

## **BAB III**

### **RANCANGAN KARYA**

#### **3.1 Tahapan Pembuatan**

Pada tahap perencanaan pembuatan karya program jurnalisme seluler berformat audio-visual ini, penulis merancang langkah-langkah yang bertujuan untuk memudahkan pengerjaan yang dilakukan.

Dalam proses pembuatannya, sebuah program yang memakai pendekatan audio-visual umumnya dibagi menjadi tiga tahapan utama. Tahapan-tahapan ini disebut sebagai proses praproduksi, produksi, dan pascaproduksi (Owens, 2017, p. 81). Berikut ini adalah perincian dari ketiga langkah perencanaan yang diterapkan dalam pembuatan karya ini.

##### **3.1.1 Praproduksi**

Menurut Owens (2017, p. 81) fase praproduksi meliputi tindakan persiapan, pengorganisasian, dan latihan sebelum produksi dimulai. Sembilan puluh persen pengerjaan suatu produksi biasanya masuk ke tahap perencanaan dan persiapan.

Dalam tahapan awal ini, fokus utama adalah pada pendanaan, penelitian, dan pengembangan proyek, dilakukan pula perencanaan terhadap anggaran dan jadwal, serta pengumpulan tim produksi yang dibutuhkan. Tak sampai di situ saja, tahapan ini juga mencakup proses pencarian ide, riset, perancangan alur cerita, serta persiapan untuk pengambilan gambar (Barnwell, 2019).

##### **3.1.1.1 Rancangan Ide, Riset, dan Segmentasi**

Dalam langkah awal ini, penulis bekerja bersama rekan sekelompok penulis yakni, Alycia Catelyn dalam menentukan topik dan tema yang diangkat dalam proyek skripsi berbasis karya ini.

Penentuan topik dimulai dengan proses diskusi dan riset sederhana yang bertujuan untuk memperluas pemahaman tentang berbagai topik yang berpotensi diangkat menjadi sebuah program, serta memastikan bahwa karya yang dihasilkan memiliki nilai manfaat dan dapat menghadirkan dampak yang positif pada masyarakat.

Hasil riset dan data kemudian dihimpun dalam aplikasi web produktivitas dan pencatatan Notion. Lewat riset tersebut, penulis menemukan bahwa masyarakat Indonesia masih sangat membutuhkan sarana edukasi untuk memahami isu disabilitas dan inklusivitas secara lebih mendalam. Mengingat seperti apa yang telah dipaparkan sebelumnya, Indonesia masih termasuk negara dengan tingkat inklusivitas yang rendah, dengan menduduki peringkat 115 dari 134 negara yang terdata (Othering & Belonging Institute, 2020).

Gagasan utama tersebut kemudian kembali dipecah dengan mencari isu-isu dan cerita-cerita menarik yang lebih kecil dan lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari, bersamaan dengan tahapan ini penulis dan rekan kelompok penulis juga memulai untuk mencari narasumber yang sesuai dengan isu-isu yang diangkat di tiap episode karya ini nantinya.

Nama Inklusivitas sendiri dirancang agar menyerupai sebuah kata lakuran (*portmanteau*) yang terdiri dari dua kata pembentuk, yakni *Inclusive* dan *Vox*. Kamus Merriam-Webster membagi definisi *Inclusive* ke dalam beberapa makna. Kata ini dapat dimaknai sebagai 'Luas dalam orientasi atau cakupannya', dan 'Mencakup semua orang, khususnya mengizinkan dan mengakomodasi orang-orang yang secara historis termarginalkan' (n.d.). Sementara itu kata *Vox* yang berakar dari Bahasa Latin memiliki makna 'Suara manusia (sebagai instrumen pidato atau ucapan lainnya)' dan 'Suara sebagai pengekspresian otoritas seseorang, pendapat, dll.' (Oxford University Press, 2012).

Sebab, secara singkat, program yang sedang dirancang bertujuan untuk mengangkat suara/pendapat kelompok yang secara historis termarginalkan. Dalam konteks ini adalah penyandang disabilitas, tetapi di sisi lain program ini juga diharapkan mencakup

suara semua pihak yang membuat gerakan untuk menuju Indonesia yang lebih inklusif.

Meskipun pada dasarnya tidak ada batasan dalam durasi karya jurnalisme seluler. Dalam rancangan awal, karya ini direncanakan untuk tayang dengan sekurang-kurangnya 20 total episode yang berdurasi sekitar 6 menit di tiap-tiap episodennya yang bila diakumulasikan memiliki total durasi selama 2 jam tayangan. Penulis sendiri direncanakan untuk memimpin proses produksi 10 episode dengan total durasi 60 menit, sementara 10 episode lainnya diproduksi oleh rekan penulis.

Walaupun mayoritas konten sejenis yang menjadi referensi penulis dalam membangun program ini hanya berdurasi 1-3 menit, pembagian durasi tiap-tiap episode menjadi 6-7 menit ini penulis ambil karena mempertimbangkan beberapa hal. Pertama-tama, episode yang penulis produksi mencakup isu kompleks yang kurang cocok untuk dipecah menjadi beberapa bagian, karena berpotensi membuat audiens hanya memahami isu secara parsial saja. Dengan durasi 6-7 menit penulis dapat mencoba untuk meringkas seluruh poin informasi penting, dari satu atau beberapa narasumber mengenai suatu isu tanpa mengorbankan kualitas atau kejelasan pesan yang ingin disampaikan.

Kemudian, berkaca pada episode *dummy* yang telah penulis buat sebelumnya, durasi video yang telah ditentukan ini telah teruji dan dapat dikatakan cukup efektif untuk tetap meraih perhatian penonton untuk berinteraksi, dan turut andil dalam distribusi konten ke audiens yang lebih luas. Hal ini tentunya juga dapat dicapai dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti pengemasan konten yang informatif, dan keberhasilan menarik rasa penasaran audiens di tiga detik pertama video sesuai saran dari Instagram, yang dapat diwujudkan dengan meletakkan *hook* atau kutipan paling menarik di awal video.

Adapun untuk pendistribusiannya, penulis dan rekan telah mempertimbangkan dan sepakat untuk mendistribusikan karya ini lewat platform media sosial Instagram. Sebab, menurut data yang dihimpun oleh Reuters Institute for the Study of Journalism, Instagram adalah satu dari enam besar aplikasi sosial media dan aplikasi perpesanan yang paling populer di Indonesia (Steele, 2022; Dixon, 2023), aplikasi ini juga menjadi medium yang cocok untuk konten berita yang dikemas dalam bentuk jurnalisme seluler. Pertama-tama Instagram adalah aplikasi sosial media dengan penggunaan terbanyak kedua di Indonesia. Menurut data yang dihimpun We Are Social pada Januari 2023 diketahui bahwa 83,8% pengguna internet di Indonesia berusia 16-64 secara rutin menggunakan Instagram setiap bulannya. Data dari sumber yang sama juga menunjukkan bahwa Instagram berada di peringkat kedua platform media sosial terfavorit masyarakat Indonesia, yang kemudian disusul oleh TikTok di peringkat ketiga. Sebagai sumber mendapatkan berita di kalangan masyarakat Indonesia, Instagram juga masih unggul dengan presentase sebesar 37%, angka tersebut lebih tinggi dibandingkan pesaingnya yakni TikTok yang hanya mencapai 16% (Steele, 2022).

Instagram juga memungkinkan pengguna untuk lebih fleksibel dalam berbagi foto, video, *carousel*, dan bahkan video berdurasi panjang melalui fitur Reels. Hal ini memberikan lebih banyak ruang untuk kreativitas dan keragaman dalam pembuatan konten dan dirasa lebih cocok untuk memulai rancangan suatu program baru berdasarkan preferensi pengguna media sosial di Indonesia saat ini.

Di samping itu, penulis bersama tim produksi juga telah melakukan penentuan segmentasi utama dari konten yang diproduksi pada tahap ini. Hal ini memiliki signifikansi besar dalam memastikan pemahaman produser terhadap gaya bahasa yang

digunakan nantinya. Hal ini juga memungkinkan produser untuk memetakan teknik pengemasan program sesuai dengan audiens yang dituju.

Adapun segmentasi audiens utama yang menjadi fokus Inklusivox adalah masyarakat Indonesia pengguna Instagram dengan rentang usia 18 - 24 tahun, yang mana juga merupakan usia mayoritas pengguna Instagram di Indonesia saat ini (We Are Social, 2023).

### 3.1.1.2 Rancangan Jalan Cerita

Merancang jalan cerita (*storyline*) adalah sebuah proses yang sangat krusial dalam masa praproduksi program jurnalisme berbasis audio-visual, hal ini dibutuhkan untuk dapat memberikan struktur dan arahan yang jelas pada proses produksi, memastikan bahwa pesan yang dimaksudkan dikomunikasikan secara efektif serta memetakan gambaran yang lebih jelas mengenai hasil akhir dari karya yang dibuat. Dalam penerapannya, Burum (2020, p. 58) menjelaskan ada sebuah metode efektif yang dapat digunakan untuk merancang jalan cerita program jurnalisme seluler. Metode ini disebut sebagai SCRAP yang merupakan singkatan dari *Story*, *Characters*, *Resolution*, *Actuality* dan juga *Production*. Metode ini diyakini dapat mempermudah pekerjaan jurnalis dalam menemukan nilai-nilai penting yang ingin diangkat dalam karya yang direncanakan.

Berikut adalah tabel paparan bagaimana metode SCRAP diaplikasikan pada perencanaan karya ini:

|       |   |  |
|-------|---|--|
| Story | Apa yang menjadi fokus dari cerita yang ingin disampaikan pada program ini? | Berangkat dari kurangnya pemberitaan terkait disabilitas yang inklusif dan banyaknya isu yang ada di seputar penyandang disabilitas, karya ini akan menjadi ruang edukasi yang membahas isu-isu atau fakta |
|-------|---|--|

|            |   |   |
|------------|---|---|
|            |   | yang belum banyak tersorot di ranah disabilitas dan inklusivitas.   |
| Characters | Siapa sosok narasumber terbaik yang dapat mewakili isu yang ingin diangkat?       | Narasumber akan datang dari beragam kalangan yang kisahnya dapat mewakili sebuah isu yang ada dalam ranah disabilitas dan inklusivitas di Indonesia.  |
| Resolution | Bagaimana alur program ini akan dibuat?   | Program akan dibagi menjadi 20 episode yang tiap-tiap episodenya berdurasi sekitar 6 menit. Setiap episode akan mengangkat kisah yang berbeda-beda terkait isu disabilitas dan dari beragam sudut pandang narasumber yang berbeda-beda pula.  |
| Actuality  | Bagaimana isu tersebut ingin dikemas secara nyata nantinya?                       | Tampilan tiap episode akan didominasi oleh video wawancara yang diselengi footage-footage video yang berkaitan dengan pembahasan narasumber.  |
| Production | Detail dan keperluan apa saja yang dibutuhkan selama proses produksi berlangsung? | Produksi rencananya akan dilakukan mulai minggu ketiga bulan Februari 2023 hingga minggu kedua bulan April 2023.<br><br>Selama tahap produksi, peralatan yang akan digunakan meliputi kamera, <i>action camera</i> , perangkat perekam suara, serta peralatan pendukung seperti tripod. |

Tabel 3. 1 SCRAP Matrix

Sumber: Olahan Penulis

### 3.1.1.3 Persiapan Syuting

#### A. Perancangan Naskah

Setelah menyelesaikan tahap perancangan ide dan riset serta menetapkan tema dan topik, langkah berikutnya adalah menyusun naskah. Naskah dibuat Sebagian besar untuk keperluan proses *voice over*.

Penyusunan naskah dilakukan dengan tujuan untuk memudahkan seluruh kru untuk memahami alur cerita yang disampaikan dan memberikan panduan agar hasil karya sesuai dengan rencana. Selain itu, naskah juga berfungsi sebagai panduan bagi produser program dalam mengatur alur syuting dan pengambilan gambar selama tahap produksi agar dapat berlangsung secara lebih tertata dan efektif.

Menurut buku *Multimedia Reporting: How Digital Tools Can Improve Journalism Storytelling*, gaya penulisan yang diterapkan di platform digital eloknya mengikuti kebutuhan target audiens yang ada agar konten lebih nyaman untuk dikonsumsi (Dunham, 2020).

Adapun dalam buku yang sama, tercatat ada 18 langkah yang dapat dilakukan oleh kreator untuk membuat penulisan mereka di platform digital menjadi lebih menarik, berikut adalah beberapa teknik yang relevan untuk diaplikasikan pada karya ini:

1. ***Get edgy*** (Menulis dengan lebih kreatif)

Penulisan di platform digital seringkali dibuat lebih menarik daripada konten cetak. Dalam menulis di platform digital, creator mungkin juga didorong untuk menulis dengan “suara” tertentu yang lebih

berwibawa atau informal dibandingkan jurnalisme cetak atau TV tradisional.

Gaya menulis semacam ini dapat mendorong audiens untuk turut membagikan konten yang dibuat, atau, dalam bahasa jurnalisme digital, membuatnya menjadi viral.

Namun ketika menerapkan prinsip ini, kreator diimbau untuk berhati-hati untuk tetap memperhatikan batasan-batasan agar tidak menjadi bias atau partisan.

2. ***Smaller can be better*** (menulis dengan tidak terlalu kompleks agar konten lebih mudah dicerna)

Meskipun berita konvensional dapat memuat beberapa tema dalam satu konten sekaligus, penulisan digital biasanya lebih dianjurkan untuk menaruh fokus hanya pada satu ide di setiap kontennya. Menulis di platform digital akan lebih baik bila sebuah berita dipecahkan menjadi potongan-potongan kecil.

3. ***Be conversational*** (bersikap komunikatif)

Menulis untuk konten di platform digital umumnya lebih bersifat komunikatif dan juga lebih analitis. Dalam penerapannya kreator baiknya juga menambahkan konteks dari sebuah isu. Hal ini bertujuan untuk menambah nilai dengan menjelaskan mengapa peristiwa diangkat itu penting. Tidak sebatas mendeskripsikan sesuatu saja,

menulis untuk platform digital juga harus memberikan penjelasan yang komprehensif.

### **B. Persiapan Alat**

Proses produksi tidak akan mungkin berjalan jika tidak dilengkapi dengan kesiapan peralatan yang memadai. Maka dari itu, untuk mempersiapkan kelengkapan peralatan yang akan diperlukan pada masa produksi dan pascaproduksi, penulis membuat daftar keperluan alat yang digunakan pada masa produksi nantinya.

Alat-alat yang diperlukan berkenaan dengan kebutuhan untuk pengambilan gambar, perekaman suara, penyimpanan data dan alat untuk proses penyuntingan. Berikut adalah rinciannya:

| <b>Nama Alat</b>         | <b>Jumlah</b> |
|--------------------------|---------------|
| Kamera <i>Mirrorless</i> | 1             |
| Kamera Digital / DSLR    | 1             |
| <i>Action Camera</i>     | 1             |
| <i>Smartphone</i>        | 2             |
| <i>Microphone</i>        | 2             |
| <i>Hard Disk</i>         | 1             |
| Tripod                   | 2             |
| <i>Flashdisk</i>         | 1             |
| Laptop                   | 3             |
| Kartu Memori             | 3             |

Tabel 3. 2 Daftar Alat Logistik

Sumber: Olahan Penulis

Adapun alat-alat yang dimuat pada tabel tersebut merupakan rencana awal untuk persiapan produksi dan tidak menutup kemungkinan adanya perubahan atau penambahan alat yang akan digunakan selama masa produksi nantinya.

### **C. Pembagian Tugas Kru**

Dalam pelaksanaan penelitian skripsi berbasis karya ini, penulis mengkolaborasikan upaya dengan sejumlah individu yang telah diikutsertakan dalam kapasitas sebagai anggota tim produksi. Sejauh ini, anggota tim produksi yang terlibat dalam program Inklusivox terdiri dari diri penulis dan rekan sekelompok penulis, Alycia Catelyn.

Penulis sendiri menjalankan peran sebagai produser, yang bertanggung jawab atas penyusunan konsep, pelaksanaan riset, penulisan naskah, proses penyuntingan video, serta penjaminan penjadwalan penayangan video sesuai dengan garis waktu yang telah ditentukan sebanyak 10 episode dari keseluruhan konten yang diproduksi oleh Inklusivox. Kedepannya, penulis juga akan merekrut anggota tim produksi lainnya yang akan mengisi peran sebagai *editor* video dan desainer grafis yang diperlukan untuk kepentingan produksi konten. Anggota tambahan yang akan direkrut merupakan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang telah diseleksi sebelumnya.

Adapun proses seleksi anggota tim produksi untuk karya ini didasarkan pada sejumlah pertimbangan yang mencakup penilaian kemampuan dan pengalaman tiap-tiap individu.

### **D. Menentukan Narasumber**

Sebuah produk jurnalisme seluler akan terus-menerus membuat pilihan tentang karakter mana yang akan disertakan dan bagaimana cara bagaimana karakter tersebut akan diposisikan dalam sebuah konten (Borum, 2020).

Adapun kunci pertama dari wawancara yang baik adalah memastikan orang yang dipilih untuk diwawancarai

adalah orang yang tepat untuk mewakili sebuah dan benar-benar memiliki sesuatu yang berharga untuk dikatakan (Kraft, 2018).

Hal ini pun berlaku untuk karya jurnalisme video. Sebab, sebuah karya jurnalisme yang tidak memiliki karakter sentral yang disajikan dengan cara yang menarik secara visual dapat menyebabkan pemirsa kehilangan minat untuk mengonsumsinya. Karakter dan struktur cerita dalam konteks ini dapat dimaknai dengan menampilkan sebuah cerita yang berpusat pada karakter, bukan berfokus pada isu. Dalam membuat konten jurnalisme berformat audio-visual yang menarik, subjek harus memiliki gagasan yang ‘vokal’ dan memberikan kesan penokohan sentral yang dapat merepresentasikan kebutuhannya dari suatu isu (Lancaster, 2013).

Atas dasar tersebut, penulis mencoba menghimpun nama-nama narasumber yang sekiranya dapat diwawancarai untuk merepresentasikan suatu isu. Adapun narasumber-narasumber yang dipilih haruslah memenuhi beberapa kriteria tertentu seperti kesesuaian kompetensi narasumber dengan isu yang dibahas, kredibilitas narasumber dan ketersediaan narasumber untuk diwawancarai mengenai suatu isu.

### **E. Menyusun Daftar Pertanyaan**

Salah satu nilai berita yang penting adalah konsekuensi atau relevansi – dengan kata lain, sebuah berita harus signifikan atau mempengaruhi masyarakat agar layak diberitakan (Sedorkin & Forbes, 2023). Hal ini lah yang membuat penyusunan daftar pertanyaan menjadi krusial dalam membuat sebuah produk jurnalistik, untuk

menjadikan produk tersebut relevan dengan isu yang ada dan tidak keluar dari jalur yang menjadi intensi awalnya.

Berdasarkan sumber yang sama, ada beberapa panduan membuat daftar pertanyaan yang diaplikasikan pada proyek ini, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Mengajukan pertanyaan terbuka
2. Membuat pertanyaan yang diajukan singkat, tetapi jelas dan tidak bertele-tele
3. Mengaplikasikan pertanyaan yang bersifat investigatif atau yang dapat membuat narasumber bercerita secara lebih mendalam
4. Mengajukan pertanyaan klarifikasi dengan mengulang jawaban narasumber untuk memastikan pemahaman yang diterima sudah benar
5. Mengajukan pertanyaan yang mencoba mengangkat sisi perasaan dari narasumber untuk melihat isu dari perspektif humanisme.

### **3.1.2 Produksi**

Setelah proses di masa praproduksi telah rampung seluruhnya, pengerjaan proyek dapat berpindah ke tahap produksi. Dalam perspektif Zettl (2014), tahapan produksi adalah fase kritis di mana tujuan awal program diartikulasikan ke dalam serangkaian segmen video. Pada tahap produksi, koordinasi yang cermat antara beragam elemen teknis dan peran individu yang terlibat, bersama dengan pengoperasian peralatan produksi, menjadi unsur vital yang mendefinisikan proses ini.

Pada perencanaan yang telah dibuat sebelumnya, penulis telah membuat kesepakatan kalau produksi akan dimulai pada pertengahan bulan Februari 2024. Dalam penerapannya pada proyek Inklusivox, penulis memisahkan proses produksi ini menjadi dua bagian berbeda, yakni proses wawancara dan proses pengambilan stok video dan foto.

### 3.1.2.1 Proses Wawancara

Wawancara adalah aktivitas sentral dalam jurnalisme modern yang menjadi sarana utama bagi reporter dan penulis untuk mengumpulkan materi mereka, pada praktiknya jurnalis akan melibatkan narasumber dan menanyakan mereka hal-hal yang berguna bagi cerita yang sedang diproduksi oleh sang jurnalis (Adams, 2001; Sedorkin & Forbes, 2023).

Saat bekerja dengan narasumber, ada perbedaan tipis antara bersikap menyenangkan dan mengalah. Sebagai seseorang yang memproduksi cerita, produser tidak perlu atau takut untuk memberi tahu narasumber bahwa ada kebutuhan-kebutuhan teknis yang diperlukan seperti pengaturan sudut pandang, lokasi, atau gaya tertentu. Yakin pada diri sendiri, terutama mengakui apa yang belum diketahui dan meminta bimbingan, sangatlah penting. Aspek penting lainnya dalam proses ini adalah tidak membuang-buang waktu baik waktu yang dimiliki oleh tim produksi atau waktu dari narasumber itu sendiri (Borum, 2020).

Dalam melaksanakan wawancara, program ini mengaplikasikan metode GRAB5 sebagaimana yang dikemukakan oleh Sedorkin & Forbes (2023) yang meliputi 5 langkah sederhana sebagai berikut:

1. *Get the Interview*: Mengatur pelaksanaan wawancara
2. *Research and Preparation*: Melakukan riset dan persiapan sebelum kegiatan wawancara berlangsung
3. *Ask Questions*: Menanyakan pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya kepada narasumber
4. *Be Attentive – LISTEN*: Mendengarkan jawaban narasumber secara atentif dan dengan saksama
5. *5Ws and H\* – CHECK*: Memastikan bahwa segala informasi yang dibutuhkan dari kehadiran narasumber telah didapatkan.

### **3.1.2.2 Pengambilan Stok Video dan Foto**

Stok video dan foto diperlukan untuk memperkaya aspek visual yang nantinya akan ditampilkan di setiap konten yang diproduksi. Menurut Ascher & Pincus (2013) dalam mengambil stok video dan foto ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan antara lain:

1. Akuisisi. Bagaimana seorang produser merekam gambar dan suara? Format dan kamera apa yang akan digunakan?
2. Pascaproduksi. Bagaimana stok video dan foto akan disunting? Teknologi apa yang akan digunakan?
3. Distribusi. Di mana produser ingin menayangkan karyanya? Langkah-langkah apa yang perlu diambil sebelum memastikan video tersebut cocok untuk outlet yang dipilih?

Proses ini akan dilakukan secara bersamaan dengan proses wawancara narasumber, sebab setiap narasumber akan memiliki kisahnya masing-masing yang harus divisualisasikan dengan cara yang berbeda-beda.

### **3.1.3 Pascaproduksi**

Tahap pascaproduksi menjadi langkah yang relevan setelah semua aspek dalam proses produksi telah terselesaikan. Dalam fase ini, materi video yang telah direkam melalui proses penyortiran, perbaikan kualitas gambar dan suara, serta koreksi kesalahan produksi, akan diintegrasikan menjadi satu kesatuan yang kohesif (Zettl, 2014).

#### **3.1.3.1 Proses Penyuntingan**

Dalam tahap penyuntingan, penulis merancang berbagai elemen asset visual yang nantinya akan diintegrasikan ke dalam produk akhir. Langkah ini diambil untuk memperkaya aspek visual dari video yang ada dan menyampaikan informasi tambahan yang mungkin tidak tercakup dalam materi video itu sendiri.

Selama proses penyuntingan, semua rekaman yang diambil selama produksi akan diurutkan dan disortir. Penyuntingan dilakukan dengan

menggunakan aplikasi penyuntingan video *mobile*, Capcut dan dimulai dengan melakukan proses *rough cut*, yaitu penyusunan awal rekaman sesuai dengan alur yang telah direncanakan. Setelah selesai, editor akan memasuki tahap finalisasi, di mana berbagai elemen seperti elemen visual, efek transisi, teks, dan musik akan diintegrasikan.

Sebagai program yang membahas inklusivitas, penyuntingan program Inklusivox juga harus mempertimbangkan faktor aksesibilitas seperti ketersediaan teks alternatif, dan *closed caption* agar konten yang ada juga dapat dikonsumsi dengan nyaman oleh penyandang disabilitas.

Setelah proses penyuntingan selesai video diekspor dalam format Mp4 untuk melalui tahapan-tahapan berikutnya.

#### **3.1.3.2 Pratinjau**

Setelah berakhirnya proses penyuntingan, proses pascaproduksi berlanjut ke tahap pratinjau. Tahap ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas hasil produksi dan memastikan kesesuaian penyuntingan dengan target yang ingin dicapai pada hasil akhir. Proses pratinjau melibatkan penulis dalam peran sebagai produser utama program, dosen pembimbing, serta pembimbing dari media eksternal yang berkolaborasi dengan tim produksi. Apabila masih ditemukan ketidaksesuaian atau kekurangan, maka tindakan revisi akan dilakukan oleh kru yang berperan sebagai editor.

#### **3.1.2.3 Revisi**

Revisi adalah langkah terakhir dalam proses pascaproduksi sebelum konten-konten yang ada siap untuk didistribusikan kepada khalayak.

Setelah tiap-tiap episode video diperiksa oleh semua pihak selama tahap pratinjau, kru yang berperan sebagai editor akan melakukan perbaikan terhadap segala ketidaksesuaian yang teridentifikasi. Jika semua perbaikan dirasa telah rampung

dilakukan, video-video yang ada siap untuk memasuki jenjang selanjutnya yakni tahap publikasi.

### 3.1.2.4 Publikasi

Setelah melalui serangkaian tahap revisi yang cermat, video-video yang diproduksi sudah siap untuk melangkah ke fase berikutnya, yakni publikasi. Tahap ini tidak hanya sekedar pengunggahan, melainkan puncak dari proses perjalanan kreatif yang mengharuskan persetujuan final dari semua pihak yang terlibat seperti penulis, dosen pembimbing, serta mitra kolaborator media eksternal.

### 3.1.4 Lini Masa

Rencana waktu untuk proses pembuatan karya telah penulis rancang dalam sebuah tabel lini masa untuk memastikan bahwa seluruh tahap, dari praproduksi hingga pascaproduksi, dapat dilaksanakan sesuai tenggat waktu yang telah ditetapkan.

Lini masa kerja yang diestimasikan penulis mencakup periode Oktober 2023 hingga Mei 2024. Keseluruhan tahapan produksi tercakup dalam jangka waktu ini. Berikut adalah detail dari lini masa yang telah disusun oleh penulis bersama rekan kelompok penulis:

| No                   | Kegiatan                        | Oktober |   |   |   | November |   |   |   | Desember |   |   |   | Januari |   |   |   | Februari |   |   |   | Maret |   |   |   | April |   |   |   | Mei |   |   |   |  |  |  |  |  |
|----------------------|---------------------------------|---------|---|---|---|----------|---|---|---|----------|---|---|---|---------|---|---|---|----------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|-----|---|---|---|--|--|--|--|--|
|                      |                                 | 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 |  |  |  |  |  |
| <b>Pra-Produksi</b>  |                                 |         |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |  |  |  |  |  |
| 1                    | Riset Data                      |         |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |  |  |  |  |  |
| 2                    | Konsul ke Dosen Pembimbing      |         |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |  |  |  |  |  |
| 3                    | Menyusun alur cerita            |         |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |  |  |  |  |  |
| 4                    | Menghubungi Narasumber          |         |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |  |  |  |  |  |
| 5                    | Konsul ke Mentor                |         |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |  |  |  |  |  |
| 6                    | Riset Lapangan                  |         |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |  |  |  |  |  |
| 7                    | Pitching Media                  |         |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |  |  |  |  |  |
| <b>Produksi</b>      |                                 |         |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |  |  |  |  |  |
| 1                    | Proses Syuting                  |         |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |  |  |  |  |  |
| 2                    | Wawancara Narasumber            |         |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |  |  |  |  |  |
| <b>Pascaproduksi</b> |                                 |         |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |  |  |  |  |  |
| 1                    | Editing                         |         |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |  |  |  |  |  |
| 2                    | Revisi                          |         |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |  |  |  |  |  |
| 3                    | Pendistribusian ke Media Sosial |         |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |  |  |  |  |  |
| 4                    | Laporan Tugas Akhir             |         |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |  |  |  |  |  |

Tabel 3. 3 Lini Masa Produksi

Sumber: Olahan Penulis

Perlu dipahami bahwa rancangan lini masa ini masih bersifat kasar dan dapat dikembangkan lagi di masa mendatang menyesuaikan dengan kebutuhan-kebutuhan yang mungkin terjadi selama masa produksi berlangsung nantinya.

### 3.2 Anggaran

Rincian anggaran menjadi krusial dalam upaya menghindari kemungkinan defisit atau surplus dalam pengeluaran biaya selama seluruh rangkaian produksi, mulai dari tahap praproduksi hingga pascaproduksi.

Dalam konteks penyusunan skripsi berbasis karya, berikut adalah perincian anggaran yang telah dipersiapkan oleh penulis bersama dengan rekan kelompok penulis:

| ANGGARAN AWAL        |              |   |        |                |                   |             |
|----------------------|--------------|---|--------|----------------|-------------------|-------------|
| Biaya Tetap          |              |   |        |                |                   |             |
| No                   | Tahapan      | Uraian Kegiatan                                 | Satuan | Volume         | Harga Satuan (Rp) | Total Biaya |
| 1                    | Pra-Produksi | Kamera gimbal (DJI Osmo Pocket 3 Creator Combo) | Unit   | 1              | 10.500.000        | 10.500.000  |
| 2                    |              | Harddisk  | Unit   | 1              | 1.350.000         | 1.350.000   |
| 3                    | Produksi     | Editor Video                                    | Video  | 20             | 60,000            | 1.200.000   |
|                      |              | Juru Bahasa Isyarat                             | Video  | 3              | 200,000           | 600,000     |
| TOTAL BIAYA TETAP    |              |   |        |                |                   | 13,650,000  |
| Biaya Variabel       |              |   |        |                |                   |             |
| No                   | Tahapan      | Deskripsi                                       | Satuan | Volume         | Harga Satuan (Rp) | Total Biaya |
| 3                    | Produksi     | Konsumsi  | orang  | 2 x 16 liputan | 80.000            | 2.560.000   |
| 4                    |              | Transportasi                                    | orang  | 2 x 16 liputan | 100.000           | 3.200.000   |
| TOTAL BIAYA VARIABEL |              |   |        |                |                   | 5.760.000   |
| BIAYA TAK TERDUGA    |              |   |        |                |                   | 500.000     |
| TOTAL BIAYA PRODUKSI |              |   |        |                |                   | 19,910,000  |

Tabel 3. 4 Anggaran Awal Produksi

Sumber: Olahan Penulis

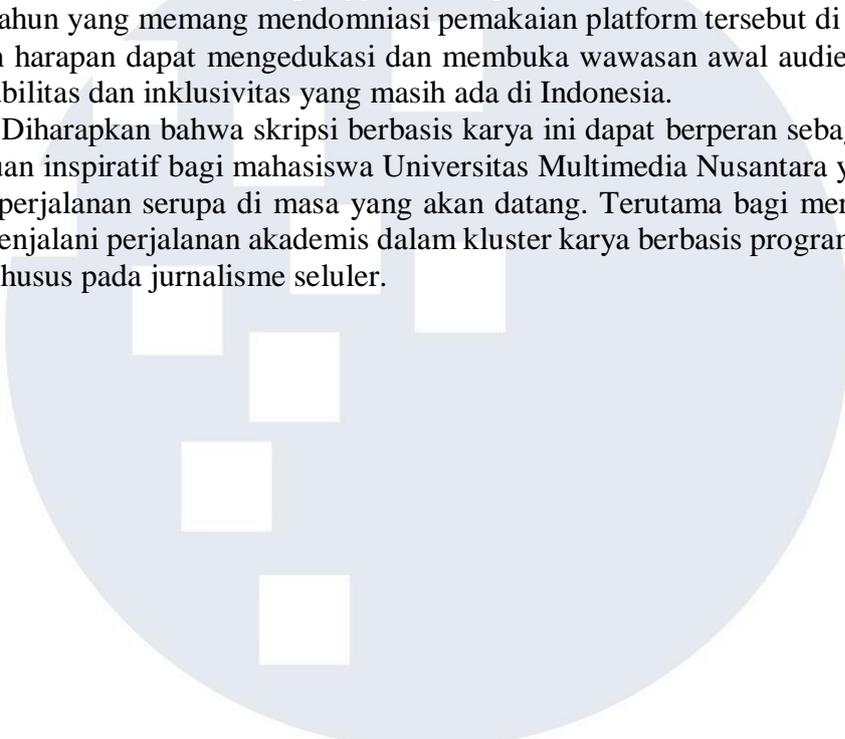
### 3.3 Target Luaran/Publikasi

Proyek tugas akhir berbasis karya ini mengadopsi format konten audio-visual vertikal, mengedepankan konsep jurnalisme inklusif, *mobile-first mindset* dan menerapkan prinsip-prinsip jurnalisme seluler. Adapun hasil akhir dari karya ini akan dipublikasikan melalui platform media sosial Instagram dengan menargetkan kerja sama dengan beberapa media seperti KamiBijak.com, DW Indonesia, serta Good News from Indonesia (GNFI). Media-media tersebut dipilih dengan mempertimbangkan kesesuaian nilai-nilai yang terkandung pada konten kami dan

topik-topik yang disoroti oleh tiap-tiap media tersebut, dengan harapan ada kesamaan visi dan misi dalam pendistribusian karya ini di masa mendatang.

Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, konten-konten yang diproduksi akan menyasar generasi muda pengguna Instagram di Indonesia dalam rentang usia 18-24 tahun yang memang mendominasi pemakaian platform tersebut di tanah air. Dengan harapan dapat mengedukasi dan membuka wawasan awal audiens terkait isu disabilitas dan inklusivitas yang masih ada di Indonesia.

Diharapkan bahwa skripsi berbasis karya ini dapat berperan sebagai pionir dan acuan inspiratif bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang akan meniti perjalanan serupa di masa yang akan datang. Terutama bagi mereka yang akan menjalani perjalanan akademis dalam kluster karya berbasis program, dengan fokus khusus pada jurnalisme seluler.

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered on the page. It features a stylized globe with a grid of squares and the letters 'UMMN' in a bold, rounded font.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA