

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Karya Terdahulu

Kajian karya yang memiliki relevansi dengan tugas akhir ini adalah karya dari Achmad Yasrif Haqiqi yang berjudul **“Perancangan Video Kampanye Sosial Pemanfaatan Limbah Ampas Kopi menjadi Produk Kreatif sebagai Media Informasi bagi Masyarakat”**. Tugas akhir tersebut menggunakan metode kualitatif yang bertujuan untuk mendapatkan informasi sebanyak mungkin sehingga dapat membantu perancangan video kampanye sosial pemanfaatan limbah ampas kopi sebagai media informasi. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam karya tugas akhir tersebut adalah observasi, wawancara, studi literatur dan dokumentasi.

Dalam karya tugas akhir tersebut, peneliti menggunakan beberapa strategi kreatif dan inovatif untuk merancang konten video kampanye sosial yang atraktif, mengedukasi dan menyampaikan informasi sesuai dengan kebutuhan. Beberapa hal yang menjadi fokus utama peneliti dalam menentukan strategi yang kreatif dan inovatif adalah sebagai berikut:

1) *Tagline* Kampanye Sosial

Tagline memiliki fungsi untuk menggambarkan tujuan dari adanya gerakan kampanye sosial. Pemilihan *tagline* dilakukan dengan mempertimbangkan tertentu (menyesuaikan dengan tujuan dari kampanye dan target audiens).

2) *Storyboard*

Storyboard merupakan aspek yang sangat penting dalam perencanaan kampanye. *Storyboard* akan memengaruhi keberhasilan kampanye yang akan dilakukan.

3) *Headline*

Headline atau yang dapat disebut juga dengan komunikasi pesan utama. Pemilihan diksi harus disesuaikan dengan target audiens. Pesan yang mudah dimengerti dan dipahami oleh target audiens dapat memengaruhi keberhasilan kampanye.

4) Tipografi

Penyusunan kampanye sosial pemanfaatan limbah kopi ini berlandaskan pada video dan infografis, dengan penyampaian *voice over* yang dilengkapi dengan teks tipografi yang memiliki *legibility* dan *readability* yang baik.

5) Warna Visual

Warna digunakan untuk membuat tampilan pada video dapat memainkan emosi target audiens dan untuk mengekspresikan kepribadian.

6) Sinopsis

Sinopsis berfungsi untuk memberikan pesan yang dapat menggugah perasaan penonton. Dalam hal ini, video akan menampilkan bahasa visual yang akan menyinggung para konsumen kopi terhadap limbah ampas kopi yang dihasilkan setiap hari.

7) Voice Over

Voice over memiliki fungsi sebagai aspek pendukung untuk mengkomunikasikan atau menyampaikan pesan moral kepada target audiens.

Proyek tugas akhir ini juga akan menggunakan beberapa aspek-aspek yang disebutkan diatas. Tujuannya adalah agar kampanye yang dilaksanakan secara digital ini dapat menarik perhatian audiens untuk menonton Video Kampanye Edukasi Politik. Adapun aspek-aspek yang digunakan adalah tipografi, warna visual dan *voice over*.

Kajian karya yang relevan dengan Proyek tugas akhir ini adalah karya dari M. Alif Wicaksono dengan judul **“Kesadaran Hak Pilih Generasi Z terhadap Pemilu 2024 Melalui Video TikTok”**. Metode yang digunakan dalam karya tersebut adalah metode *design thinking* dari Tim Brown. Adapun metode penyelesaian masalah menurut Tim Brown terdiri dari lima tahap yakni:

1. *Emphatise*

Proses yang menuntut pemahaman empatik penyusun atau perancang mengenai isu atau permasalahan yang ada dan solusi yang dibutuhkan

2. *Define*

Pada tahap ini, penulis atau perancang akan mengumpulkan informasi-informasi yang lebih mendalam yang berkaitan dengan permasalahan yang menjadi bahan penelitian.

3. *Ideate*

Tahap yang dilakukan untuk akan melakukan *brainstorming* untuk menemukan ide-ide yang tepat dan inovatif untuk memecahkan masalah.

4. *Prototype*

Prototype berisi alternatif visual untuk dapat memecahkan masalah dalam media yang dipilih.

5. *Test*

Pada tahap ini, penulis akan melakukan pengujian pada visualisasi yang telah dilakukan sebelumnya pada tahap *prototype*. Tujuan dari pengujian ini adalah menentukan hasil akhir yang diluncurkan sebagai pemecahan masalah dan menghadirkan pernyataan akhir mengenai karya yang telah dipilih untuk menyelesaikan masalah yang ada.

Pesan verbal yang ingin disampaikan dalam karya tersebut adalah, “walaupun di tengah kondisi politik Indonesia yang membuat bimbang dan kurang meyakinkan, namun kita harus meyakinkan diri bahwa diri kita cukup cerdas untuk memilih. Karena tidak memilih bukanlah pilihan, pilihlah selagi masih ada kesempatan”. Pesan tersebut nantinya akan dihubungkan dengan teori retorika visual dan diaplikasikan pada video yang dirancang. Konsep video dari karya ini adalah mengusung gaya horor komedi karena dinilai dapat menyasar Generasi Z yang lebih menyukai isu-isu ringan tanpa mengurangi esensi penyampaian pesan politik. Adapun judul dari karya video ini adalah “Pocong Golput”.

Penulis juga memproduksi konten pendukung untuk meningkatkan kesadaran hak pilih berupa meme yang dipublikasikan pada Instagram. Isu-isu yang dipilih dalam konsep konten meme tersebut adalah isu dalam kehidupan sehari-hari yang dekat dengan Generasi Z dengan gaya pembawaan yang jenaka. Dalam beberapa

konten meme yang diproduksi, penulis menyesuaikan dengan tren yang relevan dengan Generasi Z.

Kajian karya berikutnya yang relevan dengan Proyek tugas akhir ini adalah karya dari Titi Ramadhani Solin, Aryoni Ananta dan Mutia Budhi Utama dengan judul **“Perancangan Kampanye Sosial Tentang Disleksia untuk Meningkatkan Awareness dan Pemahaman pada Masyarakat”**. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, kuesioner dan studi pustaka. Strategi perancangan yang digunakan oleh penulis adalah strategi verbal dan strategi visual. Konsep verbal pada perancangan yang digunakan oleh penulis adalah menggunakan bahasa yang bermakna dan penggunaan kata-kata emosional untuk menyentuh hati audiens. Adapun konsep perancangan verbal media dalam kampanye menggunakan tipografi dan *tagline* pada poster, audio visual dan media lainnya.

Konsep visual yang digunakan oleh penulis dalam karya ini adalah menggunakan gaya elemen visual yang penuh warna karena menyesuaikan dengan target audiens (orang tua). Penggunaan warna yang cerah dan mencolok dinilai akan relatif menarik perhatian dan sesuai dengan dengan *keyword* dari kampanye Hati Beraksara. Tipografi yang digunakan adalah tipe Sans Serif agar terkesan fleksibel dan dapat dibaca dengan jelas oleh target audiens.

Luaran dari proyek kampanye Hati Beraksara ini adalah sebagai berikut:

1. Audio visual (film pendek)
2. *E – book*
3. Poster
4. *X – banner*
5. Sosial Media Instagram (konten desain grafis)
6. *Merchandise (T-shirt, Lanyard, Reusable Bag, Acrylic Keychain, Pin Button, Sticker)*
7. Program Kampanye (*Talkshow, Doorprize, Giveaway*)
8. *After Movie Campaign*

Dalam artikel yang berjudul ***“Analysis of Social Media @pdiperjuangan as a Means of Polical Education for the Indonesian Democratic Party of Struggle”***, dijelaskan bahwa Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) menggunakan media sosial Instagram untuk menjangkau target audiens. Selain itu, PDIP juga menggunakan Instagram untuk memperkuat ideologi nasional dan meningkatkan kesadaran politik melalui konten untuk target audiens yang telah ditentukan. Penelitian ini memiliki relevansi dengan proyek tugas akhir penulis dalam hal media sosial yang digunakan untuk mempublikasikan konten yang telah dibuat. Proyek tugas akhir ini menggunakan platform Instagram untuk mempublikasikan Video Kampanye Edukasi Politik. Adapun video yang dipublikasikan di Instagram DPD RI adalah video trailer.

Penelitian yang memiliki relevansi dengan proyek tugas akhir ini adalah berjudul ***“Social Media and Politics: the Potential of Social Media for Education and Civic Engagement”***. Dalam artikel tersebut, dijelaskan bahwa media sosial memiliki peran yang penting dalam menyebarkan informasi dan partisipasi publik serta dapat mempengaruhi akuntabilitas demokrasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan target audiens adalah pemuda dan dewasa muda di Yordania yang berusia 18 – 30 tahun. Artikel ini menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara menjadi pribadi yang aktif berpolitik dengan media sosial.

Media sosial dapat membantu orang muda atau remaja untuk aktif secara publik, mendapatkan informasi terbaru tentang politik dan terlibat. Artikel ini juga menjelaskan bahwa media sosial dapat memberikan pengaruh pada keadaan politik. Proyek tugas akhir ini menggunakan media sosial untuk mempublikasikan informasi tentang tugas dan wewenang dari DPD RI dalam sistem ketatanegaraan di Indonesia. Informasi tersebut juga akan memberikan pengaruh pada target audiens yakni dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang tugas dan wewenang DPD RI.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Hubungan Masyarakat

2.2.1.1 Pengertian Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat atau *public relations* adalah usaha yang direncanakan secara terus menerus untuk membangun dan mempertahankan hubungan timbal balik antar organisasi dan masyarakat (Akbar et al., 2021, *Public Relations*, hal. 11). Kata kunci dalam pengertian hubungan masyarakat tersebut adalah komunikasi dan hubungan. Komunikasi yang dilaksanakan secara profesional dapat memengaruhi hubungan antara organisasi dengan keseluruhan publik atau pemangku kepentingan (*stakeholder*) terkait, baik internal maupun eksternal.

Pada hakikatnya, komunikasi merupakan sebuah proses sosial yang terjadi melalui interaksi dan saling memengaruhi (Akbar et al., 2021, *Public Relations*). Menurut Lasswell, ada lima unsur dalam komunikasi. Lima unsur tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Komunikator
- 2) Pesan
- 3) Media
- 4) Komunikan
- 5) Efek (Akbar et al., 2021, *Public Relations*, hal.13).

2.2.1.2 Peran Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat memiliki peran yang sentral untuk mencapai tujuan dari perusahaan atau instansi karena hubungan masyarakat dapat memengaruhi hubungan antara perusahaan atau instansi dengan pemangku kepentingan (baik internal maupun eksternal). Hubungan masyarakat juga dikenal sebagai jembatan antara perusahaan atau instansi dengan publiknya untuk mewujudkan rasa saling pengertian dan rasa saling percaya antara

kedua belah pihak (Defli dalam Akbar et al., 2021, *Public Relations*, hal. 19).

Dozier & Broom dalam Ruslan menjelaskan bahwa hubungan masyarakat memiliki empat peran (Akbar et al., 2021, *Public Relations*, hal. 19-21). Empat peran yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1) Penasihat Ahli (*Expert Preciber*)

Seorang hubungan masyarakat yang memiliki kemampuan dan kompetensi yang terampil dapat membangun hubungan dan komunikasi yang harmonis, efektif dan efisien, seperti seorang dokter dengan pasiennya.

2) Fasilitator Komunikasi (*Communication Facilitator*)

Seorang hubungan masyarakat dalam hal ini akan berperan sebagai komunikator atau mediator yang berfungsi untuk mempermudah jalannya komunikasi (yang telah direncanakan dan diorganisir sebelumnya) pihak manajemen atau publik dalam hal penyampaian pendapat, keluhan dan lain-lain (Akbar et al., 2021, *Public Relations*, hal. 19). Dalam pengertian yang lain, seorang hubungan masyarakat menjadi penghubung atau penyambung lidah antara organisasi dengan publik (Lukman et al., 2023, *MANAJEMEN HUMAS*, hal. 9).

3) Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Facilitator*)

Hubungan masyarakat memiliki peran sebagai penasihat, penengah yang tidak memihak kepada pimpinan dan publik dalam mengambil keputusan sehingga seorang hubungan masyarakat dapat membentuk tim khusus yang terdiri dari berbagai departemen dan keahlian untuk membantu mengatasi masalah yang terjadi dalam sebuah organisasi (Akbar et al., 2021, *Public Relations*, hal. 19).

4) Teknisi Komunikasi

Peran seorang hubungan masyarakat dalam hal teknis adalah menyediakan layanan teknis komunikasi atau *method of communications* berupa penyusunan *new release*, menulis *house journal*, mengembangkan isi situs web, menangani kontak media atau membuat *media contact list* serta membangun dan membina hubungan yang profesional dengan banyak publik terkait dalam sebuah organisasi (Akbar et al., 2021, *Public Relations*, hal. 19).

2.2.1.3 PR Politik

PR politik adalah salah satu strategi dalam komunikasi politik yang menggunakan konsep dasar *public relations* (*two way communication* atau komunikasi dua arah dan optimalisasi kemampuan mendengar) sebagai strategi komunikasi (Latuperissa, 2022). Stromback menjelaskan bahwa PR politik merupakan sebuah proses manajemen yang dilakukan oleh organisasi atau individu untuk kepentingan politik (memengaruhi) membangun relasi dan reputasi kepada publik yang menjadi sasarannya.

PR politik cenderung akan menuntut adanya karakter dan kapasitas aktor politik dalam memenuhi kebutuhan publik serta membangun sinergi yang harmonis dengan para *stakeholders* internal ataupun eksternal (pemangku kepentingan).

Tujuan umum dari PR politik menurut Heryanto dalam bukunya yang berjudul *Public Relations Politik* adalah sebagai berikut:

- 1) Menciptakan solidaritas dan kohesivitas atau kesepakatan dalam internal organisasi melalui upaya pelayanan publik internal. Hal tersebut dapat membuat seluruh komponen dan sumber daya politik dalam organisasi dapat

dimaksimalkan sehingga dapat mencapai tujuan dari organisasi tersebut.

- 2) Sebagai penghubung antara organisasi dengan publik eksternal dalam rangka untuk menyamakan pemahaman dan dukungan untuk sejumlah program dan tujuan khusus organisasi.
- 3) Mendapatkan penemuan-penemuan, penyimpulan-penyimpulan dan rekomendasi atas sejumlah isu dan dinamika politik yang terus berkembang
- 4) Megidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang-peluang dan tantangan organisasi dalam hubungannya dengan berbagai pihak (internal ataupun eksternal) menggunakan evaluasi yang sistematis dan berkelanjutan (Latuperissa, 2022).

Dalam pelaksanaannya, terutama dalam Proyek tugas akhir ini, penggunaan PR politik akan memengaruhi keberhasilan penyampaian pesan kepada publik yang menjadi target audiens. Narasi yang dibangun dalam Proyek tugas akhir ini benar-benar dipertimbangkan agar pesan yang ingin disampaikan dapat dipahami dengan baik dan masyarakat menjadi terpengaruh pada pesan yang ingin disampaikan. Taktik yang digunakan adalah mengambil adegan dari penjelasan dari Ketua DPD RI dari masa ke masa tentang tugas dan fungsi dari DPD RI.

Keberadaan Ketua DPD RI dari masa ke masa dalam video akan didengarkan oleh masyarakat karena Ketua DPD RI tersebut memiliki kemampuan dan kapasitas sebagai tokoh politik nasional. Selain itu, Proyek tugas akhir berupa video yang akan disebarluaskan di media sosial tersebut juga menggunakan strategi komunikasi dua arah sehingga pengguna

media sosial dapat memberikan komentar atau umpan balik (*feedback*) terhadap video tersebut. Komentar atau umpan balik tersebut juga menjadi bukti nyata bahwa DPD RI akan selalu terbuka terhadap saran ataupun kritik.

2.2.2 Video Pembelajaran atau Edukasi

Video (atau yang berikutnya disebut sebagai video pembelajaran) merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan sebuah materi tertentu dalam format *audio visual* yang bersifat untuk memberikan edukasi. Dalam sebuah video pembelajaran, terdapat pesan-pesan pembelajaran berupa teori, pengetahuan, konsep materi, prinsip pembelajaran ataupun prosedur yang harus dilaksanakan untuk mencapai tujuan dari pembelajaran yang telah ditentukan (Astutik, 2021).

Menurut Aqib video pembelajaran memiliki beberapa manfaat yakni:

- 1) Proses belajar dapat berlangsung lebih menarik dan jelas
- 2) Proses pembelajaran menjadi saling berhubungan
- 3) Proses pembelajaran menjadi lebih produktif, efisien dan efektif
- 4) Hasil pembelajaran menjadi lebih berkualitas (Astutik, 2021)

Kelebihan dari adanya video sebagai media pembelajaran atau edukasi adalah sebagai berikut:

- 1) Pesan dapat tersampaikan secara merata
- 2) Pembelajaran dapat berlangsung dengan menarik dan tidak membosankan
- 3) Materi yang disampaikan dalam video pembelajaran dapat terus-menerus diputar sesuai dengan kebutuhan
- 4) Dapat memengaruhi pola pikir dan perilaku target audiens melalui pesan yang disampaikan dalam video (Astutik, 2021).

2.2.3 Kampanye

Kampanye adalah serangkaian kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya dan berhubungan dengan komunikasi. Kegiatan kampanye

memiliki tujuan untuk memberikan sebuah dampak atau pengaruh atau efek tertentu kepada publik dalam jumlah yang besar dan dilaksanakan secara berkelanjutan dalam kurun waktu tertentu sesuai dengan yang telah direncanakan (Wibowo, 2024). Kegiatan kampanye juga dipahami sebagai kegiatan yang dilaksanakan oleh Peserta Pemilu atau pihak lainnya yang telah ditentukan oleh Peserta Pemilu untuk memengaruhi pemilih dengan visi, misi, program, dan citra diri dari Peserta Pemilu.

2.2.3.1 Produksi Video Kampanye

Dalam produksi video kampanye, terdapat hal-hal yang harus diperhatikan yakni menyesuaikan media yang digunakan untuk menyampaikan pesan dengan target audiens. Dalam Proyek tugas akhir ini, media yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi tentang tugas dan fungsi dari DPD RI dan Sekretariat Jenderal DPD RI adalah media sosial DPD RI dan Sekretariat Jenderal DPD RI (Instagram, TikTok dan YouTube).

Format yang digunakan dalam Proyek tugas akhir ini adalah visual audio (video). Format video dipilih karena memiliki kekuatan untuk menyampaikan pesan secara lebih emosional dan persuasif (Sofiandi & Wahyuni, 2024).

Selain media penyampaian pesan, produksi video kampanye juga harus memperhatikan alur waktu (*timeline*) mulai dari pra produksi, produksi hingga pasca produksi. Pelaksanaan Proyek tugas akhir ini telah ditentukan waktu pelaksanaannya mulai dari pra produksi, produksi hingga pasca produksi. Adapun waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan Proyek tugas akhir ini adalah tujuh bulan dua minggu.

2.2.4 Edukasi

Edukasi adalah proses kegiatan belajar yang dilakukan oleh setiap individu atau sebuah kelompok tertentu. Tujuan dari adanya kegiatan edukasi ini adalah untuk meningkatkan kualitas dari pola pikir,

pengetahuan serta mengembangkan potensi dari masing-masing individu (Finthariasari et al., 2020). Edukasi dapat diperoleh melalui pembelajaran formal, non-formal dan informal. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), edukasi adalah proses pengubahan sikap dan perilaku dari individu atau kelompok sebagai bentuk usaha untuk mendewasakan diri melalui kegiatan pengajaran, pelatihan, proses dan cara mendidik.

Edukasi memiliki beberapa tujuan yakni sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan kecerdasan
- 2) Mengubah kepribadian manusia agar memiliki akhlak yang baik
- 3) Membentuk sikap pengendalian diri yang seimbang
- 4) Meningkatkan keterampilan
- 5) Meningkatkan kreativitas sesuai dengan hal-hal yang dipelajari
- 6) Memberikan pendidikan atau mendidik individu agar menjadi lebih baik dalam bidang yang ditekuni (Finthariasari et al., 2020).

2.2.5 Politik

Politik adalah sebuah cara atau upaya yang dilakukan oleh seseorang dalam mengambil keputusan pada kehidupan berkelompok. Dalam praktik sehari-hari, politik dikaitkan dengan cara membuat kesepakatan antar manusia agar dapat hidup saling berdampingan satu sama lain. Ciri-ciri yang dimiliki oleh suatu sistem politik adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki Unit dan Batasan
- 2) Memiliki Masukan (*input*) dan luaran (*output*) di dalamnya
- 3) Memiliki tingkat diferensiasi (pembedaan pemisah kerja)
- 4) Adanya integrasi (keterpaduan kerja antar unit) (Hendrik, Aris Yusuf, M.)

Implementasi sistem politik dalam kehidupan berbangsa dan bernegara di Indonesia memiliki tujuan. Tujuan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Politik digunakan untuk melindungi seluruh hak warga negara Indonesia tanpa terkecuali dan untuk menjaga pelaksanaan kewajiban untuk mengatur keamanan

- 2)Politik digunakan untuk menyejahterakan seluruh kehidupan masyarakat di Indonesia
- 3)Politik digunakan sebagai instrumen atau alat untuk memastikan terlaksananya pendidikan untuk mencerdaskan dan memajukan kehidupan bangsa dan negara
- 5)Politik digunakan untuk menjaga keamanan dan perdamaian serta untuk menciptakan kehidupan sosial yang seimbang (Hendrik & Yusuf)

2.2.5.2 Komunikasi Politik

Komunikasi politik adalah proses penyampaian pesan atau penyebaran arti, makna atau pesan yang disusun secara sengaja dengan maksud untuk mendapatkan pengaruh atas penyebaran tersebut atau dengan menggunakan kekuasaan (*power*) dalam masyarakat (Arrianie, 2021, hal. 18). Pengertian komunikasi politik memiliki beberapa pengertian bergantung pada apa yang menjadi penekanan dalam pemaknaan komunikasi politik tersebut.

Komunikasi politik akan dipahami sebagai hasil yang bersifat politik apabila berfokus pada hasil. Di sisi lain, komunikasi politik juga dapat dipahami sebagai komunikasi yang terjadi dalam suatu sistem politik dan antara sistem tersebut dengan lingkungannya apabila berfokus pada fungsi dari komunikasi politik dalam sistem politik (Arrianie, 2021, hal. 18 – 19).

Gurevith dan Blumler menjelaskan bahwa komunikasi politik memiliki empat komponen, yakni:

1. Lembaga-lembaga politik dalam aspek komunikasinya
 2. Institusi media dalam aspek politiknya
 3. Orientasi khalayak terhadap komunikasi
 4. Aspek budaya politik yang relevan dengan komunikasi
- (Arrianie, 2021, hal. 19).

Dalam Proyek tugas akhir ini, penggunaan komunikasi politik terletak pada proses penyampaian pesan atau penyebaran arti yakni tugas dan fungsi dari DPD RI dan Sekretariat Jenderal DPD RI dalam sistem ketatanegaraan Republik Indonesia.

Penyebarluasan informasi tentang tugas dan fungsi dari DPD RI dimaksudkan untuk dapat memberikan pengaruh kepada masyarakat yakni untuk mengedukasi sehingga keberadaan DPD RI di Indonesia dapat dipahami dengan baik.

2.2.5.3 Strategi Kampanye dalam Aspek Komunikasi Politik

Dalam aspek komunikasi politik, strategi kampanye yang digunakan dalam proyek tugas akhir ini adalah dengan memanfaatkan media sosial. Media sosial dipilih karena dapat menyebarluaskan informasi secara cepat dengan jangkauan yang luas. Audiens yang menjadi target khusus dari proyek tugas akhir ini adalah penduduk yang termasuk dalam kelompok usia Generasi Z (Generasi Zoomer) yang relatif aktif dalam menggunakan media sosial.

Selain memanfaatkan media sosial untuk melaksanakan kampanye, strategi berikutnya adalah dengan membuat narasi yang dapat memengaruhi masyarakat terutama Generasi Zoomer (Generasi Z).

Dalam pelaksanaannya, taktik yang digunakan untuk dapat membuat pesan yang mampu memengaruhi target audiens adalah dengan menampilkan tokoh-tokoh politik nasional dalam Proyek tugas akhir tersebut. Taktik berikutnya adalah dengan mengemas konten secara menarik (terutama saat pengambilan gambar, proses *editing* dan penggunaan *teaser trailer* atau cuplikan singkat dari video utama) tanpa mengesampingkan

nilai-nilai dari DPD RI agar dapat memberikan edukasi yang baik kepada Generasi Zoomer (Generasi Z).

2.2.6 Media Sosial

Media sosial adalah media yang memungkinkan penggunaannya untuk mengakses sebuah informasi secara cepat dan global terhadap informasi (Azhari Harahap et al., 2020). Pengertian lain menjelaskan bahwa media sosial dipahami sebagai media daring atau *online* yang dapat meningkatkan hubungan sosial antar pengguna satu sama lain. Pengguna media sosial dapat melakukan beberapa kegiatan yakni mengusulkan, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dan membuat hubungan secara virtual dengan pengguna media sosial lainnya.

Media sosial memiliki karakteristik yang menjadikannya unik dan memiliki banyak fitur. Karakteristik tersebut adalah sebagai berikut:

1) Jaringan

Media sosial terbentuk dari adanya sistem sosial yang berbentuk jaringan atau internet sehingga mampu membentuk sebuah komunitas yang memungkinkan penggunaannya untuk mengakses fitur-fitur tertentu melalui mekanisme teknologi.

2) Informasi

Media sosial disebut juga sebagai media informasi karena salah satu fungsi dari media sosial adalah untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi.

3) Arsip

Media sosial memiliki fitur yang memungkinkan penggunaannya untuk dapat menyimpan atau mengarsipkan unggahan yang pernah diunggah sebelumnya. Pengguna media sosial dapat mengakses unggahan yang telah diarsipkan tersebut.

4) Interaksi

Media sosial dapat menjadi sarana untuk saling berinteraksi satu sama lain. Pengguna media sosial yang telah terhubung dengan

pengguna media sosial lainnya dapat memberikan interaksi berupa komentar, menyukai (*like*), menyimpan, membagikan dan lain-lain terhadap unggahan tertentu.

5) Simulasi Sosial

Media sosial memiliki beberapa peraturan, pedoman dan etika yang harus dipatuhi oleh pengguna media sosial. Peraturan tersebut bersifat mengikat karena pengguna yang melanggar akan diberikan sanksi sesuai dengan platform media sosial yang digunakan.

6) Konten Pengguna

Fitur media sosial ini memungkinkan penggunanya untuk dapat membuat dan membagikan konten serta mengonsumsi konten dari pengguna media sosial lainnya.

7) Diseminasi

Media sosial tidak hanya berfungsi untuk memberikan sosialisasi kepada penggunanya. Saat ini, media sosial telah berkembang dan memberikan akses kepada penggunanya untuk menyebarluaskan dan mengembangkan konten (Azhari Harahap et al., 2020).

2.2.6.2 Instagram

Instagram berasal dari kata “*instan*” atau “*insta*” (seperti kamera polaroid yang dulu dikenal dengan nama “foto instan”) dan “*gram*” (berasal dari kata “*telegram*”). Berdasarkan penjelasan tersebut, Instagram adalah salah satu platform media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengirimkan informasi kepada pengguna Instagram lain secara cepat. Informasi yang dikirimkan tersebut dapat berupa foto ataupun video singkat. Instagram didirikan pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang mampu menjangkau 25 ribu pengguna di hari pertama peluncurannya (Prabowo, 2020).

Menurut Atmoko, Instagram memiliki lima menu utama dengan beberapa fitur pelengkap lain yakni sebagai berikut:

1) Halaman Utama (*Home Page*)

Home page adalah halaman utama dalam Instagram yang menampilkan foto-foto terbaru dari pengguna Instagram lain yang telah diikuti (*timeline*). Berdasarkan informasi yang didapat, kurang lebih 30 foto terbaru akan dimuat saat pengguna mengakses Instagram.

2) Komentar (*Comments*)

Dalam penggunaannya sebagai layanan jejaring sosial, Instagram menyediakan fitur komentar untuk penggunanya. Pengguna Instagram yang ingin meninggalkan atau memberikan komentar pada sebuah unggahan dapat menulis komentar dalam kotak yang telah disediakan setelah pengguna menekan ikon yang berbentuk balon komentar (terletak di bawah foto).

3) Menjelajah (*Explore*)

Fitur menjelajah atau *explore* merupakan fitur yang menampilkan foto-foto populer yang paling banyak disukai oleh pengguna Instagram. Instagram memiliki sebuah sistem atau algoritma khusus untuk menentukan foto dan video singkat yang akan ditampilkan dalam *explore feed*.

4) Profil

Pengguna Instagram dapat mengetahui dengan detail mengenai informasi tentang akunnya. Informasi yang ditampilkan adalah jumlah foto yang telah diunggah, jumlah pengikut (*followers*) dan jumlah mengikuti akun pengguna Instagram lain (*following*).

5) *News Feed*

News feed adalah fitur yang menampilkan pemberitahuan atau notifikasi dari berbagai aktivitas

pengguna Instagram. *News feed* memiliki dua jenis tab yakni “*Following*” dan “*News*”. Tab “*Following*” akan menampilkan aktivitas terbaru dari pengguna yang telah diikuti sedangkan tab “*News*” akan menampilkan aktivitas dari para pengguna Instagram terhadap unggahan dari pengguna tersebut.

6) Judul

Judul atau *caption* yang diberikan oleh pengguna Instagram akan membuat sebuah unggahan memiliki daya tarik dan karakter yang kuat.

7) Tanda Pagar (*Hashtag*)

Hashtag adalah sebuah simbol yang berbentuk tanda pagar (#). Fitur ini dapat memungkinkan penggunanya untuk menemukan foto-foto di Instagram yang menggunakan *hashtag* tertentu. Pada umumnya, fitur ini digunakan untuk melakukan sebuah gerakan atau kampanye tertentu.

8) Lokasi

Fitur lokasi adalah fitur yang dapat menampilkan informasi tentang lokasi tempat unggahan tersebut diambil oleh pengguna Instagram. Dalam hal ini, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai aplikasi untuk berbagai foto (*photo sharing*) tetapi juga berfungsi sebagai aplikasi untuk berjejaring dan berinteraksi antara sesama pengguna Instagram.

9) Mengikuti (*Follow*)

Fitur ini dapat memungkinkan penggunanya untuk mengikuti pengguna Instagram yang lain sehingga dapat menjalin pertemanan secara virtual atau dalam dunia maya.

10) Suka (*Like*)

Ikon suka atau *like* adalah ikon yang digunakan oleh pengguna Instagram untuk menyukai unggahan dari pengguna Instagram lain yang telah ditambahkan sebagai teman maupun yang belum ditambahkan sebagai teman. Ikon suka atau *like* ini terletak di samping fitur komentar. Fitur ini dapat digunakan dengan menekan dua kali (*double tap*) pada unggahan tertentu.

11) Tandai (*Mentions*)

Fitur tandai atau *mentions* ini digunakan untuk menandai pengguna Instagram dalam sebuah unggahan foto maupun video. Fitur ini dapat digunakan dengan cara menambahkan tanda arroba (@) lalu menambahkan nama pengguna Instagram yang ingin ditandai. Pengguna yang ditandai tersebut akan mendapatkan notifikasi atau pemberitahuan di akun Instagram milik pengguna tersebut (Prabowo, 2020).

2.2.6.3 YouTube

YouTube adalah situs web berbagai video (*video sharing*) yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah, menonton dan berbagi video kepada pengguna lainnya (Tugino, 2020). Situs yang digunakan untuk menonton video ini didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim pada Februari 2005. Pengguna yang belum memiliki akun YouTube dapat mengakses video namun fitur yang dapat digunakan terbatas.

Pengguna yang belum terdaftar hanya dapat menonton dan memberikan interaksi (berupa komentar, menyukai dan berbagi) pada sebuah unggahan video di YouTube. Pengguna yang telah memiliki akun YouTube dapat menonton, memberikan interaksi, mengunggah video dan melakukan siaran langsung (*live streaming*).

2.2.6.4 TikTok

TikTok merupakan sebuah aplikasi atau sebuah jaringan sosial yang didirikan oleh perusahaan ByteDance di Tiongkok pada September 2016 (Gratia et al., 2022). Aplikasi ini digunakan untuk membuat video kreatif dalam durasi yang singkat namun memiliki daya tarik tersendiri bagi penggunanya. Berdasarkan informasi yang didapat, Indonesia berada di urutan keempat di dunia dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia yakni mencapai 50 juta pengguna aktif. Dalam pelaksanaannya, TikTok juga dapat digunakan sebagai sumber informasi, sumber hiburan dan melatih kreativitas (Bulele dan Wibowo, 2020).

2.2.7 Tahapan Pengaryaan

1) Pra Produksi

Tahap pra produksi merupakan tahap awal dalam sebuah proyek yang digunakan untuk mempersiapkan hal-hal yang berhubungan dengan produksi sebuah karya yakni ide, gagasan, riset dan persiapan lainnya yang akan memengaruhi keberjalanan dari sebuah pengaryaan (Poernomo et al., 2023). Setelah menemukan ide dan telah melakukan riset, langkah berikutnya adalah menyusun sinopsis, naskah (*scriptwriting*), *storyboard* (cerita bergambar), pemilihan pemain atau *crew* produksi dan pengaturan alat-alat yang dibutuhkan untuk proses produksi (Arka et al., 2023).

2) Produksi

Produksi merupakan tahap yang berhubungan dengan proses pengambilan gambar, baik di dalam maupun di luar studio (Poernomo et al., 2023). Keberhasilan proses produksi dipengaruhi oleh kerja sama antara *talent* atau model dan *crew* atau tim produksi. Beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh *crew* atau tim produksi adalah:

- A. Tata *Setting* (Pengaturan Tempat)
- B. Tata Cahaya

C. Tata Kostum (*Wardrobe*)

D. Tata Rias (Arka et al., 2023).

3) Pasca Produksi

Tahap pasca produksi merupakan tahap terakhir dalam proses pembuatan sebuah karya video. Pada tahap ini, hasil rekaman seluruh adegan yang telah dipraktikkan akan dikumpulkan untuk diedit. Dalam proses editing, editor akan menyeleksi gambar atau *shot*, memotong gambar atau adegan dan menyusun gambar atau adegan (Poernomo et al., 2023).

2.2.8 Videografi

Videografi adalah sebuah proses untuk merekam suatu peristiwa atau kejadian dengan menggunakan media tertentu. Hasil dari rekaman tersebut nantinya akan dirangkum dalam sebuah sajian yang menampilkan gambar dan suara, dapat dinikmati sebagai sebuah kenangan ataupun sebagai bahan yang digunakan untuk mengkaji atau mempelajari peristiwa yang pernah terjadi di masa lalu (Mahendra et al., 2020).

Berdasarkan informasi yang penulis dapatkan di situs web *doos.co.id*, ada beberapa teknik dasar yang biasa digunakan dalam videografi. Teknik-teknik tersebut adalah sebagai berikut:

1) Komposisi Visual

Komposisi visual merupakan salah satu aspek yang dapat memengaruhi hasil dari video yang akan diproduksi. Pengaturan komposisi video merupakan teknik yang digunakan untuk mengatur elemen-elemen dalam bingkai video sehingga dapat menghasilkan video yang estetis. Hasil video yang estetis atau memiliki nilai seni tersebut akan memengaruhi cara menyampaikan pesan kepada penonton.

Konsep dasar komposisi yang biasa digunakan adalah aturan ketiga dan garis panduan seperti garis horizontal atau diagonal. Pengaturan tersebut dapat membantu menciptakan tampilan yang

menarik dari segi visual. Adapun yang dimaksud dengan aturan ketiga adalah teknik untuk memisahkan gambar menjadi sepertiga (secara horisontal dan vertikal) sehingga akan menampilkan sembilan bagian dan empat garis kisi dalam layar kamera.

2) Pencahayaan

Pencahayaan adalah kunci penting untuk dapat menghasilkan video yang dapat dilihat dengan jelas tanpa mengesampingkan nilai-nilai seni. Pencahayaan dalam videografi dapat dihasilkan secara alami maupun buatan. Kejelasan video yang dihasilkan dipengaruhi oleh kemampuan seorang videografer dalam mengatur dan menyeimbangkan pencahayaan. Pengaturan fokus juga merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari pengaturan pencahayaan.

Seorang videografer dapat mengatur titik fokus dalam kamera secara manual (menggunakan teknik segitiga *exposure*) maupun menggunakan fitur fokus otomatis yang tersedia dalam pengaturan di kamera.

3) Gerakan Kamera

Beberapa teknik yang biasa digunakan oleh videografer adalah teknik gerakan pan (*panning*), gerakan tilt (*tilting*) dan gerakan memperbesar (*zoom*). Penggunaan *tripod*, *slider*, atau stabilisator (*gimbal*) dapat memengaruhi pergerakan dalam videografi.

4) Suara

Dalam dunia videografi, suara yang baik dapat dihasilkan dengan menggunakan beberapa peralatan yang mendukung seperti mikrofon, peredaman bunyi dan pengaturan audio. Peralatan tersebut dapat disesuaikan dengan latar tempat atau lokasi yang ditentukan untuk videografi, di dalam ruangan (*indoor*) atau di luar ruangan (*outdoor*).

5) Pengeditan

Editing video adalah proses yang dilakukan untuk menggabungkan beberapa teks, gambar, audio, video dan file

pendukung lainnya yang dibutuhkan untuk menghasilkan informasi tertentu (Aminnudin, 2020). Pengertian tentang editing video yang lain adalah proses untuk menyeleksi, menambahkan judul, transisi, efek, lagu, narasi dan mengubah tampilan warna. Beberapa istilah dalam editing video yang biasa digunakan adalah sebagai berikut:

1) *Clip*

Clip adalah bagian dari video yang berisi file-file. File-file tersebut dapat berupa klip animasi, klip audio, klip gambar, yang telah di edit maupun yang belum di edit.

2) *Capture*

Capture merupakan proses yang dilakukan untuk menangkap atau merekam film dengan menggunakan alat perekam video (contohnya *handycam*, *video tape* atau *CD player*). Hasil rekaman tersebut akan dimasukkan dalam HDD (*Hard Disk Drive*) atau SSD (*Solid State Drive*) dalam komputer untuk di edit.

3) *Motion*

Motion adalah proses pergerakan dari file klip video atau *still image*. Pergerakan tersebut akan mengikuti alur yang telah dibuat sebelumnya atau dapat mengambil dari *motion* yang telah disediakan dalam aplikasi editing video.

4) *Tittle*

Tittle adalah sebuah kata atau kalimat yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah film tertentu. Kata atau kalimat tersebut dapat dibuat bergerak atau tidak bergerak. *Tittle* dalam sebuah film dapat muncul di awal atau akhir film.

5) *Dubbing*

Dubbing adalah proses pengeditan suara pada klip suara yang terdapat dalam klip video. Pengeditan suara tersebut dapat berupa penggantian dan pengisian suara dalam sebuah video.

6) *Transition*

Transition adalah pergantian pergerakan dalam satu frame ke frame yang lain dengan menggunakan efek transisi yang telah disediakan dalam aplikasi *editing* video (Aminnudin, 2020). Penambahan efek transisi tersebut dilakukan agar pergantian dari klip pertama ke klip berikutnya dapat terjadi dengan halus.

7) *Music Track*

Music track adalah tempat yang digunakan untuk meletakkan file musik yang ingin dijadikan sebagai latar belakang musik (*music background*) dalam sebuah klip video.

8) Durasi

Durasi adalah batas dan panjang waktu yang digunakan dalam sebuah film berdasarkan hitungan jam, menit, detik dan frame (Aminnudin, 2020).

9) Kompresi

Dalam *editing* video, kompresi biasa digunakan untuk mengubah atau memperkecil ukuran suatu video agar tidak membutuhkan ruang penyimpanan yang besar dalam penyimpanan di perangkat yang digunakan. Kekurangan dari teknik ini adalah kualitas video akan menurun dibandingkan dengan kualitas video sebelum dikompres.

10) *Render*

Render adalah sebuah proses untuk mengeksport atau menyimpan hasil *editing* pada video ke dalam penyimpanan perangkat maupun di CD/DVD.

11) *Codec*

Codec merupakan istilah atau kata lain untuk *Code/Decode* yang digunakan untuk mengompres atau memperkecil ukuran file video.

12) *Cut*

Cut adalah teknik yang digunakan untuk memotong atau menghilangkan adegan (*scene*) yang tidak dibutuhkan dalam klip video.

13) *Fade In*

Fade in adalah proses yang terjadi ketika sebuah gambar atau klip video yang masuk ke dalam frame awal. Dalam proses *editing* video, teknik *fade in* akan terjadi secara perlahan dan halus yang dimulai dengan warna hitam lalu akan muncul gambar yang diinginkan (transisi). Teknik *fade in* dapat digunakan untuk memberikan transisi pada klip audio dari rendah ke tinggi (Aminnudin, 2020).

14) Impor (*Import*)

Impor (*import*) adalah proses menyimpan atau memindahkan klip video atau klip audio ke dalam *timeline* aplikasi *editing* video.

15) Ekspor (*Export*)

Ekspor (*export*) adalah proses yang dilakukan untuk menyimpan hasil luaran (*output*) file video yang telah di edit ke dalam penyimpanan komputer maupun, CD/DVD atau media penyimpanan lainnya (Aminnudin, 2020).

6) Teknik Pengaturan Warna (*Color Grading*)

Teknik pengaturan warna digunakan dalam videografi untuk menyesuaikan tampilan video dari sebuah video berdasarkan pada kebutuhan. Penyesuaian tersebut meliputi pengaturan warna, kontras, kecerahan dan saturasi. Pengaturan warna ini dapat memengaruhi kualitas video dan dapat menambah nilai estetika dalam sebuah karya.

7) *Story Boarding*

Pembuatan *story board* dalam perencanaan untuk membuat sebuah karya videografi dilakuka untuk membantu videografer

dalam menyusun urutan adegan dan komposisi visual yang diinginkan atau berdasarkan pada kebutuhan masing-masing. *Storyboarding* dapat memberikan pedoman kepada videografer untuk mengatur urutan pengambilan gambar sehingga proses perekaman dapat berjalan dengan efisien.

8) Pemilihan BGM

BGM (*background music*) adalah musik atau instrumen yang digunakan dalam video sebagai latar belakang suara. Pemilihan dan penggunaan BGM akan memengaruhi suasana dan emosi dalam membangun sebuah narasi dalam videografi (DOSS Camera & Gadget, 2023).

2.2.8.2 Pendekatan *Storytelling* dalam Videografi

Dalam sebuah cerita ataupun video, *storytelling* memiliki peran penting dalam menentukan apakah cerita atau video yang ada menarik untuk ditonton atau tidak. *Storytelling* atau bercerita adalah proses yang dilakukan oleh seseorang untuk menyampaikan sebuah cerita yang dapat dilakukan melalui berbagai macam media (kata-kata, gambar atau suara) (Christin et.al, 2021). Dalam pelaksanaannya, *storytelling* berhubungan dengan tiga hubungan utama antara pencerita, cerita dan pendengar (segitiga bercerita).

Hubungan antar elemen dalam segitiga bercerita adalah sebagai berikut:

1) Pencerita dan Cerita

Seorang pencerita akan berusaha untuk membangun cerita dengan cara membaca, meneliti, membandingkan dan mempraktikkan dongeng atau cerita sehingga cerita yang dibangun tersebut dapat memiliki kesan yang menarik untuk didengarkan.

2) Pencerita dan Pendengar

Ketika pendengar menyaksikan sebuah cerita atau video maka seluruh panca indra pendengar akan fokus pada video yang ditayangkan tersebut untuk memahami makna dari cerita atau video tersebut. Dalam hal ini, sikap dan suara dari pencerita akan memengaruhi sikap pendengar dalam mendengarkan atau menyaksikan cerita yang disampaikan.

3) Pendengar dan Cerita

Hal terbaik yang dapat dilakukan pencerita agar pendengar dapat mendapatkan perhatian dari pendengar adalah membentuk cerita dan memperhatikan reaksi dari pendengar. Setiap pendengar akan tekoneksi secara tersendiri dengan cerita. Setiap pendengar akan menafsirkan kata-kata dengan caranya masing-masing serta akan membandingkan cerita atau video yang disaksikan dengan pengalaman sebelumnya (Christin et.al, 2021).

Seiring dengan perkembangan teknologi, *storytelling* juga mengalami perkembangan. Saat ini, muncul *storytelling* digital (bercerita secara digital). *Storytelling* digital adalah sebuah narasi digital yang memiliki banyak format seperti video di YouTube atau dalam permainan di komputer (Christin et.al, 2021). Kualitas dari sebuah *storytelling* digital bergantung pada perangkat yang digunakan untuk membuat *storytelling* digital tersebut. Adapun perangkat-perangkat yang akan memengaruhi kualitas *storytelling* digital adalah kamera, alat perekam dan beberapa aplikasi atau *software* untuk mengedit video.

2.2.8.3 Teknik Pengambilan Gambar

Dalam dunia videografi, teknik pengambilan gambar adalah salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengambil gambar atau merekam sebuah adegan. Pemilihan teknik pengambilan gambar dapat disesuaikan dengan skenario yang

telah disusun. Teknik pengambilan gambar dibagi menjadi dua yakni berdasarkan sudut pengambilan dan berdasarkan bidang pandang atau FOV (*Field of View*) (Mardhiyani, 2024).

Teknik pengambilan gambar berdasarkan sudut pengambilan adalah sebagai berikut:

1) *Bird Eye*

Teknik pengambilan gambar *bird eye* dilakukan dengan cara memposisikan objek di bawah atau lebih rendah dari posisi videografer. Teknik pengambilan ini biasa digunakan untuk menunjukkan kegiatan atau aktivitas yang sedang objek lakukan, elemen yang ada di sekitar objek dan memberikan kesan keseluruhan (*overview*) lingkungan di sekitar objek dengan POI (*Point of Interest*).

2) *High Angle*

Teknik pengambilan gambar *high angle* dilakukan dengan merekam objek dari atas atau lebih tinggi dari objek yang bertujuan untuk memperlihatkan lebar elemen-elemen pendukung di sekitar objek. Perbedaan dengan teknik *bird eye* adalah sudut ketinggian pada *high angle* tidak setinggi *bird eye*. Teknik *high angle* akan menghasilkan objek terlihat kecil namun terlihat lebih fokus, sederhana dan tidak melebar.

3) *Eye Level*

Teknik pengambilan gambar *eye level* dilakukan dengan cara memposisikan objek sejajar dengan kamera atau sejajar dengan pandangan mata. Teknik ini digunakan untuk menghasilkan kesan yang rata dan menyeluruh dari latar belakang objek sehingga objek terlihat ekspresif.

4) *Low Angle*

Teknik pengambilan gambar *eye level* dilakukan dengan cara memposisikan kamera di bawah atau lebih rendah dari objek. Teknik ini biasa digunakan untuk merekam arsitektur dari sebuah bangunan agar terlihat kokoh, megah dan menjulang tinggi. Selain itu, teknik ini dapat digunakan untuk mengambil gambar dari seorang model yang dapat memberikan kesan anggun dan elegan.

5) *Frog Eye*

Teknik pengambilan gambar *frog eye* dilakukan dengan memposisikan kamera serendah mungkin (seperti penglihatan pada mata katak) dari objek. Teknik ini biasa digunakan untuk merekam adegan peperangan dan flora serta fauna.

6) *Over Shoulder*

Teknik pengambilan gambar *over shoulder* dilakukan dengan cara memposisikan kamera di belakang objek. Teknik ini digunakan untuk memperlihatkan suatu objek dari belakang atau untuk mengambil adegan objek sedang mengobrol.

7) *Slanted*

Teknik pengambilan *slanted* dilakukan dengan cara memposisikan kamera tidak benar-benar tepat di depan maupun di samping objek namun menempatkan kamera di sudut 45 derajat (K, Amira).

Teknik pengambilan gambar berdasarkan bidang pandang atau FOV (*Field of View*) adalah sebagai berikut:

1) *Extreme Close Up*

Teknik pengambilan ini dilakukan dengan jarak yang sangat dekat sehingga bagian-bagian atau unsur-unsur yang ada di dalam diri objek dapat terlihat secara jelas

(contohnya bagian mata, hidung dan bibir dengan sangat jelas dan detail). Teknik pengambilan ini digunakan untuk memusatkan kamera pada bagian-bagian tertentu pada objek secara terpusat dan sangat detail.

2) *Head Shot*

Teknik pengambilan gambar ini digunakan untuk mengambil bagian kepala hingga pada suatu objek.

3) *Close Up*

Teknik pengambilan gambar *close up* akan memberikan tampilan pada sebuah objek dalam jarak dekat namun tidak sedekat dua teknik pengambilan gambar yang telah dijelaskan sebelumnya. Apabila objek yang akan diambil manusia maka gambar atau adegan yang akan diperoleh adalah bagian atas kepala hingga bahu saja.

4) *Medium Close Up*

Teknik pengambilan gambar *medium close up* merupakan teknik kombinasi atau gabungan dari *close up* dan *medium shot*. Penggunaan teknik ini akan menghasilkan gambar atau adegan dari atas kepala hingga dada pada suatu objek.

5) *Mid Shot* (Setengah Badan)

Teknik pengambilan gambar *mid shot* akan menghasilkan gambar dari atas kepala hingga pinggang pada sebuah objek.

6) *Medium Shot* (Tiga Perempat Badan)

Teknik pengambilan gambar *medium shot* akan menghasilkan gambar dari atas kepala hingga lutut. Teknik ini digunakan untuk menampilkan sosok manusia atau orang dengan jelas namun berfokus pada detail bagian tubuh objek.

7) *Full Shot* (Seluruh Badan)

Teknik pengambilan *full shot* dilakukan dengan cara memposisikan kamera tepat di depan objek namun tidak terlalu dekat dengan objek. Teknik ini digunakan untuk mengambil gambar atau adegan dari sebuah objek secara detail mulai dari atas kepala hingga ujung kaki serta latar belakang dari objek tersebut.

8) *Long Shot*

Teknik *long shot* digunakan dengan cara menempatkan kamera dari jarak yang jauh dari objek sehingga dapat mengambil gambar dari beberapa objek secara utuh dalam satu frame yang sama namun objek akan terlihat kecil. Tujuan penggunaan teknik ini adalah untuk menangkap momen atau adegan ketika objek saling berinteraksi dengan objek yang lain.

9) *Extreme Long Shot*

Teknik *extreme long shot* memiliki beberapa kesamaan dengan teknik *long shot* namun yang membedakan adalah jarak antara kamera dengan objek. Teknik *extreme long shot* akan menghasilkan objek dengan jarak yang sangat jauh sehingga area di sekitar objek akan terlihat lebih luas. Teknik ini biasa digunakan untuk mengambil adegan pemandangan alam.

10) *One Shot*

Teknik *one shot* digunakan untuk menangkap satu objek saja. Teknik ini dapat digunakan untuk adegan monolog.

11) *Two Shot*

Teknik pengambilan gambar *two shot* akan menampilkan dua objek yang sedang berbincang atau mengobrol.

12) *Group Shot*

Teknik pengambilan gambar *group shot* digunakan untuk mengambil sekumpulan objek atau sekumpulan orang. Teknik pengambilan ini biasa digunakan untuk mengambil adegan keramaian di perkotaan atau pasukan (Mardhiyani & K, Amira).

2.2.8.4 **Exposure**

Dalam usaha untuk dapat menghasilkan gambar dengan kualitas yang optimal tidak harus menggunakan kamera dengan harga yang mahal. Salah satu teknik yang harus dikuasai oleh videografer adalah keahlian dalam mengatur *exposure* pada kamera. Pengaturan *exposure* yang ideal (tidak terlalu gelap ataupun terlalu terang) dalam kamera dapat memengaruhi hasil tangkapan gambar (Mardhiyani, 2024). *Exposure* disebut juga dengan pencahayaan (Rosyidah dan Rokhmah, 2022).

Exposure memiliki tiga elemen yang terdapat dalam bagian pengaturan kamera. Tiga elemen tersebut adalah sebagai berikut:

1) Diafragma (*Aperture*)

Diafragma merupakan lubang yang terletak di dalam lensa kamera, tempat masuknya cahaya. Setiap lensa memiliki perbedaan bukaan diafragma (umumnya, ukuran diafragma dimulai dengan 2,8 – 4 – 5,6 – 8 – 11 – 16 – 22. Bukaan diafragma yang berukuran kecil dapat menghasilkan ruang (tempat masuknya cahaya) yang luas sedangkan bukaan diafragma yang besar akan memberikan ruang tajam yang lebih sempit atau disebut juga dengan *blur*.

2) *Shutter Speed*

Shutter speed adalah kecepatan rana pada kamera terbuka atau dalam pengertian yang lain, *shutter speed* digunakan untuk mengatur waktu dalam *exposure* (Vika Hutaria et al., 2022). Fitur pengaturan ini digunakan untuk mengatur waktu yang dibutuhkan untuk *shutter* kamera terbuka. Hal tersebut akan memengaruhi cahaya yang akan tertangkap oleh sensor kamera. *Shutter speed* yang memiliki angka yang kecil maka foto yang dihasilkan akan semakin akurat atau jernih.

Hal tersebut disebabkan oleh kemampuan kamera dalam membidik sebuah objek dengan sangat cepat sehingga sekecil atau sebesar apapun gerakan dari objek tersebut maka akan tertangkap kamera secara cepat.

3) ISO

ISO adalah tingkat sensitivitas sensor kamera terhadap cahaya. Gelap atau terang sebuah gambar yang diambil atau ditangkap oleh kamera, dipengaruhi oleh nilai ISO dalam pengaturan kamera. Nilai ISO yang tinggi akan menghasilkan foto atau rekaman adegan yang terang sedangkan nilai ISO yang rendah akan menghasilkan foto atau rekaman adegan yang gelap (Mardhiyani, 2024).

2.2.8.5 Hal-Hal Teknis yang Penting dalam Videografi

Berdasarkan sumber yang penulis dapatkan, ada tiga hal yang perlu dipersiapkan sebelum melakukan proses *shooting* atau pengambilan gambar. Tiga hal tersebut adalah sebagai berikut:

1) *White Balance*

White balance adalah proses sosialisasi atau penyesuaian kamera dengan keadaan cuaca dan

karakteristik cahaya di lokasi *shooting* atau pengambilan adegan.

2) *Focusing*

Focusing adalah usaha yang dilakukan oleh videografer untuk mencari objek yang paling jauh dari objek dengan ukuran gambar (*frame size*), paling dekat dengan gambar dan memposisikan gambar dalam kondisi yang paling jelas atau akurat dengan memutar ring fokus pada kamera.

3) *Camera Handling*

Dalam proses pengambilan gambar atau adegan, seorang videografer akan memposisikan untuk dapat memegang kamera dengan aman dan nyaman serta stabil (dapat menggunakan tripod atau *stabilizer*). Hal ini merupakan teknik yang penting untuk diperhatikan agar gambar atau adegan yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dan jelas (Aminnudin, 2020).

2.2.9 Variabel Penting dalam Proses *Editing*

1) Motivasi

Pada sebuah karya film atau video, gambar-gambar yang ada di dalamnya (jalanan kota, laut, awan dan lain-lain) akan ditampilkan sebagai sebuah pembukaan (*opening*) sebelum gambar utama. Hal ini bertujuan untuk menggiring dan memperjelas gambar berikutnya. Motivasi lain yang dapat dimunculkan dapat juga berbentuk audio (misalnya suara telepon, air, ketukan pintu, langkah kaki dan lain-lain). Dalam sebuah karya tertentu, motivasi yang ditampilkan adalah berupa kombinasi dari gambar dan audio.

2) Informasi

Pada tahap *editing*, gambar atau adegan yang dipilih oleh seorang editor harus memberikan informasi tentang sesuatu atau maksud tertentu.

3) Komposisi

Aspek yang dapat mempengaruhi keindahan sebuah karya adalah komposisi yang bagus. Bagus yang dimaksud adalah memenuhi standar yang telah ditentukan atau sesuai dengan *cameraworks*.

4) *Continuity*

Continuity adalah keadaan yang memiliki kesinambungan antara gambar satu dengan gambar sebelumnya. Fungsi dari *continuity* adalah untuk menghindari *jumping* (adegan yang dinilai meloncat) pada gambar maupun audio.

5) *Titling*

Titling adalah semua elemen huruf yang diperlukan untuk memberikan informasi pada sebuah gambar atau adegan. Contohnya adalah judul utama, nama pemeran dan tim produksi yang terlibat di dalamnya (Aminnudin, 2020).

2.2.9.2 Suara (*Sound*)

Informasi yang penulis dapatkan dalam sebuah artikel menjelaskan bahwa dalam tahap *editing*, suara atau *sound* dibagi menjadi empat berdasarkan fungsinya. Keempat suara atau *sound* tersebut adalah sebagai berikut:

1) *Original Sound*

Original sound adalah semua audio atau suara yang didapatkan dari subjek atau objek bersama dengan pengambilan gambar atau visual.

2) Atmosfer

Atmosfer adalah audio yang didapatkan dari suara yang ada di sekitar subjek atau objek. Contohnya adalah suara angin yang berhembus, suara gemericik air, suara keramaian di tempat umum, suara keramaian lalu lintas dan lain-lain.

3) *Sound Effect*

Sound effect adalah suara yang ditambahkan dalam proses *editing*. Suara yang ditambahkan tersebut dapat berupa suara yang orisinil atau suara atmosfer, contohnya adalah suara teriakan, suara gempa bumi, suara tabrakan mobil dan sebagainya.

4) *Music Illustration*

Music illustration adalah suara audio akustik maupun elektrik yang ditambahkan dalam klip video agar emosi yang dibangun dalam sebuah adegan tertentu dapat tersampaikan dan dirasakan oleh penonton (Aminnudin, 2020).

2.2.10 Aplikasi atau *Tools Video Editing*

2.2.11 CapCut

Capcut (dahulu bernama Viamaker sebelum akhirnya mengalami perubahan nama di tahun 2020) adalah aplikasi yang dikembangkan oleh perusahaan asal China yakni ByteDance. Aplikasi ini dapat memungkinkan penggunaanya untuk mengedit video dengan mudah mulai dari mengubah durasi, memberikan efek, filter, teks, menambahkan musik dan suara latar (*background*) (Nurdiansyah et al., 2023). Aplikasi ini kompatibel dengan OS (*operating system* atau sistem operasi) iOS, Android dan Windows. Dalam aplikasi CapCut, ada beberapa fitur yang hanya dapat digunakan dengan cara berlangganan atau berbayar (Akun CapCut Pro).

2.2.12 Adobe Premiere Pro

Adobe Premiere Pro adalah perangkat lunak (*software*) yang digunakan untuk mengedit video (membuat rangkaian gambar, audio dan video). Kelebihan dari perangkat lunak ini adalah dapat diintegrasikan dengan perangkat lunak ketiga seperti After Effects (untuk memberikan efek-efek baru yang menarik), Adobe Photoshop dan lain-lain (Pratama & Sastradipraja, 2022). Dalam penggunaannya, Adobe Premiere Pro

memiliki 45 efek video, 12 efek audio dan 30 jenis transisi video (beberapa transisi tersebut kompatibel dengan kartu grafis AMD maupun NVIDIA) (Zaini & Nugraha, 2021).

2.2.13 Adobe Audition

Adobe Audition adalah perangkat lunak yang digunakan untuk mengedit atau mengolah audio (suara). Adobe Audition memungkinkan bagi penggunanya untuk merekam suara, memperbaiki kualitas suara, menambahkan berbagai efek suara, menggabungkan berbagai *track* suara menjadi satu *track* utuh lalu menyimpannya dalam berbagai format tertentu (Arfida et al., 2020).

2.2.14 Canva

Canva adalah aplikasi yang biasa digunakan untuk melakukan kegiatan desain grafis. Penggunaan aplikasi ini relatif mudah karena di dalamnya terdapat banyak pilihan *template* (format), elemen-elemen dan fitur yang dapat digunakan untuk mendesain atau membuat desain tentang sesuatu sesuai dengan kebutuhan. Namun, tidak semua *template* (format), elemen-elemen dan fitur yang tersedia di Canva dapat digunakan.

Beberapa diantaranya dapat digunakan dengan cara berlangganan atau berbayar. Penggunaan aplikasi ini dapat meningkatkan kreativitas dalam membuat desain poster, presentasi, dan berbagai jenis konten visual lainnya (Alfian et al., 2022).