

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tahapan Pembuatan

Dari penjabaran data yang ada, penulis akan membuat konten yang berisikan informasi mengenai topik *soft news* di media sosial khususnya TikTok dengan format audio-visual. Oleh sebab itu, penulis membagi tahapan pembuatan karya menjadi praproduksi, produksi dan pascaproduksi agar karya yang dihasilkan lebih terfokus.

3.1.1 Praproduksi

Praproduksi merupakan semua tahapan persiapan sebelum masuk ke tahap produksi. Semakin baik perencanaannya semakin memudahkan juga dalam proses produksinya (Fachruddin, 2017). Dalam praproduksi ini penulis akan merencanakan topik, konsep video serta teknis agar proses pembuatan konten lebih terarah.

Berdasarkan dari pemaparan konsep yang sudah dijelaskan pada bab dua penulis menentukan media TikTok yang akan menjadi media utama penulis. Oleh sebab itu, dalam tahap ini penulis menentukan nama media serta membuat akun agar nantinya *username* bisa digunakan,

Selanjutnya untuk pemilihan topik penulis memfokuskan pada topik *fashion* dan *beauty* dalam pembuatan konten media Infokala. Kedua tema ini akan dibagi menjadi masing-masing tiga pembahasan pokok yang nantinya topik tersebut akan dijabarkan dengan *angle* berita yang berbeda-beda menyesuaikan untuk lima rubrik yang dibuat. Berikut penjabaran perencanaan lima rubrik tersebut.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Tabel 3.1 Tabel Segmen Infokala

No	Segmen	Keterangan
1.	Epskala	Segmen yang berisi informasi pembuka mengenai topik yang akan dibawakan. Tujuannya untuk menjelaskan latar belakang pemilihan topik dan membuka awalan episode
2.	Trendz	konten berisi informasi mengenai <i>fashion</i> dan <i>beauty</i> yang pernah atau sedang populer berdasarkan topik utama yang dibawakan
3.	Askala	konten tentang pandangan masyarakat atau <i>vox pop</i> terkait topik yang dibawakan.
4.	Tips & tricks	konten yang berisi tips serta trik yang bermanfaat untuk penonton.
5.	Kalariosity	Segmen yang berdurasi lebih panjang dari yang lain. Segmen ini berisi wawancara dengan narasumber terkait topik utama yang bertujuan untuk mendapatkan informasi lebih mendalam.

Setelah rancangan topik ditentukan, penulis melakukan riset terkait isi konten. Secara umum riset adalah sebuah usaha untuk menemukan sesuatu. Tujuannya adalah untuk menjelaskan suatu fakta dan memahami hubungan antar fakta (Kriyantono, 2014). Riset topik yang penulis lakukan diambil dari berbagai sumber yang kredibel, terbaru, menarik dan informatif untuk audiens. Riset dilakukan agar isi konten bukan hanya sekedar hiburan namun lebih edukatif dan informatif sehingga menambah wawasan untuk audiens. Berikut penjabaran rencana isi enam topik utama untuk konten Infokala.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Tabel 3.2 Tabel Isi Konten Fashion

No	Topik Fashion	Keterangan
1	Sustainable Fashion	Episode ini membahas terkait isu <i>fashion</i> yang ramah lingkungan. Mulai dari alasan dampak yang ditimbulkan industri <i>fashion</i> , pendapat masyarakat terkait <i>sustainable fashion</i> , serta informasi lainnya.
2	Athleisure	Topik ini membahas mengenai bagaimana prediksi tren athleisure yang akhirnya mulai hits selama pandemi. Tips padu padan pakaian hingga bagaimana tren ini kedepannya akan dibahas lebih dalam disini.
3	Korean Style	Membahas mengenai tren <i>fashion</i> korea yang mulai masuk ke Indonesia. Mulai dari pembahasan awa mula masuknya budaya ini, <i>fashion</i> yang sedang populer, tips dan trik serta wawancara dengan narasumber

Tabel 3.3 Tabel Isi Konten Beauty

No	Topik Beauty	keterangan
1	Pria & Skincare	Membahas mengenai pentingnya pria menggunakan produk perawatan kulit yang bertujuan untuk mengurangi stigma masyarakat terkait pria yang menggunakan skincare.
2	Skinimalism	Topik ini akan membahas mengenai bagaimana prediksi tren skinimalism mulai disukai oleh masyarakat.
3	Sunscreen	Membahas mengenai pemahaman dasar dari pentingnya penggunaan sunscreen serta pengaruh sunscreen dalam perawatan wajah sehari-hari.

Seluruh topik dipilih dan dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok yaitu berdasarkan isu, prediksi tren, serta tren yang sering menjadi pembicaraan di Tiktok. Semua topik utama diatas, akan dibuat lima angle berita yang menghasilkan sekitar 30 video. Durasi untuk tiap kontennya akan berbeda menyesuaikan dengan isi informasinya.

Selain mencari dari berbagai data, salah satu sumber penting untuk mengonfirmasi agar berita bukan hanya sekedar karangan adalah dengan melakukan wawancara. Untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap, wawancara dengan narasumber yang tepat menjadi hal untuk memperoleh informasi lebih mendalam. Pada tahap ini penulis mulai untuk menentukan narasumber yang akan diwawancarai serta membuat daftar pertanyaan. Rencananya Infokala akan mewawancarai enam narasumber ahli atau berpengalaman sehingga informasi lebih akurat dan terpercaya. Lalu Infokala juga akan mewawancarai masyarakat (*voxpop*) terkait pendapat mereka mengenai topik yang sedang dibahas.

Selanjutnya, setelah semua data terkumpul penulis merancang naskah untuk membantu presenter dalam memberikan informasi agar sampai kepada audiens. Naskah dibuat menyesuaikan durasi TikTok yaitu maksimal tiga menit sehingga naskah harus padat, singkat, dan memuat seluruh isi berita agar informasi dapat dipahami oleh audiens.

Untuk membuat video tidak terasa kosong dan setiap segmennya mempunyai ciri khas, penulis membuat rancangan desain logo penanda agar memudahkan audiens dalam memilih dan mengetahui kategori konten yang disukai. Selain itu, TikTok juga menggunakan istilah kelucu (*Thumbnail*) atau gambaran singkat pada format kover video yang ingin diunggah. Oleh karena itu, penulis juga membuat rancangan kover sehingga seluruh konten terlihat lebih rapi dan terstruktur. Pada proses pembuatan seperti kover video dan logo penulis akan menggunakan aplikasi Adobe Photoshop serta aplikasi yang sudah menyediakan desain seperti Canva.

Setelah seluruh konsep dan data selesai. Penulis menyiapkan beberapa kebutuhan teknis sebelum masuk dalam tahap produksi. Beberapa alat yang

3.1.3 Pascaproduksi

Pascaproduksi adalah tahapan akhir dari proses pembuatan video. Dalam tahap ini penulis akan melakukan editing dan melakukan transkrip wawancara dari hasil perekaman. Editing yang dilakukan menggunakan Adobe Premiere dan Filmora. Video akan dibuat semenarik mungkin dengan menambahkan hasil kover, logo penanda, GIF, ilustrasi, serta teks atau *caption* untuk memudahkan penonton dalam memahami isi konten.

Selanjutnya, hasil video yang sudah selesai melewati tahap perekaman suara ulang agar hasil audio menjadi lebih jernih dan terdengar jelas. Setelah video selesai, penulis akan melakukan tahapan pengecekan akhir untuk memastikan isi konten, suara, dan visual sudah sesuai dengan rancangan konsep video dan siap untuk diunggah. Selanjutnya, penulis akan melakukan promosi melalui media sosial untuk menjangkau penonton.

3.2 Anggaran

Untuk mendukung jalannya proses pembuatan karya ini, berikut adalah perkiraan anggaran biaya untuk seluruh produksi konten yang dimana prosesnya dilakukan secara virtual:

Tabel 3.4 Tabel Anggaran

No.	Keterangan	Jumlah Harga
1.	Microphone	Rp230.000
2	Tripod	Rp150.000
3.	Kamera	Rp6.000.000
4.	Laptop	Rp10.000.000
5.	Narasumber	Rp500.000
6.	Internet Myrepublic	Rp300.000
7.	Dana tak terduga	Rp300.000
Total		Rp17.480.000

3.3 Target Luaran/Publikasi

Hasil karya yang dihasilkan berupa konten kemasan berita jurnalistik dengan konsep *homeless media* bernama Infokala di TikTok. Hasil konten berbentuk video potrait dengan durasi maksimal tiga menit. Untuk konten wawancara dengan narasumber, maksimal waktu adalah 20 menit yang hasilnya akan dipotong per bagian sehingga muat dalam format durasi maksimal TikTok. Dalam sehari akan ada minimal dua konten yang diunggah sehingga dalam seminggu akan ada dua topik pembahasan.

Platform YouTube akan menjadi media tambahan untuk mengunggah konten wawancara yang berdurasi lebih lama. Hal ini dilakukan, untuk memberi pilihan kepada penonton yang ingin melihat video dengan versi berbeda.

Agar konten ini dapat ditonton oleh lebih banyak audiens maka penulis akan melakukan promosi. Penulis akan membuat dan melakukan promosi melalui media sosial TikTok dan Instagram Infokala serta menyebarkan tautan melalui akun pribadi penulis. Target penonton dari media Infokala adalah generasi muda pengguna media sosial khususnya TikTok yang sangat dekat dengan teknologi dengan tujuan memberikan informasi mengenai topik *fashion* dan *beauty*.

