

## BAB II

### KERANGKA PEMIKIRAN

#### A. Penegasan Judul

Judul laporan tugas akhir ini adalah adalah peran *content creator* dalam produksi *motion graphic* di lembaga pemerintah non kementerian BNNP DIY.

##### 1. Peran

Peran adalah suatu rangkaian yang teratur yang ditimbulkan karena suatu jabatan. Manusia sebagai makhluk sosial memiliki kecenderungan untuk hidup berkelompok. Dalam kehidupan berkelompok tadi akan terjadi interaksi antara anggota masyarakat yang satu dengan anggota masyarakat yang lainnya. Tumbuhnya interaksi diantara mereka ada saling ketergantungan. Dalam kehidupan bermasyarakat itu munculah apa yang dinamakan peran (*role*). Peran merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan seseorang, apabila seseorang melaksanakan hak-hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka orang yang bersangkutan menjalankan suatu peranan (Thoah 1997:98).

Berdasarkan pengertian peran di atas dapat diartikan bahwa apabila dihubungkan dengan *content creator* peran tidak berarti sebagai hak dan kewajiban individu, melainkan merupakan tugas dan wewenang.

##### 2. *Content Creator*

Menurut Coach B. yang diakses tahun 2020 pengertian *Content creator* adalah sebuah profesi yang membuat suatu konten baik berupa tulisan, gambar, video, suara ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Konten-konten tersebut dibuat untuk media, terutama media digital seperti, *Youtube, Snapchat, Instagram, WordPress, Blogger, dan Website* (Coach : 2020).

Saat ini *content creator* tidak sekedar menampilkan gambar dan suara saja, karena kebanyakan konten berupa berita, tutorial, *update* dan sebagainya, masih melalui tulisan, yang selanjutnya akan diproses kembali menjadi sebuah video.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *content creator* adalah profesi yang membuat suatu konten bisa berupa tulisan maupun video yang *platformnya* media internet.

### **3. Produksi**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia produksi memiliki arti pembuatan, pembuatan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti proses atau cara.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pembuatan adalah menciptakan atau memproses sesuatu yang bertujuan untuk menciptakan sesuatu dengan beberapa cara atau langkah yang sesuai dengan benda yang akan dibuat.

### **4. Motion Graphic**

Dalam jurnal *Pembuatan Motion Graphics* sebagai Media Sosialisasi dan Promosi untuk Aplikasi *Mobile Trading Online Mandiri Sekuritas* pengertian *motion graphic* sejenis dengan infographic, tetapi menggunakan cuplikan video atau animasi untuk membuat rangkaian gerak ilusi. Motion graphics pada umumnya merupakan gabungan dari potongan-potongan desain yang berbasis media visual yang menggabungkan bahasa film dengan desain grafis, seperti memasukan elemen-elemen yang berbeda seperti desain 2D atau 3D, animasi, video, ilustrasi, fotografi, dan musik. Termasuk di dalamnya yaitu, tipografi dan grafis yang dapat terlihat sebagai judul untuk film, pembuka program televisi, bumper, dan elemen - elemen grafis yang muncul di televisi. Namun, video atau film dari objek yang bergerak belum dikategorikan sebagai bagian dari motion graphics, kecuali jika video atau film tersebut dikombinasikan dengan beberapa elemen desain, seperti bentuk, jenis, atau baris (Putri, 2017:85).

### **5. Badan Narkotika Nasional Provinsi DIY**

Badan Narkotika Nasional Provinsi (BNNP) DIY merupakan sebuah Lembaga Pemerintah Non Kementerian (LPNK) yang melaksanakan tugas pemerintahan di bidang pencegahan, pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap narkotika, psikotropika, prekursor dan bahan adiktif lainnya kecuali bahan adiktif untuk tembakau dan alkohol di wilayah Yogyakarta (<https://yogyakarta.bnn.go.id/>)

## **B. Peran Content Creator dalam Produksi *Motion Graphic* di lembaga Pemerintahan**

### **1. Teori Komunikasi**

Ilmu komunikasi adalah usaha penyampaian pesan antarmanusia, dan karenanya, kita nyatakan ilmu ini sebagai ilmu yang mempelajari usaha penyampaian pesan antar manusia (Vardiansyah, 2004:8). Penulis juga menambahkan, bahwa komunikasi adalah suatu cara untuk berinteraksi satu sama lain yang dilakukan oleh individu, kelompok, organisasi dan masyarakat untuk menyampaikan suatu pesan kepada individu yang lain (pihak ke dua) dengan tujuan tertentu yang dapat mempengaruhi perilaku pihak penerima. Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa dalam komunikasi adalah suatu proses, dimana dalam proses tersebut melibatkan beberapa unsur atau komponen.

#### 1) Unsur-unsur Komunikasi

Majid (2010: 15) mengatakan bahwa dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, maka jelas bahwa komunikasi antarmanusia hanya bisa terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu. Artinya, komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya unsur sumber, pesan, media, penerima dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi.

Terdapat beberapa macam pandangan tentang banyaknya unsur atau elemen yang mendukung terjadinya komunikasi. Ada yang menilai bahwa terciptanya proses komunikasi, cukup didukung oleh tiga unsur, sementara ada juga yang menambahkan umpan balik dan lingkungan selain kelima unsur yang disebutkan. Menurut Unsur-unsur komunikasi yang dikemukakan di atas dapat saling terkait dan dapat dijelaskan sebagai berikut :

##### a) Sumber (*source*)

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri atas satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok, misalnya seperti partai,

organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *Source*, *Sender*, atau *Encoder*.

b) Pesan (*message*)

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi, seperti : telepon, surat, telegram, dan media internet (jejaring sosial, email). Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *content*, atau *information*.

c) Media (*channel*)

Media yang dimaksud di sini ialah alat yang digunakan untuk mengirim pesan dan sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antarpribadi panca indra dianggap sebagai media komunikasi.

d) Penerima (*receiver*)

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber, atau pihak ke dua dalam proses komunikasi. Penerima bisa terdiri atas satu orang atau lebih, bisa juga dalam bentuk kelompok, partai atau Negara. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dan komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, atau penerima tidak, atau kurang memahami maksud dari pesan yang disampaikan, maka akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering kali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan atau saluran.

Kenalilah khalayakmu adalah prinsip dasar dalam berkomunikasi. Karena dengan mengetahui dan memahami karakteristik penerima (khalayak), berarti terdapat suatu peluang untuk mencapai keberhasilan dalam proses komunikasi.

e) Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang. Karena itu, pengaruh bisa juga diartikan sebagai perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan. Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk dari pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima. Misalnya sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim, atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum sampai ke tujuan. Hal-hal seperti itu menjadi tanggapan balik yang diterima oleh sumber.

f) Lingkungan

Lingkungan atau situasi adalah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan social budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu. Lingkungan fisik menunjukkan bahwa suatu proses komunikasi hanya bisa terjadi jika tidak terdapat rintangan fisik, misalnya geografi. Komunikasi sering kali sulit dilakukan karena factor jarak yang begitu jauh, tidak tersedia fasilitas komunikasi seperti telepon, kantor pos atau jalan raya. Lingkungan sosial menunjukkan faktor sosial budaya, ekonomi dan politik yang bisa menjadi kendala terjadinya komunikasi, misalnya kesamaan bahasa, kepercayaan, adat istiadat, dan status sosial. Dimensi psikologis adalah pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunikasi. Misalnya menghindari kritik yang menyinggung perasaan orang lain, menyajikan materi yang sesuai dengan usia khalayak. Dimensi psikologis ini biasa disebut dimensi internal.

Penulis berpendapat bahwa unsur-unsur dalam komunikasi saling terkait satu sama lain, jika ada 1(satu) unsur yang tidak ada ketika berinteraksi, maka komunikasi tidak akan berjalan lancar, akan terjadi miss komunikasi, untuk itu ketika melakukan interaksi harus ada ke 6(enam) unsur komunikasi di dalamnya.

## 2) Model Komunikasi

Menurut Sereno dan Mortensen (Mulyana, 2007:132) model komunikasi merupakan deskripsi ideal mengenai apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi. Model komunikasi mempresentasikan secara abstrak ciri-ciri penting dan menghilangkan perincian yang tidak perlu dalam dunia nyata.

Adapun fungsi model menurut Gordon Wiseman dan Larry Barker (Ardianto 2010:68) adalah melukiskan proses komunikasi, menunjukkan hubungan visual dan membantu dalam menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi. Menurut DeVito (1996) dalam buku Ardianto (2010:68) pada beberapa keuntungan yang diperoleh dalam mempelajari model komunikasi :

- a) Model memiliki fungsi mengorganisasikan, model menghubungkan dan mengurutkan system satu dengan yang lainnya.
- b) Model model membantu menjelaskan sesuatu dengan informasi secara sederhana.
- c) Dengan model dimungkin kan adanya perkiraan hasil atau jalannya suatu kejadian.

## 3) Karakteristik Komunikasi

Menurut Riswandi, berdasarkan definisi-definisi tentang komunikasi, dapat diperoleh gambaran bahwa komunikasi mempunyai beberapa karakteristik sebagai berikut (2009: 4-7) :

- a) Komunikasi adalah suatu proses

Komunikasi sebagai suatu proses artinya bahwa komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan (ada tahapan atau sekuensi) serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu. Proses komunikasi melibatkan banyak faktor atau komponen. Faktor-faktor

atau unsur yang dimaksud antara lain meliputi komunikator, komunikan, pesan (isi, bentuk, dan cara penyampaiannya), saluran atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan, waktu, tempat, hasil atau akibat yang ditimbulkan dan situasi atau kondisi yang ada ketika komunikasi berlangsung.

- b) Komunikasi adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan

Komunikasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara sadar, disengaja, serta sesuai dengan tujuan atau keinginan dari pelakunya. Pengertian sadar di sini menunjukkan bahwa kegiatan komunikasi yang dilakukan seseorang sepenuhnya berada dalam kondisi mental psikologis yang terkendali atau terkontrol, bukan dalam keadaan “mimpi”. Disengaja maksudnya bahwa komunikasi yang dilakukan memang sesuai dengan kemauan dari pelakunya. Sementara tujuan merujuk pada hasil atau akibat yang diinginkan.

- c) Komunikasi menurut adanya partisipasi dan kerja sama dari para pelaku yang terlibat

Kegiatan komunikasi akan berlangsung baik apabila pihak-pihak yang berkomunikasi (dua orang atau lebih) sama-sama ikut terlibat dan sama-sama mempunyai perhatian yang sama terhadap topik pesan yang disampaikan.

- d) Komunikasi bersifat simbolis

Komunikasi pada dasarnya merupakan tindakan yang dilakukan dengan menggunakan lambang-lambang. Lambang yang paling umum digunakan dalam komunikasi antar manusia adalah bahasa verbal dalam bentuk kata-kata, kalimat, angka-angka atau tandatanda lainnya. Bahasa verbal yang digunakan untuk keperluan membujuk atau meminta tolong, tentunya akan berbeda dengan bahasa verbal yang digunakan untuk tujuan merintah atau memaksa. Selain bahasa verbal, juga ada lambang-lambang yang bersifat nonverbal yang dapat digunakan dalam komunikasi seperti gesture (gerak tangan, kaki, atau bagian tubuh lainnya), warna, sikap duduk, berdiri, dan berbagai bentuk lambang lainnya. Biasanya lambing-lambang tersebut dimaksudkan untuk memperkuat makna pesan yang disampaikan.

e) Komunikasi bersifat transaksional

Komunikasi pada dasarnya menurut dua tindakan, yaitu memberi dan menerima. Dua tindakan tersebut tentunya perlu dilakukan secara seimbang atau parsial oleh masing-masing pelaku yang terlibat dalam komunikasi. Apa yang kita terima, nilainya bergantung pada apa yang kita berikan. Pengertian transaksional juga merujuk pada suatu kondisi bahwa keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh salah satu pihak, tetapi ditentukan oleh kedua belah pihak yang terlibat dalam komunikasi. Ini berarti bahwa komunikasi akan berhasil apabila kedua belah pihak yang terlibat mempunyai kesepakatan mengenai hal-hal yang dikomunikasikan.

f) Komunikasi menembus faktor ruang dan waktu

Maksudnya adalah bahwa para peserta atau pelaku yang terlibat dalam komunikasi tidak harus hadir pada waktu serta tempat yang sama. Dengan adanya berbagai produk teknologi komunikasi seperti telepon, internet, faximili, dan lain-lain, faktor ruang dan waktu tidak lagi menjadi masalah dalam berkomunikasi.

Pada karakteristik komunikasi di atas, penulis menggunakan ke enam (6) karakteristik tersebut. Pertama adalah komunikasi adalah suatu proses, artinya komunikasi merupakan serangkaian tindakan yang terjadi secara berurutan dari komunikator kepada komunikan menggunakan media atau *channel*. Keterkaitan dalam objek penelitian adalah penulis (komunikator) mengirim pesan kepada khalayak menggunakan media berupa media digital (*youtube, twitter, instagram*). Karakteristik yang ke dua (2) adalah komunikasi adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan. Dalam hal ini penulis melakukan proses komunikasi dengan sengaja untuk mencapai tujuan, yaitu membangun kesadaran khalayak (masyarakat) akan kesadaran merek suatu restoran bernama *seafood submarine*. Karakteristik yang ketiga (3) adalah komunikasi menurut adanya partisipasi dan kerja sama dari para pelaku yang terlibat, artinya adanya ketertarikan oleh satu sama lain, pengirim pesan mencoba meningkatkan kesadaran akan merek, sedangkan penerima tertarik karena mereka menyukai makanan laut. Karakteristik ke empat (4) adalah komunikasi bersifat simbolis, dalam hal ini keterkaitannya adalah adalah pengirim pesan dalam objek



penelitian melakukan proses komunikasi menggunakan bahas verbal untuk membujuk atau meningkatkan kesadaran akan merek pada komunikan. Karakteristik selanjutnya yaitu komunikasi bersifat transaksional, maksudnya adalah apa yang kita terima bergantung dari apa yang kita beri. Keterkaitannya adalah pengirim akan mendapatkan feedback yang baik dari penerima berupa kesadaran akan merek apabila dalam pesan tersebut terdapat penawaran yang mampu menarik perhatian penerima, misalnya pemberian promo berupa diskon dalam kegiatan promosi pembelian makanan seafood submarine. Karakteristik yang terakhir adalah komunikasi menembus ruang dan waktu, artinya komunikasi tidak terbatas. Keterkaitannya adalah proses komunikasi yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknologi komunikasi internet berupa *Youtube, Twitter, dan Instagram* yang dapat menembus ruang dan waktu dalam proses komunikasi.

## **2. Audio Visual**

Media audio-visual adalah media yang *audible* artinya dapat didengar dan media yang *visible* artinya dapat dilihat. (Suleiman, 1985 : 11). Audio berkaitan dengan indera pendengaran, pesan yang akan disampaikan dituangkan ke dalam lambang-lambang auditif, baik verbal (kedalam kata-kata atau lisan) maupun non verbal. visual adalah hal-hal yang berkaitan dengan penglihatan; dihasilkan atau terjadi sebagai gambaran dalam ingatan.

### **1) Macam-macam Media Audio Visual**

Media Audio Visual mempunyai beberapa bentuk antara lain sebagai berikut:

#### **a) Media Audio Visual Gerak**

Media audio visual gerak adalah media intruksional modern yang sesuai dengan perkembangan zaman (kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi) karena meliputi penglihatan, pendengaran dan gerakan, serta menampilkan unsur gambar yang bergerak. Jenis media yang termasuk dalam kelompok ini adalah televisi, video tape, dan film bergerak antara lain sebagai berikut:

### (1) Film

Film atau gambar hidup merupakan gambar-gambar dalam frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar itu hidup. Kemampuan film melukiskan gambar hidup dan suara memberinya daya tarik tersendiri. Kedua jenis media ini pada umumnya digunakan untuk tujuan-tujuan hiburan, dokumentasi, dan pendidikan. Mereka dapat menyajikan informasi, memaparkan ketrampilan, menyingkat atau memperpanjang waktu, dan mempengaruhi sikap. (Arsyad, 2003:48)

### (2) Video

Video sebagai media audio visual yang menampilkan gerak, semakin lama semakin populer dalam masyarakat kita. Pesan yang disajikan dapat bersifat fakta (kejadian/peristiwa penting, berita), maupun fiktif (seperti misalnya cerita), bisa bersifat informatif, edukatif maupun intruksional. Sebagaimana besar tugas film dapat digantikan oleh video, maupun tidak berarti bahwa video akan menggantikan kedudukan film. Masing-masing memiliki keterbatasan dan kelebihan sendiri (Arsyad, 2003: 50-51).

### (3) Televisi

Televisi adalah media pandang sekaligus media dengar (audio-visual) yang mana orang tidak hanya memandang gambar yang ditayangkan di televisi tetapi sekaligus mendengar tv online atau mencerna narasi dari gambar tersebut. (Badjuri, 2010:35)

Dari uraian di atas, televisi merupakan alat elektronik yang menyiarkan audi visual guna untuk menyampaikan informasi dan hiburan ke masyarakat.

### b) Media Audio Visual Diam

Media audio visual diam yaitu media yang menampilkan suara dan gambar diam, seperti :

- (1) Film bingkai suara (sound slides) Film bingkai adalah suatu film transparan (transparent) berukuran 35mm, yang biasanya dibungkus bingkai berukuran 2x2 inci terbuat dari karton atau plastik. Ada program yang selesai dalam satu menit, tapi ada pula yang hingga satu jam atau lebih. Namun yang lazim, satu program film bingkai suara (sound slide) lamanya berkisar antara 10-30 menit. Jumlah gambar (frame) dalam satu program pun bervariasi, ada yang hanya sepuluh buah, tetapi ada juga yang sampai 160 buah atau lebih. (Sadiman 1996:57).

(2) Film rangkai suara Berbeda dengan film bingkai, gambar (frame) pada film rangkai berurutan merupakan satu kesatuan. Ukurannya sama dengan film bingkai, yaitu 35mm. Jumlah gambar satu rol film rangkai antara 5075 gambar dengan panjang kurang lebih 100 sampai dengan 130, tergantung pada isi film itu. (Sadiman, 1997:61)

## 2) Fungsi Media Audio Visual

Fungsi media audio visual dipembelajaran dalam konteks komunikasi mempunyai fungsi yang luas, antara lain sebagai berikut :

### a) Fungsi Edukatif

Audio visual dapat menyampaikan pengaruh yang bernilai pendidikan, mendidik siswa serta masyarakat agar berfikir lebih kritis.

### b) Fungsi Sosial

Menyampaikan informasi yang autentik dalam berbagai bidang kehidupan dan juga konsep yang sama kepada setiap orangnya supaya memperluas pengenalan, pergaulan, pemahaman tentang orang dan adat istiadat serta cara bergaul.

### c) Fungsi Ekonomi

Dengan menggunakan media audio visual untuk pendidikan, pencapaian tujuan bisa efisiensi, penyampaian materi bisa menekan pemakaian biaya, serta waktu tanpa mengurangi efektifitas tujuan.

### d) Fungsi Budaya

Memberikan perubahan-perubahan dalam segi kehidupan manusia, bisa mewariskan dan juga meneruskan unsur-unsur seni yang ada di masyarakat.

## 3. Internet dan Media Sosial

Internet merupakan singkatan dari *interconnected network* karena fungsinya yang menghubungkan jaringan dari jaringan-jaringan komputer yang ada di dunia. (Yuhelizar, 2008:1). Secara definitif, internet adalah sebuah sistem jaringan yang menghubungkan berbagai komputer dari

berbagai belahan dunia untuk saling terhubung dan bertukar data serta bertukar informasi.

Salah satu bentuk baru dalam berkomunikasi menggunakan internet adalah media sosial. Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content. Web 2.0 menjadi platform dasar media sosial. Media sosial ada dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk social network, forum internet, weblogs, social blogs, micro blogging, wikis, podcasts, gambar, video, rating, dan bookmark sosial. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial: proyek kolaborasi (misalnya, wikipedia), blog dan microblogs (misalnya, twitter), komunitas konten(misalnya, youtube), situs jaringan sosial (misalnya facebook, instagram), virtual game (misalnya world of warcraft), dan virtual social (misalnya, second life) (Lesmana :10-11).

McQuail berpendapat bahwa fungsi utama media bagi masyarakat adalah sebagai berikut :

a) Informasi

Inovasi, adaptasi, dan kemajuan.

b) Korelasi

(1) Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi.

(2) Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan.

(3) Mengkoordinasi beberapa kegiatan.

(4) Membentuk kesepakatan.

c) Kesenambungan

(1) Mengekspresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan. khusus (subculture) serta perkembangan budaya baru.

(2) Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.

d) Hiburan

(1) Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi.

(2) Meredakan ketegangan sosial.

e) Mobilisasi

Mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan, dan kadang kala juga dalam bidang agama.

#### **4. Platform Audio Visual**

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi – bagikan foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari facebook yang memungkinkan teman facebook kita mem-follow – akun Instagram kita. Makin populernya Instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto membuat banyak pengguna yang terjun ke bisnis online turut mempromosikan produk – produknya lewat Instagram. (Nisrina, 2015: 137).

Media sosial Instagram adalah suatu alat penyampaian pesan (aplikasi) untuk bisa berkomunikasi dengan khalayak secara luas dengan saling berbagi foto atau video, yang didalamnya juga terdapat fitur – fitur lain seperti DM (direct message), comment, love dll.

Instagram punya dua pendiri. Yang pertama Kevin Systrom, yang telah dikenal oleh publik sebagai orang yang berkecimpung di dunia App.Systrom tumbuh di daerah pinggiran asri Boston yang dikenal dengan nama Holliston. Dia lulus dari Stanford University pada tahun 2006 dengan gelar ganda di bidang teknik dan manajemen. Lalu bergabung di Google selama dua tahun dengan tugas mengurus Gmail dan kemudian bekerja di tim Pengembangan Korporat. Dengan aktivitasnya yang banyak berkecimpung di dunia media sosial membuat Kevin ingin mengerjakan sesuatu yang merupakan miliknya sendiri. Kemudian Kevin Systrom meluncurkan startup teknologi pertamanya, karena latar belakangnya sebagai seorang pemogram, dia mampu mengelolanya dengan baik. Dia melihat potensi mobile dan ledakan besar App yang fokus pada check-in

berbasis lokasi. Setelah itu dia terjun ke dalam arus tersebut dengan sebuah website bernama Burbn.com. (George Berkowski, 2016:91).

Perkembangan Instagram sangatlah pesat dan dibuktikan dengan kepopuleran Instagram. Trend Instagram merupakan sebuah cara marketing yang memakai produk sebagai sarana komunikasinya. Kelebihan Instagram adalah memakai partisipasi publik sebagai corong iklan.

## 5. *Content Creator*

Menurut Coach B. yang diakses pada tahun 2020 pengertian *Content creator* adalah sebuah profesi yang membuat suatu konten baik berupa tulisan, gambar, video, suara ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Konten-konten tersebut dibuat untuk media, terutama media digital seperti, *Youtube, Snapchat, Instagram, WordPress, Blogger, dan Website* (Coach : 2020)

### 1) Tugas *content creator*

*Content creator* memiliki tugas antara lain :

- a) Mengumpulkan ide, data, dan melakukan riset serta membuat konsep untuk menghasilkan konten, baik berupa artikel ataupun video.
- b) Menghasilkan konten yang sesuai identitas dan branding yang sesuai diinginkan.
- c) Berusaha memenuhi tujuan yang disepakati dari sebuah konten. Misalnya promosi, edukasi, hiburan, dan memberi informasi.
- d) Menyesuaikan platform yang dipilih. Dengan hal ini *content creator* multi-platform.
- e) Mengevaluasi konten yang telah ditayangkan.

### 2) Kemampuan yang harus dimiliki *content creator*

Untuk mendukung penulisan naskah maupun artikel kepada khalyak, *content creator* harus memiliki kemampuan sebagai berikut :

#### a) Riset

Riset adalah hal pertama yang dilakukan *content creator* sebelum menulis, untuk mengolah data dan informasi yang akan ditulisnya.

- b) **Berpikir Kritis**  
Menggunakan logika dan penalaran untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari solusi alternatif, kesimpulan, ataupun pendekatan penanganan permasalahan yang ditangani.
- c) **Membaca**  
Membaca dan menulis adalah kegiatan yang berkesinambungan, *content creator* juga dituntut untuk rajin membaca, karena dengan membaca menulis akan mudah dilakukan. Membaca juga menambah wawasan.
- d) **Persuasi**  
Membujuk orang lain untuk mengubah pikiran dan perilaku mereka.
- e) **Kepekaan Sosial**  
Menyadari reaksi orang lain.
- f) **Kelancaran Ide**  
Kemampuan untuk menghasilkan banyaknya suatu ide dalam satu topik.
- g) ***Brainstorming***  
Teknik ini dalam penulisan secara lebih sederhana adalah bertujuan sebagai sarana penyaluran gagasan melalui komunikasi yang dilakukan secara tertulis dengan sistematis dan jelas maksud dan tujuannya.
- h) **Penyusunan Informasi**  
Kemampuan untuk mengatur berbagai hal maupun tindakan dalam urusan atau pola tertentu sesuai dengan aturan yang ditetapkan.
- i) **Ekspresi lisan**  
Kemampuan untuk mengkomunikasikan informasi dan ide ketika berbicara.
- j) **Visualisasi**  
Kemampuan untuk membayangkan bagaimana sesuatu akan terlihat setelah dipindahkan ke sekeliling atau bagian-bagiannya dipindahkan atau diatur ulang.

k) Menulis

Untuk mengkomunikasikan informasi dan ide dalam penulisan sehingga orang lain dapat mengerti.

l) Orisinalitas

Kemampuan untuk msndatangkan ide-ide yang tidak biasa.

## 6. Penulis Naskah

Penulisan skenario adalah salah satu aktivitas pada tahap praproduksi dalam proses pembuatan film. (Retty, 2013: 90-98). Penulis naskah atau penulis skenario adalah orang yang bertanggung jawab menuangkan ide atau gagasan ke dalam bentuk tulisan sesuai dengan pakem-pakem atau kaidah-kaidah penulisan naskah.

### 1. Fungsi Naskah

Menurut (Nugroho, 2007) dalam bukunya Cara Pinter Bikin Film Dokumenter banyak orang yang mengabaikan script. Kabanyakan sutradara hanya menggunakan treatment sebagai acuan pengambilan gambar. Berikut adalah fungsi script dalam film :

- a) Script adalah alat struktural dan organizing yang dapat dijadikan referensi dan guide bagi semua orang yang terlibat. Karena dengan script kamu dapat mengkomunikasikan ide filmmu ke seluruh kru produksi.
- b) Script juga penting untuk kerja kemareman, karena dengan membaca script, kameramen akan menangkap mood, peristiwa ataupun masalah-masalah teknis dengan kerja kamera nantinya.
- c) Dengan script juga kita akan tahu siapa-siapa saja orang yang kita butuhkan dan akan kita wawancarai sebagai narasumber dalam film kita.
- d) Script juga menjadi dasar bagi kerja bagian produksi, karena berdasarkan kebutuhan cerita dalam film, kita akan tahu berapa dana produksi yang dibutuhkan. Lokasi mana saja yang akan diperlukan, dan dimintai izin syuting. Berapa banyak wawancara. Serta riset apa saja yang dibutuhkan.
- e) Script juga menjadi guide bagi editor kita nantinya. Dengan script kita bisa memperlihatkan struktur film yang akan kita buat, bagaimana sequence-suquence yang dihubungkan. Walau editor nantinya akan



bekerja dengan editing script, namun pre-production script dibutuhkan sebagai pembanding oleh editor kita, agar film tidak melenceng jauh.

## 2. Tahapan Penulisan Naskah

Tahapan yang harus dilakukan ketika membuat naskah antara lain:

### a) Ide Cerita

Menurut Lutters (Lutters, 2004 :46) ide cerita adalah gagasan sebuah cerita yang nantinya akan dituangkan menjadi sebuah cerita dalam skenario. Selain karya seni rupa (lukisan dan patung) dan seni musik (tembang dan lagu) yang menjadi sumber ide, yang digunakan penulis naskah sebagai sumber ide antara lain;

#### (1) Riset

Riset hampir sama dengan observasi, namun diartikan lebih sebagai penelitian yang sifatnya mencari data kebenaran tentang suatu hal. (Lutterz, 2004:61) Penulis skenario yang baik tidak segan melakukan riset untuk memperkuat skenarionya. Riset dilakukan dengan cara pengamatan, wawancara, konsultasi dengan pakar, dan mencari referensi di perpustakaan.

#### (2) Sinopsis

Sinopsis adalah ringkasan cerita namun dalam sebuah cerita film sinopsis bukan hanya sekedar ringkasan cerita melainkan sebuah ikhtisar yang memuat semua data dan informasi dalam skenario. (Lutters, 2004:61) Sinopsis adalah ringkasan cerita atau garis besar cerita yang akan dikembangkan menjadi skenario . Dalam sinopsis terdapat informasi tentang; plot, motif, konflik, tokoh, lokasi, dan perkembangan waktu.

#### (3) Skenario Skenario adalah naskah cerita yang sudah lengkap dengan deskripsi dan dialog, telah matang, dan siap digarap dalam bentuk visual. (Lutters, 2004:90) Skenario adalah penjabaran cerita, di dalam penjabaran itu terkandung scene, babak, deskripsi mengenai tempat, waktu, penokohan dan dialog.

- b) Elemen Cerita Sebelum mulai menulis terlebih dahulu harus memahami elemen-elemen cerita yaitu; plot, struktur dramatik, karakter dan setting.
- (1) Plot Plot adalah hal yang wajib dalam membuat sebuah cerita.  
(Lutters, 2004:50) Plot merupakan suatu rangkaian cerita kejadian yang saling terkait dalam hubungan kausalitas atau sebab-akibat.
  - (2) Struktur Dramatik Struktur dramatik terdiri dari empat jenis, antara lain;
    - (a) Protasis Protasis merupakan pengenalan tokoh dan masalah.
    - (b) Epitasio Epitasio adalah masalah mulai muncul atau disebut penggawatan.
    - (c) Catastasis adalah puncak laku cerita yang dibuat atau disebut klimaks.
    - (d) Catastrophe Catastrophe adalah penutup sebuah cerita.
  - (3) Karakter Karakter atau tokoh adalah bahan yang paling aktif yang menjadi penggerak jalan cerita. Tiap tokoh memiliki kepribadian sehingga tokoh dikatakan memiliki sifat-sifat yang tiga dimensional yaitu; dimensi fisiologi, dimensi sosiologi, dan dimensi psikologi.
  - (4) Setting Setting adalah tempat cerita ingin ditempatkan atau diwadahi.  
(Lutters, 2004 :56)

## **7. Proses Produksi**

### **1) Pra Produksi**

Latief dan Utud (2015: 146) menyebutkan pra produksi (pre production) adalah tahapan pelaksanaan pembahasan dan pencarian ide, gagasan, perencanaan, pemilihan pengisi suara (talent), lokasi dan kerabat kerja (kru). Menjadi sebuah cerita yang dapat dinikmati dan menumbuhkan emosi audiens, maka diperlukan konsep dasar mengenai struktur cerita. Menurut Aristoteles dalam Akbar (2015: 60 – 61) pada umumnya, struktur narasi cerita dibagi menjadi 3 bagian yang membangun struktur cerita utuh. Hal ini disebut struktur tiga babak (three act structure), meliputi :

a) Awal (babak pertama) Bagian awal adalah bagian yang menjelaskan tentang apa yang akan terjadi, termasuk informasi mengenai tokoh dalam cerita serta setting ruang dan waktu terjadinya cerita. Pada babak awal juga memunculkan adegan untuk menggugah perasaan atau emosi tertentu sehingga audiens tertarik untuk mengikuti perkembangan cerita selanjutnya. Di bagian akhir babak ini, terdapat titik peralihan peristiwa dan kondisi baru terjadi kepada para tokoh sehingga mereka harus menyesuaikan diri dengan melakukan tindakan atau mengambil keputusan baru.

b) Tengah (babak kedua) Pada bagian tengah cerita, menggambarkan tokoh protagonis yang sedang menghadapi hambatan dalam mencapai tujuannya dan berusaha mencari sebuah solusi. Pada akhir babak ini, memperlihatkan bahwa segala sesuatunya menjadi semakin buruk sebelum mencapai sesuatu yang lebih baik. Situasi dan kesulitan yang dihadapi protagonis menjadi semakin rumit

c) Akhir (babak ketiga) Bagian ini adalah klimaks cerita, yaitu puncak dari konflik dimana cerita akan mengalami titik ketegangan tertinggi. Setelah konflik berakhir, maka tercapailah penyelesaian masalah dan anti klimaks berakhir pada kesimpulan cerita. Untuk mengefektifkan struktur cerita yang sudah terbangun secara utuh, maka diperlukan tahapan proses menulis skenario. Elemen skenario menurut Set (2005: 76) dibedakan menjadi 2 kategori, yaitu elemen dasar dan elemen – elemen editing.

Elemen skenario dasar, meliputi :

- (1) Nama karakter.
- (2) Dialog.
- (3) Scene (slugline, scene header).

Scene adalah urutan – urutan adegan yang sudah ditata dan diurutkan menjadi sebuah kesatuan cerita. Scene merupakan perkumpulan dari beberapa sequence (bagian). Sedangkan sequence merupakan perkumpulan dari beberapa shot.

## 2) Produksi

Produksi menurut Latief dan Utud (2015: 152) adalah upaya mengubah naskah menjadi bentuk audio video (AV). Produksi berupa pelaksanaan perekaman gambar atau siaran langsung. Pada tahap ini, hanya melakukan apa yang sudah direncanakan pada tahap pra produksi.

## 3) Pasca Produksi

Pasca Produksi menurut Latief dan Utud (2015: 152) adalah tahapan akhir dari proses produksi. Dalam tahapan pasca produksi program yang sudah direkam harus melalui beberapa proses, diantaranya editing offline, editing online, insert graphic, narasi, effect visual dan audio serta mixing.

## 4) Editing

Menurut Latief dan Utud, (2015: 152) editing adalah penyuntingan, pemotongan, penyambungan, merangkai pemotongan gambar secara runtut dan utuh dari bagian – bagian dari hasil rekaman gambar dan suara Editing dibagi menjadi :

### (1) Offline editing

Offline editing yaitu editing awal untuk memilih gambar yang baik dari rekaman asli hasil liputan (master shooting). Offline editing dapat juga dilakukan dengan menambahkan gambar dari stock shot atau footage lain sesuai kebutuhan materi program.

### (2) Online editing

Merupakan tahap lanjutan dari editing offline. Materi yang sudah tersusun pada editing offline, disempurnakan audio video dengan menambahkan effect visual, telop, template atau running text.

### a) Mixing

Menurut Latief dan Utud (2015: 152) Mixing adalah tahapan menyesuaikan menyelaraskan, menyeimbangkan suara dan memberikan efek suara berupa musik pada program (adegan) dengan memperhatikan kepentingan gambar yang ditampilkan, misalnya gambar di tepi jalanan bisa ditambahkan dengan efek

suara kendaraan bermotor atau ilustrasi music, untuk memberikan sentuhan emosi, keindahan, keharmonisan program tersebut.

b) Coloring

Coloring merupakan pemberian efek warna yang dilakukan pada saat editing untuk mengoreksi warna yang sesuai dengan konsep video. Dalam efek warna ini bisa digunakan untuk mengurangi corak yang tajam yang diakibatkan oleh kemampuan kamera yang kurang memadai. Sehingga dari campuran warna tersebut, akan memperkuat dramatik dari film tersebut.

## 8. *Motion Graphic*

Menurut Jurnal *Pembuatan Motion Graphics* sebagai Media Sosialisasi dan Promosi untuk Aplikasi *Mobile Trading Online Mandiri Sekuritas* pengertian *Motion graphic* adalah gabungan dari potongan-potongan desain yang berbasis media visual yang menggabungkan bahasa film dengan desain grafis, seperti memasukan elemen-elemen yang berbeda seperti desain 2D atau 3D, animasi, video, ilustrasi, fotografi, dan musik. Termasuk di dalamnya yaitu, tipografi dan grafis yang dapat terlihat sebagai judul untuk film, pembuka program televisi, bumper, dan elemen – elemen grafis yang muncul di televisi. Namun, video atau film dari objek yang bergerak belum dikategorikan sebagai bagian dari *motion graphics*, kecuali jika video atau film tersebut dikombinasikan dengan beberapa elemen desain, seperti bentuk, jenis, atau baris(Putri, 2017:85).

Dari pengertian di atas penulis menyimpulkan *motion graphich* yaitu sebuah gabungan dari beberapa elemen yang berbasis media visual.