil fokus pada komunikasi media dalam ruang lingkup produksi audiovisual, khususnya pada bagian editor dalam pengerjaan konten audiovisual di media sosial Harian Disway Surabaya.

I.3 Tujuan Kerja Praktik

1.3.1 Tujuan Umum

Penulis dapat mengimplementasikan teori yang telah didapatkan selama perkuliahan melalui kegiatan kerja praktik.

1.3.2 Tujuan Khusus

Mengetahui bagaimana suatu konten audiovisual dibuat mulai dari proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

I.4 Manfaat Kerja Praktik

1. Mendapatkan pengalaman kerja yang berharga yang nantinya menjadi bekal untuk penulis dalam terjun ke dunia pekerjaan.
2. Memahami proses pembuatan konten audiovisual di media sosial.

I.5 Tinjauan Pustaka

I.5.1. Media Online

Harian Disway tidak hanya dilihat dari jangkauan informasi medianya yang luas. Media ini juga telah mendapatkan sekali banyak penghargaan dan ulasan yang sangat positif di dalam bidang penyampaian informasi kepada khalayak. Dedikasi tinggi dalam menjaga integritas dan profesionalisme dalam setiap penyampaian pesan ke khalayak menjadikan Harian Disway sebagai salah satu media corporate yang berperan penting dalam memberikan sebuah informasi, hiburan, dan edukasi yang berkualitas kepada khalayak Surabaya dan sekitarnya.

Media online adalah salah satu bagian dari new media yang memiliki karakteristik berbeda dengan media tradisional. Beberapa yang menjadi keuntungan media online adalah:

- a. *Audience Control*, publik menjadi lebih leluasa dalam memilih berita yang diinginkannya, Publik (Audience) memiliki kesempatan untuk berperan dalam produksi berita.
- b. *Nonlinearity*, yang memungkinkan jurnalis lebih fleksibel dalam menyajikan berita, juga memudahkan publik untuk memilih informasi yang diinginkannya.
- c. *Storage and Retrieval*, dimana berita-berita di media online, akan selalu tersimpan sehingga mudah untuk diakses kembali oleh publik.
- d. *Unlimited Space*, memungkinkan untuk memuat jumlah berita yang disampaikan menjadi panjang sehingga menjadi lebih lengkap.
- e. *Immediacy*, dimana berita disampaikan secara cepat melebihi kecepatan media tradisional dan langsung kepada publik.
- f. *Multimedia Capability*, yang mendukung kinerja redaksi dalam menyertakan teks, suara, gambar, video, dan komponen lain dalam berita secara bersamaan
- g. *Interactivity* (Timbal-Balik), yang memungkinkan adanya peningkatan partisipasi publik dalam pemberitaan secara langsung.

I.5.2. TikTok

TikTok adalah media sosial yang sangat populer untuk saat ini. TikTok untuk saat ini digunakan sebagai media dalam penyampaian informasi dan pesan yang sangat cepat untuk menuju ke khalayak bahkan sampai ke belahan dunia. TikTok adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna membuat film

pendek berdurasi hingga tiga menit. Ini menawarkan fitur kreatif seperti musik dan filter. TikTok awalnya tidak diluncurkan dengan nama itu. Sebuah startup Tiongkok bernama ByteDance merilis aplikasi video pendek Douyin pada bulan September 2016. Hanya dalam satu tahun, Douyin dapat memiliki 100 juta pengguna dan satu miliar penayangan video setiap hari.

Saat ini, media sosial TikTok telah muncul sebagai salah satu jaringan yang paling banyak digunakan. Berbagi berbagai konten kreatif, termasuk lagu, tarian, nyanyian, *challenges*, *lipsync*, dan banyak lagi, dapat dilakukan dengan TikTok.

I.5.3. Editor

Orang yang bertanggung jawab dalam editing yaitu *editor*. Secara umum pekerjaan *editor* adalah berkaitan dengan proses pasca produksi. Pada proses editing dibutuhkan ketelitian dan ketekunan untuk memperhatikan setiap gerakan dan audio yang keluar dari video tersebut. Proses pengeditan dan pendekatan editing sangat bergantung dari hasil yang diinginkan, yang terpenting adalah ketika melakukan pengeditan, pertama adalah menetapkan tujuan melakukan editing.

I.5.4. Produksi Media Audiovisual

Praproduksi, produksi, dan pascaproduksi adalah tiga tahapan umum produksi yang perlu diperhatikan saat memproduksi konten video. Ketiga hal ini menjadi landasan konsep, sehingga konten video dapat selaras dengan makna yang dimaksudkan. Pra Produksi adalah proses penyiapan semua elemen yang terkait dalam sebuah produksi konten audiovisual. Tahapan ini pada proses awal pembuatan konsep, konten kreator membuat agenda akan hal-hal yang akan

dikerjakan pada pra-produksi. Hal tersebut mempermudah memberikan sebuah gambaran serta alur terhadap konsep awal video yang akan diproduksi. Adapun hal-hal yang dilakukan dalam tahap pra produksi, antara lain:

- a. Menentukan ide atau konsep video yang akan di buat
- b. Penulisan naskah (sinopsis, treatment, skenario, dan storyboard) akan tetapi di Harian Disway hal tersebut di lakukan oleh pihak *Content Writer*.
- c. Mempersiapkan talent beserta bahan-bahan untuk di produksi nantinya.
- d. Memastikan peralatan, properti, dan lain sebagainya.

Produksi adalah tahapan merealisasikan ide yang sudah ditentukan pada tahap Pra Produksi (Setiadi, 2016). Tahapan ini dalam proses awal pembuatan konsep, konten kreator juga mencari referensi mengenai produksi audiovisual, sehingga dapat menentukan dan penyiapan alat-alat untuk mendukung tahapan produksi. Secara umum tahapan tersebut terdiri dari hal-hal berikut (Thifalia & Susanti, 2021):

- a. Mengecek hal-hal yang ingin di take nantinya: talent, objek berupa narasumber yang ingin di liput nantinya.
- b. Kegiatan *shooting/take audio*.
- c. Mengirim hasil *shooting* ke *editor*.

Pasca produksi merupakan tahapan akhir dari seluruh rangkaian jalannya pembuatan konten audiovisual. Tahapan ini pada awal pembuatan konsep, konten kreator mencari video serupa untuk menjadi referensi pada pembuatan konsep video. Pada tahapan pasca produksi ini editor memegang peran kunci. Tugas tim

produksi adalah mempersiapkan seluruh materi audiovisual yang diperoleh untuk masuk proses editing. Secara umum tahapan tersebut terdiri dari hal-hal berikut:

- a. *Editing* video
- b. *Editing* audio