

BAB III

RANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan

Sight, Sound, Motion: Applied Media Aesthetics karya Herbert Zettl (2014), menjelaskan tiga tahapan dalam pembuatan karya audio visual, yakni praproduksi, produksi, dan pascaproduksi.

3.1.1 Pra-produksi

Langkah awal yang dilakukan oleh penulis sebelum membuat karya program video, yaitu mengembangkan ide dan konsep karya audio visual. Mulai dari menentukan tema besar, topik episode, hingga rencana pengemasan video yang akan diproduksi.

3.1.1.1 Merancang Ide dan Konsep

Sebelum melakukan produksi, penulis membuat rancangan ide terkait karya yang direncanakan. Dengan merancang ide, penulis dapat mengetahui gambaran terkait apa saja yang akan diliput. Akhirnya, penulis menemukan ide untuk melakukan liputan langsung di Bali, mengingat bahwa Bali merupakan destinasi wisata yang lekat dengan unsur adat dan budaya. Sembari tim dan penulis melakukan riset mengenai keunikan apa saja yang ada di Bali, penulis justru menemukan beberapa pemberitaan artikel mengenai salah satu budaya dan tempat di Bali yang kerap mendapat impresi negatif dari masyarakat. Misalnya saja, pada 2022 kanal *news.okezone.com* membuat sebuah berita berjudul *Mengenal Tradisi Unik Ciuman Massal Usai Nyepi di Bali*. Kemudian, pada 2023 melalui kanal berita yang sama juga membuat berita berjudul *Omed-omedan, Tradisi*

Ciuman Massal Remaja Denpasar yang Digelar Setelah Nyepi Berakhir.



Gambar 3.1.1.1.1: Tangkapan layar kanal *news.okezone.com*

Sumber: *news.okezone.com*

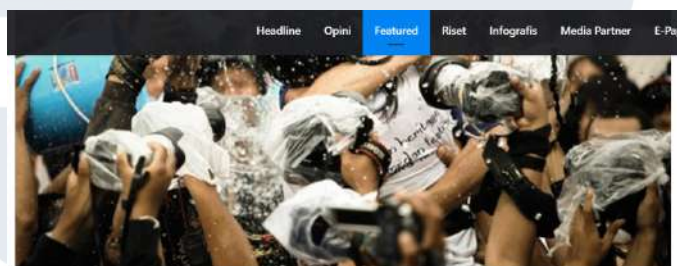
Selain itu, pada 2022 melalui artikel *wisata.harianjogja.com* juga membuat berita berjudul *Mengenal Tradisi Ciuman Massal di Bali, Khusus bagi yang Single*. Pengambilan *framing* yang dilakukan media arus utama ini menyebabkan hiperealitas yang dapat merusak citra budaya tersebut karena menimbulkan kontra di masyarakat.



Gambar 3.1.1.1.2: Tangkapan layar kanal *wisata.harianjogja.com*

Sumber: *wisata.harianjogja.com*

Ketiga artikel berita tersebut juga memiliki kesamaan, yaitu tidak adanya penjelasan mengenai konteks ciuman yang boleh dilakukan oleh muda-mudi Banjar Sesetan. Berbeda dengan artikel yang ditayangkan *aksarapers.com* pada 2021 berjudul *Omed-Omedan, Tradisi Ciuman Massal di Bali*. Meskipun memiliki judul berita yang terkesan kontroversial, dalam berita tersebut menekankan bahwa konteks ciuman yang dilakukan oleh tradisi tersebut tidak sembarangan dilakukan. Aturan dalam tradisi adalah tidak boleh melakukan ciuman antar bibir, tambah penjelasan dalam artikel tersebut.



AksaraFeature, Bandung (09/07/2021) – Tradisi ciuman massal atau yang biasa dikenal oleh masyarakat Bali dengan nama *Omed-omedan* adalah sebuah acara yang dilakukan sehari setelah perayaan hari raya Nyepi oleh warga Denpasar Bali. Tapi kalian jangan berfikir *negative* terlebih dahulu karena ciuman massal ini dilakukan karena untuk menerapkan rasa saling asah atau yang biasa kita kenal dengan rasa saling kasih sayang. Biasanya acara ini dilakukan oleh para anak muda berumur 17-30 tahun dan mereka belum menikah.

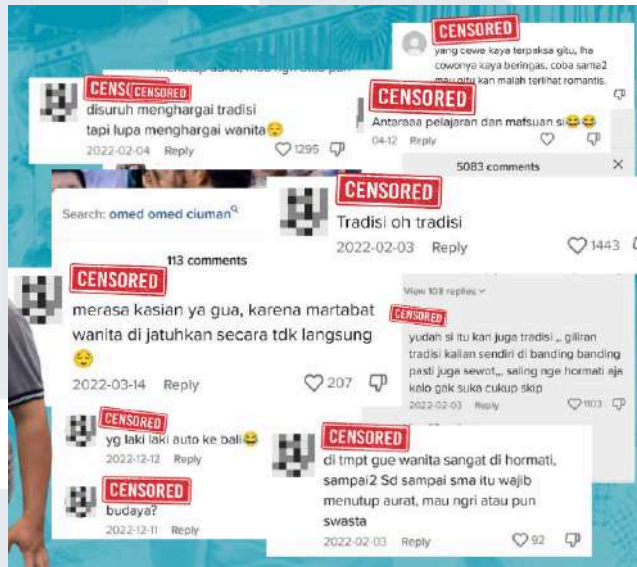
Tetapi Menurut cerita yang ada, tradisi ini pernah ditiadakan, namun secara tiba-tiba di tengah desa muncul dua ekor babi hutan yang saling bertarung. Masyarakat setempat menganggap hal ini sebagai pertanda buruk, sehingga sepeuh desa segera memanggil kembali para muda-mudi untuk berkumpul dan melakukan tradisi *Omed-omedan*. Tetapi di dalam *Omed-omedan* ada aturan yang harus diikuti yaitu kita tidak boleh asal cium seperti mencium bibir karena ini dinilai melanggar tradisi. Kita hanya dibolehkan untuk mencium jidat atau pipi. Sampai sekarang tradisi tersebut rutin dilakukan oleh masyarakat Bali apalagi yang tinggal di Denpasar karena mereka menganggap ini sebuah warisan leluhur dan perlu mereka lestarikan.

Gambar 3.1.1.1.3: Tangkapan layar kanal *aksarapers.com*

Sumber: *aksarapers.com*

Selain itu, penulis juga melakukan riset dengan menonton cuplikan tradisi *omed-omedan* melalui media sosial. Seandainya saja, publik yang skeptis lalu mencari tahu informasi tradisi *omed-omedan* melalui artikel berita seperti contoh di atas, tentu publik akan semakin

mem-*framing* buruk tradisi Bali yang satu ini. Hasilnya, banyak publik yang menilai bahwa tradisi ini dianggap tidak layak karena bersifat merendahkan martabat seseorang atau sekelompok orang.



Gambar 3.1.1.1.4: Tangkapan layar kompilasi komentar netizen

Sumber: Olahan penulis

Dibekali rasa penasaran yang besar, penulis memutuskan untuk mengangkat topik berdasarkan kasus *framing* yang diberikan media massa terhadap tempat dan budaya tersebut. Topik tersebut penulis jabarkan menjadi dua bagian sebagai berikut.

- a. Tradisi Omed-Omedan dari Desa Adat Sesetan, Denpasar Selatan yang disebut sebagai tradisi ciuman massal. Pemberitaan dan dokumentasi yang beredar di media sosial mengenai Tradisi Omed-omedan ini menimbulkan banyak persepsi negatif dari audiens. Produk yang dihasilkan adalah empat desain grafis dan delapan video pendek,
- b. Dusun Muntigunung yang disebut sebagai salah satu dusun penghasil gelandangan dan pengemis. Pemberitaan tersebut justru membuat audiens mengganti sebutan gelandangan

dan pengemis di Bali dengan sebutan “Munti”. Topik mengenai Dusun Muntigunung menghasilkan produk yang mencakup lima desain grafis dan delapan video pendek.

Penentuan topik dilakukan dengan melakukan riset terhadap artikel-artikel berita *online* yang ramai membicarakan tentang isu-isu terkait. Hasil riset yang diperoleh lalu dikumpulkan ke dalam satu *file* sehingga mempermudah penulis dalam memahami latar belakang kasus yang terjadi saat memproduksi karya di lapangan. Penulis juga menggunakan teknik analisis *framing* model Entman untuk mengelompokkan elemen yang dibutuhkan dalam rancangan tiap episode karya melalui tabel berikut.

Teknik Framing	Tradisi Omed-omedan	Dusun Muntigunung
<i>Problem Identification</i>	Penggunaan <i>framing</i> Omed-omedan sebagai tradisi ciuman massal oleh media arus utama mengarahkan perhatian pada aspek dramatis tanpa memberikan pemahaman terkait konteks, makna dan nilai budaya yang sebenarnya. Hal ini memunculkan kekeliruan dalam menanggapi tradisi omed-omedan sebagai sesuatu yang tabu.	Penggunaan <i>framing</i> Dusun Muntigunung oleh media arus utama sebagai dusun penghasil gelandangan dan pengemis menciptakan hiperealitas dalam pemahaman masyarakat terhadap dusun tersebut. Penyajian <i>framing</i> tersebut memunculkan cap negatif terhadap seluruh masyarakat Muntigunung.
<i>Causal Interpretation</i>	Penerapan <i>framing</i> yang menggunakan perspektif sensasional menarik perhatian dan menimbulkan kontra bagi audiens. Media arus utama justru mengabaikan penjelasan	Media arus utama membingkai pandangan bahwa masyarakat Muntigunung adalah korban dari kepercayaan akan kutukan nenek moyang tanpa mempertimbangkan

	mengenai omed-omedan sehingga menciptakan hiperealitas tanpa memahami aspek lain seperti agama, sosial, dan budaya.	faktor lain yang mempengaruhi kondisi masyarakat di sana.
<i>Moral Identification</i>	Pembingkaian tersebut memunculkan kontra dari masyarakat karena pandangan negatif terhadap tradisi budaya Bali dan memandang sebelah mata peserta dan masyarakat Sesetan yang melakukan tradisi omed-omedan.	Pembingkaian yang selalu berfokus pada gelandangan dan pengemis memunculkan dehumanisasi dari khalayak ke masyarakat Muntigunung karena cap yang diberikan.
<i>Treatment Recommendation</i>	Menyajikan informasi alternatif dengan menjelaskan konteks budaya, makna, dan nilai yang mendasari tradisi omed-omedan tanpa merusak citra budaya tersebut, menyajikan cerita dari perspektif masyarakat Sesetan agar lebih berimbang.	Menyajikan informasi alternatif yang menjelaskan faktor-faktor lain secara mendalam, menyajikan cerita dari perspektif masyarakat Muntigunung agar lebih berimbang.

Tabel 3.1.1.1.1: Teknik *framing* Entman

Sumber: Olahan penulis

Setelah menentukan ide, penulis juga memutuskan untuk mengemas karya dengan menerapkan konsep *mobile journalism*. Konsep *mobile journalism* yaitu produksi menggunakan alat berupa ponsel pintar dengan format vertikal. Penulis juga merencanakan distribusi karya menggunakan platform media sosial Instagram.

3.1.1.2 Melakukan Riset dan Rencana Distribusi

Sebelum memproduksi karya ke lapangan, penulis membuat riset terlebih dahulu. Penulis memperoleh data melalui riset di internet, seperti artikel, Youtube, hingga menjelajahi media sosial baik Instagram maupun Tiktok. Riset yang diperoleh akan penulis kumpulkan ke dalam satu tabel. Tabel tersebut mencakup urutan postingan yang nantinya akan dipublikasi, serta keterangan mengenai konten apa saja yang akan penulis produksi. Sebagai gambaran, penulis akan melampirkan salah satu tabel riset di bawah ini.

RISET BECAK
“Tradisi Omed-omedan”

GRID	KETERANGAN
Post 1	<p><i>Desain postingan mengenai fakta Perayaan Nyepi.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Slide 1: Menjelaskan bahwa Nyepi hanya dirayakan oleh umat hindu di Bali, perayaan Nyepi menjadi inspirasi PBB untuk melaksanakan <i>World Silent Day</i></i> - <i>Slide 2: Menjelaskan bahwa ada beberapa upacara wajib baik sebelum dan setelah Nyepi.</i>
Post 2	<p><i>Video host menarik mengenai fakta Perayaan Nyepi di Bali</i> <i>(Script di docs)</i></p>
Post 3	<p><i>Desain postingan mengenai kutipan narasumber 1.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Slide 1: Berisi kutipan narasumber I (I Gede Anom sebagai budayawan)</i> - <i>Slide 2: Foto dari Narasumber</i>
Post 4	<p><i>Video host menarik mengenai wawancara narasumber I (I Gede Anom, Budayawan)</i> <i>(Script di docs)</i></p>
Post 5	<p><i>Desain postingan mengenai kontroversi Tradisi Omed-omedan.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Slide 1: Membahas mengenai salah satu tradisi dalam perayaan ngembak geni, yakni tradisi omed-omedan. Omed-omedan sendiri merupakan tradisi yang salah diartikan sebagai tradisi ciuman massal.</i> - <i>Slide 2: Membahas bahwa di media massa dan sosial media tradisi omed-omedan di-framing-kan sebagai tradisi ciuman sehingga menimbulkan</i>

	<p>impresi negatif</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Slide 3</i>: Tangkapan layar mengenai komentar netizen mengenai tradisi omed-omedan.
Post 6	<p><i>Video host menarik mengenai sejarah tradisi omed-omedan</i> <i>(Script di docs)</i></p>
Post 7	<p><i>Video liputan lapangan mengenai tradisi omed-omedan (Dipecah menjadi tiga video berbeda).</i> <i>(Script di docs)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Video 1: <i>Host</i> menjelaskan mengenai sejarah tradisi omed-omedan - Video 2: <i>Host</i> menjelaskan pengalaman liputan di lokasi, keseruan dari tradisi omed-omedan - Video 3: Cuplikan sekilas mengenai tradisi omed-omedan di lapangan - Video 4: <i>Host</i> menjelaskan dan memberikan bukti konkrit dari kontroversi yang tersebar di media sosial.
Post 8	<p><i>Desain postingan mengenai kutipan narasumber 2.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Slide 1</i>: Berisi kutipan narasumber II (I Made Sudama sebagai Kelian Desa Adat Sesetan)
Post 9	<p><i>Video host menarik mengenai wawancara narasumber II (I Made Sudama, Kelian Adat setempat)</i> <i>(Script di docs)</i></p>

Tabel 3.1.1.2.1: Riset berdasarkan olahan penulis

Sumber: Olahan penulis

3.1.1.3 Melakukan Persiapan Liputan

Menurut Herbert Zettl (2014), tahap akhir dalam proses pra-produksi adalah melakukan persiapan sebelum produksi liputan. Dalam persiapan liputan ini mencakup penentuan lokasi, jadwal, hingga pengadaan peralatan. Hal ini bertujuan agar proses produksi yang dilakukan kedepannya dapat berjalan lancar. Berikut persiapan liputan yang dilakukan penulis:

a. Menentukan Lokasi Liputan

Dengan pertimbangan mengenai tema yang akan dibawakan, penulis tidak bisa sembarangan menentukan lokasi

liputan. Berpegang pada fakta bahwa tidak semua desa di Bali memiliki budaya yang sama, maka penulis memutuskan untuk melakukan liputan di mana sumber sejarah dari topik yang penulis bawakan berasal. Misalnya, salah satu topik mengenai Tradisi Omed-omedan yang hanya dimiliki oleh Banjar Seseetan, Denpasar Selatan. Maka, penulis akan langsung berkunjung ke Desa Adat setempat untuk melakukan perizinan liputan berbekal surat izin liputan yang telah dikeluarkan pihak universitas.

b. Menentukan Narasumber dan Daftar Pertanyaan

Narasumber memegang peran penting dalam pembuatan konten karena narasumber menjadi pemegang informasi yang akan disampaikan penulis. Untuk memperoleh informasi yang akurat dan berdasarkan fakta, diperlukan narasumber yang memiliki kredibilitas di bidangnya. Dalam konteks ini, penulis telah menetapkan beberapa narasumber yang memiliki kemampuan memahami sejarah dari tradisi terkait baik secara general maupun kompleks. Beberapa di antaranya adalah budayawan Bali hingga pemimpin adat desa setempat.

Setelah memutuskan narasumber siapa yang akan diwawancarai, penulis tidak lupa untuk membuat daftar pertanyaan. Daftar pertanyaan yang dibuat berbekal keresahan yang dialami penulis dan riset mendalam dari berbagai sumber di media. Diharapkan, jawaban narasumber itu menjadi sumber informasi penting bagi penulis dalam menyampaikan karya berupa video.

c. Mempersiapkan Alat

Sebelum melakukan liputan ke lapangan, penulis tentunya harus mempersiapkan peralatan sebagai penunjang kebutuhan

produksi video. Memiliki konsep video *mobile journalism*, penulis menggunakan gawai sebagai alat utama dalam proses praproduksi, produksi, hingga pascaproduksi. Namun, untuk memperoleh hasil gambar berkualitas, penulis juga beberapa kali menggunakan kamera sebagai alat penunjang.

Alat yang Digunakan	Jumlah
Gawai	3
Kamera Mirrorless	2
Tripod	1
Ring Light	1
Laptop	2
Memory Card	3
Baterai Kamera	3
Charger Ponsel	3
Sarung Ponsel Anti Air	2

Tabel 3.1.1.3.1: Persiapan alat berdasarkan olahan penulis

Sumber: Olahan penulis

d. Menentukan Peran Rekan Kerja

Pelaksanaan skripsi berbasis karya ini tentu tidak bisa dilakukan sendirian. Oleh karena itu, penulis beserta rekan lainnya memutuskan untuk membentuk sebuah tim yang mampu untuk mempertanggungjawabkan pembuatan skripsi karya berbasis video ini bersama-sama. Tidak sembarangan, penulis tentu memilih rekan tim yang memiliki pengalaman dan kemampuan di bidang yang berbeda dengan penulis. Di sisi lain, tim yang terbentuk diharapkan mampu untuk bekerja sama,

berkomunikasi dengan baik, hingga mampu memberi kritik dan saran mengenai proyek yang dikerjakan.

3.1.2 Produksi

Setelah rancangan pra-produksi selesai dilakukan, penulis berlanjut ke tahap selanjutnya, yakni tahap produksi. Zettl (2014) menyebutkan bahwa tahapan produksi merupakan tahapan merealisasikan visi yang telah direncanakan dalam tahap pra-produksi. Dalam tahapan produksi, *host* dan kru melakukan perekaman hingga pengaturan berbagai aspek yang dibutuhkan dalam karya menggunakan alat yang telah dipersiapkan sebelumnya.

Dalam pelaksanaannya, produksi dilaksanakan secara langsung di Pulau Bali terhitung sejak Maret 2023 dengan kurun waktu lebih kurang delapan bulan. Dalam pelaksanaannya, penulis melakukan wawancara dan mendokumentasikan narasumber.

Penulis melakukan wawancara dengan beberapa narasumber yang berkaitan langsung dengan sejarah adat dan budaya yang dimiliki setiap desa yang dikunjungi. Berikut beberapa narasumber yang diwawancarai penulis:

1. Kelian (Ketua) Adat
2. Perbekel (Pemimpin Pemerintahan) Desa
3. Direktur Yayasan
4. Perwakilan Pengurus Yayasan
5. Budayawan

Di sisi lain, penulis dan tim juga mengikuti alur kegiatan yang dilakukan di desa-desa yang berkaitan sembari mengambil beberapa cuplikan video. Penulis juga menggunakan pendekatan *human interest* dari

masyarakat desa yang dikunjungi untuk menangkap dan menyampaikan pesan dari masyarakat.

Setelah melakukan liputan yang panjang, penulis mengambil jeda sejenak sembari membuat transkrip dari wawancara narasumber. Hasil transkrip itu nantinya akan penulis pilah bersama dengan riset yang dibuat sebelumnya. Setelah memperoleh kesimpulan, penulis akan membuat naskah dengan durasi yang ditetapkan setiap videonya. Naskah akan menjadi bahan *voice over* penulis baik sebagai narasi video, maupun sebagai *host* dalam video. Selain liputan lapangan dan pembuatan naskah, dalam tahap produksi ini penulis juga melakukan syuting video narasi *host* di depan kamera.

Dalam proses produksi ini, penulis tentu saja tidak bekerja sendiri. Di lapangan, penulis bertanggung jawab sebagai produser yang mengarahkan rekan penulis dalam pengambilan gambar. Penulis juga turut mengambil dokumentasi tambahan sebagai bentuk komitmen terhadap karya yang dikerjakan.

3.1.3 Pascaproduksi

Setelah proses produksi selesai dilakukan, tahapan selanjutnya yang dilakukan adalah pascaproduksi. Tahapan ini mencakup penyuntingan gambar, penyesuaian audio, pemilihan efek khusus. Proses pascaproduksi menjadi bagian tersulit yang dialami penulis dan tim karena membutuhkan waktu yang tidak singkat.

Dalam pelaksanaannya, penulis dan rekan harus memilah dokumen apa saja yang diperlukan dalam karya video. Setelah memilih video, penulis juga harus memindahkan dokumen agar bisa melanjutkan penyuntingan. Di sisi lain, dokumen juga bisa disimpan untukantisipasi hal yang tidak diinginkan. Penulis membagi penyuntingan ke dalam dua tahapan. Pertama,

penyuntingan kasar (*rough cut*) mencakup potongan video yang telah dipilih dan disusun rapi untuk mewakili narasi yang disampaikan penulis dalam bentuk audio. Sedangkan, tahap penyuntingan akhir (*mixing*) mencakup pemberian efek agar video tidak menjenuhkan, menyelaraskan *voice over* narasi penulis, dan memberikan musik latar yang sesuai.

Setelah penyuntingan telah dilakukan dengan baik, penulis dan rekan akan menonton kembali video yang telah dikerjakan sebagai bentuk evaluasi. Saat semua tahapan selesai dilakukan, penulis siap untuk mendistribusikan konten melalui akun resmi media sosial Instagram. Sebelum melakukan distribusi konten, penulis tentu telah mempersiapkan beberapa aspek tambahan lainnya, seperti logo, *bumper*, dan karya lainnya yang penulis buat dalam bentuk desain gambar sebagai penguat informasi yang disampaikan dalam video.

3.1.4 Linimasa

Linimasa atau biasa disebut dengan istilah *timeline*, mengacu pada penjadwalan dari berbagai tahapan dalam membuat produk video. Tabel linimasa yang dibuat mencakup waktu yang dialokasikan untuk proses praproduksi, produksi, hingga pascaproduksi. Linimasa yang dibuat akan memberikan pandangan menyeluruh mengenai berbagai kegiatan yang dilakukan dan kapan kegiatan tersebut harus dilakukan selama proses produksi karya.

Berikut rangkuman rinci linimasa berdasarkan proyek karya yang penulis dan rekan lakukan dari periode Maret hingga November 2023.

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

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September				Oktober				November							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Pre Produksi																																									
1	Perencanaan Ide	X	X	X	X	X	X	X	X																																
2	Riset Data		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X	X		X	X																						
3	Konultasi Dospem	X			X	X						X	X															X	X					X	X	X	X				
4	Logo, Bumper, Tagline									X	X																														
Produksi																																									
1	Liputan Lapangan			X																																					
2	Wawancara Narasumber		X	X		X	X			X	X	X	X	X	X	X		X	X																						
3	Transkrip Wawancara				X	X		X		X	X	X						X	X																						
4	Voice Over						X				X			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X																		
5	Desain Grid Instagram									X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
Pasca Produksi																																									
1	Editing									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
2	Publikasi											X	X	X		X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
3	Laporan Akhir			X	X	X	X	X																				X	X					X	X	X	X				

Tabel 3.1.4.1: Linimasa
Sumber: Olahan penulis



3.2 Anggaran

Anggaran dalam produksi video mengacu pada perencanaan keuangan yang mencakup alokasi dana yang dibutuhkan ketika melakukan produksi. Rencana anggaran dibuat berdasarkan estimasi biaya yang diperlukan untuk tiap proses pembuatan karya yang mencakup praproduksi, produksi, hingga pascaproduksi. Dengan dibuatnya rencana anggaran, akan membantu dalam memastikan ketersediaan dana serta penggunaan dana yang lebih efisien selama proses produksi. Berikut rangkuman rincian rencana anggaran yang telah penulis rangkum.

No	Deskripsi	Liputan			
		Rate	Qty	Satuan	Total
A	<i>Praproduksi</i>				
1	Riset Data	-	-	data	0
2	Tiket Pesawat CGK-DPS	1,300,000	1	unit	1,300,000
3	Taksi online Gading Serpong-CGK	290,000	1	unit	290,000
	<i>Sub Total</i>				<i>1,590,000</i>
B	<i>Produksi</i>				
	1 <i>Shooting Equipment</i>				
	Smartphone Iphone X	-	1	unit	0
	Smartphone Oppo Reno 5	-	1	unit	0
	Smartphone Iphone 13	12,600,000	1	unit	12,600,000
	Camera Sony Alpha 6000	-	1	unit	0
	Camera Sony Alpha 5000	-	1	unit	0
	Laptop Lenovo C340	-	1	unit	0
	Laptop Asus Vivobook	-	1	unit	0
	Tripod	-	1	unit	0
	Baterai Kamera	-	3	unit	0
	Charger Smartphone	-	2	unit	0
	Ring Light	-	1	unit	0
	Memory Card	-	3	unit	0
	Sarung Smartphone Anti Air	20,000	2	unit	40,000
	<i>Sub Total</i>				<i>12,640,000</i>
	2 <i>Crew</i>				
	<i>Indoor</i>				

	Produser	35,000	73	hari	2,555,000
	Editor	35,000	73	hari	2,555,000
	Outdoor				
	Produser	70,000	10	hari	700,000
	Campers	70,000	10	hari	700,000
	Sub Total				5,810,000
3	Material				
	Zoom Meeting	-	-	bulan	0
	Google Meeting	-	-	bulan	0
	Canva Premium	95,000	8	bulan	760,000
	Sub Total				760,000
4	Operasional Shooting				
	Ongkos liputan				
	Tradisi Omed-Omedan				
	- Desa Seseetan, Denpasar Selatan	25,000	1	hari	25,000
	- Desa Kesiman, Denpasar Timur	20,000	1	hari	20,000
	Muntigunung				
	- Dusun Muntigunung, Tianyar Barat	350,000	2	hari	700,000
	- PT. Munti Cahaya Sejahtera, Denpasar Utara	10,000	2	hari	20,000
	- Reparasi Kendaraan	75,000	1	unit	75,000
	Sub Total				840,000
5	Narasumber (Tidak Berupa Tunai)				
	Tradisi Omed-Omedan				
	- Kelian Adat Desa Seseetan	-	1	org	0
	- Budayawan	-	1	org	0
	Muntigunung				
	- Perbekel Desa Tianyar Barat	100,000	1	org	100,000
	- Direktur PT. Munti Cahaya Sejahtera	170,000	1	org	170,000
	- Perwakilan Lapangan PT. Munti Cahaya Sejahtera	-	1	org	0
	Sub Total				270,000
C	Pascaproduksi				
	Editing App (Capcut)	-	-	eps	0
	Voice Over (Audacity dan talent)	-	-	eps	0
	Musik	-	-	eps	0

		<i>Sub Total</i>				<i>0</i>
		TOTAL				21,310,000

Tabel 3.2.1.: Anggaran berdasarkan olahan penulis

Sumber: Olahan penulis

3.3 Target Luaran/Publikasi

Proses publikasi dilakukan ketika ketiga tahapan, yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi telah selesai dilakukan. Publikasi konten yang telah diproduksi, akan dilakukan di kanal sosial media Instagram resmi BECAK. Sebagai tambahan, untuk menarik interaktivitas dan daya tarik audiens, peneliti tidak hanya mempublikasikan konten video pada *grid* Instagram, tetapi juga mempublikasikan konten desain dan konten interaktif. Dengan menerapkan konsep *mobile journalism*, penulis mengharapkan target audiens adalah masyarakat Indonesia di segala usia, baik generasi X, Y, dan Z. Melalui konten ini, penulis berharap agar masyarakat lebih bijak dalam menggunakan media sosial, lebih skeptis, dan tidak mudah diadu domba ketika mengonsumsi informasi yang tersebar di media sosial.

