

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan

Pembuatan karya video “Jejak Kopi Sukagalih” didasarkan pada konsep *Three Stages of Production*, dimana terdapat 3 tahap yaitu *pre-production*, *production*, dan *post-production*.

3.1.1. Metode Pengumpulan Data

Latar belakang pembuatan video ini didapatkan berdasarkan pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dengan melakukan observasi langsung, wawancara, dan *Focus Group Discussion*.

1. Data Primer



Gambar 1. 9 *Focus Group Discussion*

Sumber: Dokumentasi penulis

Pengumpulan data primer dalam pembuatan video ini dilakukan dengan wawancara mendalam kepada narasumber utama yakni Kang Kosar sebagai *owner* sekaligus pengelola kopi disana dan didukung oleh narasumber lainnya seperti Abah Ade, Abah Rokkib, Kang Robby, dan para warga. Pengumpulan data ini dilakukan agar penulis memperoleh informasi mengenai profil desa, kondisi sosial budaya, permasalahan yang dihadapi, sejarah kopi, serta harapan para warga disana.

Dalam melakukan pengumpulan data berdasarkan hasil observasi langsung, wawancara, dan FGD ini maka penulis memperoleh informasi mengenai apa yang dibutuhkan masyarakat Kampung Sukagalih.

- a. Masyarakat sangat membutuhkan solusi ekonomi yang lebih stabil.
- b. Peluang kerjasama yang berkelanjutan.
- c. Sarana untuk memperkenalkan identitas dan potensi Kopi Sukagalih.

Konteks geografis dan sosial Kampung Sukagalih memperkuat urgensi tersebut. Sebagai sebuah kampung kecil di kaki perbukitan Halimun, kehidupan warga sangat bergantung pada sektor pertanian, dengan komoditas kopi yang kini kembali dipandang sebagai peluang utama. Namun, keterbatasan akses pasar, fluktuasi harga hasil panen, serta minimnya fasilitas membuat masyarakat memerlukan wadah untuk memperkuat posisi mereka. Di sinilah kopi hadir bukan hanya sebagai komoditas ekonomi, tetapi juga sebagai simbol identitas kolektif dan harapan untuk masa depan. Harapan ini sejalan dengan aspirasi warga agar desa mereka tidak lagi sekadar dikenal sebagai kampung yang biasa, tetapi sebagai produsen kopi berkualitas.

Dengan dasar tersebut, tujuan pembuatan video profil ini diharapkan menjadi media komunikasi yang efektif untuk mengangkat potensi Kopi Sukagalih sebagai salah satu solusi untuk menciptakan kondisi ekonomi masyarakat yang lebih baik. Oleh karena itu, target audiens dari video Jejak Kopi Sukagalih adalah masyarakat yang memiliki ketertarikan untuk berkunjung ke ekowisata Kampung Sukagalih, khususnya individu atau komunitas yang tertarik mengikuti kegiatan *Halimun Eco Trek* sebagai bagian dari pengalaman wisata berbasis alam dan pemberdayaan masyarakat lokal.

2. Data Sekunder

Selain melakukan proses wawancara, penulis juga melaksanakan studi pustaka sebagai upaya pengumpulan data sekunder yang bersumber dari buku, jurnal literatur, catatan, maupun dokumen lain yang relevan dengan penyusunan laporan. Studi pustaka ini banyak mengacu pada laporan karya yang dipublikasikan melalui *website* kc.umn.ac.id, dengan tujuan memahami

standar karya yang telah ada sehingga dapat dijadikan acuan untuk menghasilkan karya video yang lebih baik di kemudian hari. Seperti pada halnya, penulis mendapatkan informasi tambahan mengenai profil desa dengan sumber dokumen-dokumen internal dari Kang Adit selaku Kepala Dusun.

3.1.2. Metode Perancangan Karya

Metode perancangan karya dalam pembuatan video Jejak Kopi Sukagalih dilakukan melalui *three stages of production* yang terdiri atas tahap ***pre-production, production, dan post-production***. Konsep ini dipilih karena dianggap sistematis, terstruktur, serta dapat memastikan alur kerja berjalan efektif untuk mencapai hasil akhir yang sesuai dengan tujuan komunikasi. Setiap tahap dirancang agar saling melengkapi, mulai dari perencanaan konsep pada *pre production* hingga tahap penyempurnaan visual pada *post-production*, sehingga video yang dihasilkan tidak hanya informatif, tetapi juga mampu menyampaikan pesan emosional mengenai potensi kopi di Kampung Sukagalih.

Pada tahap *pre-production*, penulis terlebih dahulu melakukan riset mendalam mengenai Kampung Sukagalih, baik melalui wawancara dengan masyarakat maupun studi pustaka dari laporan, literatur, dan referensi lainnya. *Storyline* dan *storyboard* kemudian disusun berdasarkan data yang telah dikumpulkan, dengan memperhatikan narasi utama yang ingin ditonjolkan mengenai potensi kopi sebagai peluang ekonomi baru bagi warga.

Dalam tahap ini pula dilakukan perencanaan teknis seperti pemilihan lokasi pengambilan gambar, penentuan *angle shot* (*aerial shot, long shot, close up*), hingga perencanaan wawancara dengan tokoh tetua disana seperti kepala dusun dan komunitas kopi. Perencanaan ini bersifat krusial, karena menentukan kelancaran produksi di lapangan.

Tahap berikutnya adalah *production*, yaitu proses pengambilan gambar di Kampung Sukagalih. Tahap produksi ini difokuskan untuk merekam visual yang mendukung *storyline*, seperti *aerial shot* desa, aktivitas warga, penanaman kopi, hingga wawancara mendalam dengan tokoh yang bersangkutan sesuai yang

dituangkan pada *storyboard*. Pada tahap ini, penulis menerapkan variasi teknik pengambilan gambar seperti *extreme close-up* untuk menyorot detail biji kopi, *close-up* untuk menampilkan ekspresi emosional warga saat berbicara, serta long shot untuk memperlihatkan suasana desa secara utuh. Selain itu, *voice over* (VO) direkam untuk memperkuat narasi dan menjembatani alur cerita, sehingga video mampu mengkomunikasikan pesan secara jelas dan menyentuh audiens.

Setelah proses produksi selesai, tahap *post-production* menjadi langkah penyempurnaan karya. Pada tahap ini dilakukan proses *editing* yang mencakup penyusunan *sequence* sesuai dengan *storyline*, penyesuaian warna (*color grading*) untuk memberikan nuansa natural dan hangat, serta penyisipan musik latar yang mendukung suasana emosional. *Voice over* dan wawancara diselaraskan dengan visual, sementara tagline “Kopi Sukagalih, Setiap cangkir punya cerita” ditambahkan pada bagian akhir untuk memperkuat pesan utama. Tahap ini juga melibatkan evaluasi baik dari dosen pembimbing maupun dosen film yang *expert* pada bidangnya agar karya yang dihasilkan memenuhi standar kualitas baik dari segi teknis maupun teoritis.

Secara keseluruhan, penerapan konsep *three stages of production* dalam pembuatan video Jejak Kopi Sukagalih berfungsi untuk memastikan bahwa pesan komunikasi tersampaikan secara efektif. *Pre-production* disini berperan dalam memberikan arah yang jelas, *production* dengan melakukan dokumentasi nyata dari potensi desa, dan *post-production* memperhalus hasil agar memiliki daya tarik emosional sekaligus informatif. Melalui metode ini, video diharapkan bukan hanya menjadi media dokumentasi, tetapi juga menjadi media diseminasi informasi yang mampu membangun citra positif, memperluas *awareness*, serta mempersuasi audiens untuk mendukung dan terlibat dalam pengembangan potensi kopi di Kampung Sukagalih.

3.2. Rencana Anggaran

Rencana anggaran dalam tugas akhir karya ini disusun sebagai acuan perhitungan biaya yang diperlukan dalam proses perancangan hingga penyelesaian proyek video profil penulhis. Penyusunan rencana anggaran ini bertujuan untuk mengelola pengeluaran secara terstruktur sehingga setiap aspek produksi dapat terlaksana dengan efisien tanpa mengalami pembengkakan biaya.

Tabel 2. 2 Tabel Rencana Anggaran Produksi

Anggaran Biaya Produksi			
No	Data	Keterangan	Harga Total
1	Drone dan Pilot	3 Hari 2 Malam	Rp1.500.000
2	Penginapan	3 Hari 2 Malam	Rp.250.000
3	Lensa Tamron for Sony 17-70mm f2.8	3 Hari 2 Malam	Rp.200.000
4	Bensin	3 Hari 2 Malam	Rp.120.000
5	Honorarium Narasumber	3 Narasumber	Rp.350.000
SUBTOTAL			Rp.2.420.000

3.3. Target Luaran/Publikasi/HKI

Target luaran dari perancangan video profil potensi kopi Kampung Sukagalih sebagai media promosi dalam pengembangan desa wisata adalah menghasilkan karya audiovisual berupa video profil yang tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi, tetapi juga sebagai sarana diseminasi informasi dan promosi. Video yang telah melalui tahapan produksi akan dipublikasikan melalui media sosial, khususnya Instagram, karena platform ini memiliki kekuatan visual yang mampu menjangkau audiens muda sekaligus menjadi medium efektif dalam membangun citra dan *awareness* desa wisata. Selain itu, video ini juga akan diunggah ke kanal YouTube sebagai media publikasi yang lebih formal, sehingga dapat menjangkau khalayak yang lebih luas, termasuk komunitas pecinta kopi, maupun calon wisatawan.

Dari perspektif ilmu komunikasi, efektivitas publikasi video Jejak Kopi Sukagalih diukur melalui penyebaran kuesioner yang disusun untuk menilai sejauh

mana media yang disampaikan itu dapat dipahami, diterima, dan memengaruhi audiens. Melalui kuesioner tersebut, penulis mengukur beberapa aspek penting seperti tingkat pemahaman audiens terhadap potensi kopi Sukagalih, persepsi mereka mengenai peluang ekonomi yang ditawarkan, daya tarik visual dan naratif video, serta sejauh mana karya ini mendorong minat untuk terlibat atau mendukung pengembangan kopi di wilayah tersebut. Selain itu, evaluasi juga diukur melalui analisis *insight* dari Instagram Ekowisata Sukagalih sebagai media komunikasi digital. Dalam hal ini, target utamanya yakni mencakup masyarakat yang memiliki minat terhadap wisata alam dan ekowisata di Kampung Sukagalih, khususnya individu atau kelompok yang ingin terlibat dalam kegiatan Halimun Eco Trek. Dengan demikian, hasil kuesioner dan analisis *insight* Instagram berfungsi sebagai alat evaluasi untuk mengetahui efektivitas komunikasi video sekaligus menjadi dasar perbaikan dalam pengembangan program selanjutnya.

Dengan demikian, publikasi karya ini tidak hanya sebatas menginformasikan potensi kopi Sukagalih, tetapi juga menjadi strategi komunikasi yang terukur dan terarah dalam mendukung pengembangan desa wisata.



BAB IV

STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN

4.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan karya Jejak Kopi Sukagalih didasarkan pada konsep *three stages of production*. Pada perancangan karya ini melibatkan tiga tahap penting yakni, *pre-production*, *production*, dan *post-production*. Pendekatan ini memberikan struktur yang jelas pada alur kerja, memastikan setiap tahap perancangan berjalan terstruktur, serta memungkinkan integrasi yang konsisten antara aspek konseptual, teknis, dan komunikatif dalam menghasilkan video yang sesuai dengan tujuan perancangan.

4.1.1 Pre Production

Pada tahap ini, penulis memulai proses perancangan dengan melakukan *focus group discussion (FGD)* sebagai langkah awal untuk mengidentifikasi isu, kebutuhan informasi, serta sudut pandang yang relevan terhadap potensi kopi di Kampung Sukagalih. FGD ini digunakan untuk mengumpulkan gagasan dari berbagai pihak yang memahami konteks sosial dan ekonomi masyarakat setempat (Tarumingkeng, 2024). Melalui diskusi kelompok ini, penulis memperoleh pemetaan masalah yang lebih jelas, termasuk kondisi petani kopi, tantangan pengelolaan lahan, serta peluang pengembangan komoditas kopi sebagai potensi desa. Hasil FGD kemudian menjadi dasar dalam menentukan arah narasi dan fokus utama yang akan ditonjolkan dalam video.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 1. 10 Kegiatan *Focus Group Discussion* Kampung Sukagalih
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Penulis memulai proses perancangan dengan melakukan *focus group discussion (FGD)* sebagai langkah awal untuk mengidentifikasi isu, kebutuhan informasi, serta sudut pandang yang relevan terhadap potensi kopi di Kampung Sukagalih. FGD ini dilaksanakan pada 18 September di pendopo Kampung Sukagalih dan melibatkan partisipasi aktif warga setempat. Kegiatan tersebut juga dihadiri oleh Abah Saifudin selaku Ketua RT setempat serta Abah Rokkib sebagai tokoh yang dituakan di kampung tersebut, sehingga diskusi berlangsung lebih terarah dan kaya akan perspektif lokal. Melalui FGD ini, mahasiswa dan warga bersama-sama menggali informasi untuk memetakan permasalahan utama yang dihadapi masyarakat. Salah satu isu yang paling menonjol adalah kesejahteraan masyarakat, khususnya terkait kondisi ekonomi yang tidak stabil. Menurut penuturan Abah Rokkib, mayoritas warga Sukagalih bekerja sebagai petani dan peternak dengan pendapatan yang sangat fluktuatif. Pada musim-musim tertentu, sebagian warga bahkan terpaksa menjual ternak untuk memenuhi kebutuhan hidup. Temuan-temuan ini kemudian menjadi dasar dalam menyusun arah narasi dan fokus utama video, terutama untuk menunjukkan bagaimana potensi kopi dapat menjadi peluang baru bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat.



Gambar 1. 11 Kegiatan Wawancara Narasumber *Absolute Coffee*
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Setelah memperoleh gambaran awal mengenai kondisi sosial dan ekonomi masyarakat melalui FGD, penulis melanjutkan proses pengumpulan data dengan melakukan wawancara langsung kepada narasumber yang memiliki kompetensi dalam bidang kopi, yaitu Kang Kosar selaku *founder* Absolute Coffee di Desa Cipeuteuy. Wawancara yang dilaksanakan pada 22 September 2025 pada kegiatan *onsite* pertama ini bertujuan untuk menggali informasi lebih mendalam terkait sejarah kopi di wilayah tersebut, teknik pembudidayaan yang diterapkan, potensi pengembangan komoditas kopi, serta penjelasan mengenai proses pasca-panen. Hasil data yang diperoleh dari wawancara ini menjadi pelengkap penting bagi hasil *focus group discussion* karena memberikan perspektif teknis dan profesional yang dapat memperkuat landasan naratif dalam komunikasi perancangan video Jejak Kopi Sukagalih.

U M N
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 2. 3 Tabel Hasil Observasi

Topik	Abah Saifudin (Ketua RT)	Kang Kosar (<i>Founder Absolute Coffee</i>)	Hasil Observasi
Keadaan Ekonomi di Kampung Sukagalih	Ekonomi warga masih bergantung pada pekerjaan harian dan pertanian skala kecil. Pendapatan warga belum stabil dan peluang ekonomi baru masih terbatas.	Menilai bahwa kopi memiliki potensi ekonomi yang besar, tetapi belum dimaksimalkan karena belum ada sistem pengelolaan, pemasaran, dan edukasi yang terstruktur. Kopi dapat menjadi komoditas unggulan jika dikembangkan dengan benar.	Ada peluang besar melalui pengembangan kopi dan ekowisata, tetapi perlu pendampingan, akses pasar, dan peningkatan kapasitas masyarakat.
Pemanfaatan dan Pengelolaan Hutan	Warga menggunakan hutan secara sederhana, seperti untuk kayu, kebun, atau kebutuhan dasar. Sebagian warga masih mengandalkan hutan secara tradisional.	Menjelaskan konsep sosial forestri dan agroforestri, bahwa lahan hutan dapat dikelola secara legal dan berkelanjutan melalui sistem tanam kopi yang memadukan pohon lainnya. Pola ini dapat menjaga ekologi sekaligus memberi manfaat ekonomi.	Pengelolaan hutan masih berorientasi kebutuhan harian, belum berbasis perencanaan jangka panjang. Pendekatan agroforestry berpotensi diterapkan karena kondisi geografis cocok dan didukung oleh minat masyarakat.
Kaitan dengan Komunikasi dan Informasi	Informasi terkait potensi kopi belum banyak diketahui warga.	Menjelaskan pentingnya komunikasi pemasaran, <i>branding</i> desa, serta media digital untuk meningkatkan <i>awareness</i> dan menarik wisatawan.	Komunikasi menjadi masalah utama yakni informasi belum terstruktur, minim publikasi, dan tidak ada media promosi sebelumnya. Produksi

		Menggarisbawahi minimnya materi promosi selama ini.	video profil menjadi solusi komunikasi untuk memperkenalkan potensi desa.
Kondisi Kopi di Sukagalih	Menyatakan bahwa kopi memang ditanam warga, tetapi pembudidayaan masih sangat sederhana dan tidak ada standar kualitas.	Memberikan gambaran lengkap mengenai kondisi tanah dan kopi yang bisa dikembangkan, tetapi masalah ada pada kurangnya edukasi, perawatan, pascapanen, dan rantai pemasaran. Menekankan perlunya pelatihan dan standarisasi.	Kopi di Sukagalih memiliki potensi baik secara rasa dan lahan, tetapi belum dikelola profesional. Banyak tanaman kopi tidak dirawat rutin, hasil panen tidak konsisten, dan tidak ada pemasaran yang jelas.
Pembudidayaan Kopi	Hanya menanam dan memanen seadanya tanpa teknik khusus.	Menjelaskan teknik budidaya ideal seperti pemangkasan, pemupukan organik, peneduh, pascapanen, serta pentingnya kontrol kualitas.	Budidaya kopi di desa masih tradisional sehingga perlu adanya bantuan agar kopi bisa masuk pasar premium dan mendukung ekowisata.

Setelah memperoleh data mendalam melalui wawancara dengan Kang Kosar, penulis melanjutkan tahap *pre-production* dengan melakukan survei lokasi *shooting* untuk menyesuaikan informasi yang telah diperoleh dengan kebutuhan visual di lapangan. Survei ini dilakukan secara langsung untuk mengamati kondisi geografis, aktivitas masyarakat, serta elemen visual yang relevan dengan *storyline* yang telah disusun berdasarkan hasil FGD dan wawancara.



Perancangan

enting dilakukan agar pengambilan gambar dapat mencakup pemilihan titik pengambilan gambar dan bahaya alam, serta momen-momen aktivitas mengenai potensi kopi di Kampung Sukagalih.

[illegible]

Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

egiatan survei lokasi shooting tersebut kemudian menyusun bahan pembuatan *storyline*, karena selanjutnya akan di lapangan membantu penulis memahami dan menggali hal yang paling representatif untuk ditampilkan dalam film. Penulis juga melakukan wawancara dari warga yang relevan terhadap *storyline* yang telah dibuat untuk mengetahui struktur cerita yang dapat dibangun.






Salah satu hal yang paling representatif untuk ditampilkan dalam wawancara dari warga yang relevan terhadap *storytelling* adalah mengenai struktur cerita yang dapat dibangun.






eks komunikasi, hal ini memastikan bahwa p
ak hanya diinformasikan baik secara verbal, teta
verbal yakni visual yang relevan dan mudah d
an, proses penyusunan *storyline* menjadi lebi
ata lapangan yang akurat. Selain pengumpulan



penulis juga memperkuat proses perancangan dengan melakukan riset tambahan melalui berbagai video profil desa yang tersedia di kanal YouTube. Riset ini bertujuan untuk memahami bagaimana potensi sebuah desa dapat dikomunikasikan secara efektif melalui media audiovisual. Dalam proses tersebut, penulis menelaah berbagai elemen penting, seperti gaya pembawaan narasi, pesan yang dibangun, teknik pengambilan gambar yang digunakan, pilihan warna yang membentuk suasana visual, komposisi musik yang mendukung emosi, serta pola alur cerita yang memudahkan audiens mengikuti keseluruhan konten. Melalui analisis terhadap referensi tersebut, penulis memperoleh wawasan dalam mengeksekusi pada tahap produksi video profil, sehingga dapat diterapkan dan disesuaikan dalam penyusunan *storyline* Jejak Kopi Sukagalih agar lebih komunikatif, menarik, dan relevan dengan tujuan perancangan karya.

Selain itu, dalam mendukung komunikasi visual maka hasil dari survey lokasi pengambilan gambar turut menjadi dasar dalam penyusunan *storyboard*, di mana setiap *scene* dirancang untuk merepresentasikan hasil observasi secara visual (Fadlika Wulan Rahmadani et al., 2022). *Storyboard* berperan dalam memudahkan seluruh tim produksi untuk memahami alur cerita, merencanakan detail teknis, serta menyusun persiapan sebelum proses pengambilan gambar dimulai, sehingga hasil akhir tetap selaras dengan tujuan komunikasi yang ingin disampaikan (Hasminur et al., 2022).





Dalam perspektif ilmu komunikasi, *storyboard* berfungsi sebagai sarana untuk memastikan bahwa pesan yang ingin dihadirkan dapat diterjemahkan secara visual dengan jelas, konsisten, dan sesuai dengan interpretasi yang diharapkan. Dengan memadukan data survei di lapangan dan perencanaan visual melalui *storyboard*, proses produksi menjadi lebih terstruktur, terverifikasi, dan mampu menghadirkan pesan komunikasi yang efektif kepada audiens.

SCENE	SHOT	VISUAL	VO	MOVEMENT
1	   	Aerial shot desa, rumah-rumah sederhana, jalan desa, warga beraktivitas, kebun kopi. (25s)	"Kampung Sukagalih, terletak di Sukabumi, Jawa Barat, dihuni oleh 56 kepala keluarga yang kehidupannya erat dengan alam sekitar. Perekonomian desa masih sangat bergantung pada hasil alam, sehingga setiap panen memiliki arti penting bagi kehidupan.	1. Birds eye (dolly zoom) untuk shot desa 2. Still (medium close up) untuk kopi 3. Zoom out (long shot) untuk aktivitas warga
1		Wawancara Abah RT) (30s)	"Kami di Sukagalih hidup sederhana. Sebagian besar warga menggantungkan hidup dari tanah—bertani, berkebun, dan memanfaatkan hasil alam. Kini, sebuah peluang baru hadir yaitu kopi. Bagi warga Sukagalih, kopi adalah peluang untuk meningkatkan perekonomian desa lewat hasil	1. Still (Medium Close up)

			warga seperti kita."	
4	   	<p>Warga menanam bibit kopi, merawat tanaman, secangkir kopi, interaksi warga menanam bersama, menunjukkan aspek gotong royong dan regenerasi petani muda.—misalnya belajar menanam atau berdiskusi dengan warga, bertransaksi</p> <p>(30s)</p>	<p>Kopi dari Sukagalih memiliki cita rasa yang khas, lebih ringan dan tidak terlalu asam, sehingga cocok bagi pecinta kopi yang menginginkan rasa lembut di setiap cangkir. Kopi di Sukagalih bukan sekadar komoditas, tapi simbol transformasi dan kolaborasi warga dalam membangun desa. Melalui kopi, masyarakat belajar beradaptasi dengan perubahan dan menemukan harapan baru dari tanah mereka sendiri."</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Still (close up) untuk menanam dan merawat kopi 2. Birds eye (Zoom out) untuk drone shot kebun kopi 3. Still/Follow (medium close up) untuk bertransaksi dan berdiskusi
4		<p>Wawancara warga (40s)</p>	<p>"Harapan kami, kopi Sukagalih bisa dikenal luas dan jadi kebanggaan desa. Ke depan, kami ingin kopi ini tidak hanya ditanam, tetapi juga diolah dan dijual sebagai produk khas</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Still (medium close up)

		<p>sambil menanam. (30s)</p>	<p>tanpa perlu membuka lahan baru, menjadi bukti bahwa ekonomi dan ekologi bisa berjalan berdampingan. Bibit ini menjadi harapan baru membuka peluang besar bagi lahirnya kopi berkarakter khas yang bisa dinikmati banyak orang"</p>	<p>kopi 3. Still/Follow (medium close up) untuk ibu tani</p>
3		<p>Wawancara orang kopi absolut (komunitas pengelola dan pecinta kopi sukagalih) (45s)</p>	<p>"Biasanya para warga disini hanya menanam sayuran seperti timun, cabai, kacang panjang dan tanaman singkong. Tapi dengan hadirnya bibit kopi, kami mulai punya harapan baru. Dengan metode tanam konservatif, pohon kopi bukan hanya tumbuh subur tapi juga menjaga lereng dari bahaya longsor. Penanaman ribuan pohon kopi ini kami percaya bisa jadi sumber ekonomi tambahan bagi</p>	<p>1. Still (medium close up)</p>

N U S A N T A R A

			Sukagalih. Dengan begitu, setiap biji kopi yang kami hasilkan bisa memberikan nilai ekonomi langsung bagi warga. Kami juga mengajak siapa saja untuk datang, belajar, dan menanam bersama, supaya semangat kami makin kuat untuk menjaga dan mengembangkannya.*	
5	   	Cuplikan warga dan peserta menanam bibit kopi bersama, tawa dan semangat gotong royong. (20s)	"Kopi Sukagalih – Setiap cangkir punya cerita."	<ol style="list-style-type: none"> 1. Still (wide shot) untuk interaksi warga 2. Follow (close up) untuk menanam kopi 3. Still - zoom in (medium close up) untuk petani dan warga yang tersenyum 4. Birds eye - Zoom out (drone shot) untuk kampung sukagalih

Gambar 1. 14 Kegiatan Pembuatan *Storyboard*

Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Pada bagian awal, video profil memperkenalkan Kampung Sukagalih melalui rangkaian visual yang menampilkan lanskap desa, aktivitas warga, serta kopi sebagai latar utama kehidupan masyarakat. Narasi pembuka dan wawancara dengan Abah RT menggambarkan kondisi sosial ekonomi warga yang masih bergantung pada hasil alam, sekaligus memperkenalkan kopi sebagai peluang baru bagi peningkatan kesejahteraan desa. Visual dari drone menunjukkan *aerial shot*, dan dari kamera dengan *framing medium close up*, serta *long shot* dipadukan untuk memperkuat gambaran kehidupan sehari-hari warga dan konteks kemunculan kopi sebagai potensi desa.

Memasuki bagian kedua, video berfokus pada sejarah, perkembangan, dan pengelolaan kopi di Sukagalih. Wawancara dengan Kang Kosar selaku narasumber utama menjelaskan bahwa kopi pertama kali hadir di desa pada tahun 1935 dan kini mendapat dukungan berupa 5.000 bibit dari pemerintah untuk dikelola melalui sistem agroforestri. Visual *close up* biji kopi, proses pengolahan, serta aktivitas pasca panen memperkuat pesan bahwa kopi dikelola secara ekologis dan kolektif menunjukkan sistem tanam agroforestri dan dikelola secara bersama-sama oleh masyarakat setempat. Wawancara dengan komunitas kopi yakni Kang Kosar semakin menegaskan bahwa metode tanam konservasi tidak hanya menjaga lingkungan, tetapi juga membuka peluang ekonomi baru bagi masyarakat.

Pada bagian akhir, *storyboard* menekankan nilai sosial dan harapan masa depan kopi Sukagalih. Visual interaksi warga mengajak untuk mendukung pengembangan kopi Sukagalih dengan dipadukan dengan wawancara warga yang menyampaikan cita-cita agar kopi Sukagalih dapat dikenal luas dan memiliki produk olahan sendiri. Video ditutup dengan pesan “Kopi Sukagalih – Setiap cangkir punya cerita,” yang merangkum makna kopi sebagai simbol transformasi dan kebersamaan Masyarakat Kampung Sukagalih.

4.1.2 Perancangan Anggaran

Perancangan anggaran merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan sebuah produksi video profil. Hal ini ditujukan untuk mengetahui jumlah anggaran pengeluaran dan anggaran pemasukan yang diperoleh. Meski pada tahap awal telah disesuaikan dengan perencanaan pada bagian sebelumnya, penulis tetap akan melakukan peninjauan dan pembaruan terhadap pemasukan dan pengeluaran. Pembaruan ini diperlukan karena selama proses pelaksanaan sering kali terjadi perubahan, baik berupa penambahan maupun pengurangan biaya, sehingga anggaran akhir perlu disesuaikan dengan kondisi nyata yang terjadi selama produksi. Dengan demikian, laporan anggaran dapat disajikan secara akurat dan mencerminkan kebutuhan serta dinamika yang muncul dalam setiap proses pembuatan video profil.

Tabel 2. 4 Rancangan Anggaran Produksi

Anggaran Biaya Produksi			
No	Data	Keterangan	Harga Total
1	Drone dan Pilot	3 Hari 2 Malam	Rp1.500.000
2	Penginapan	3 Hari 2 Malam	Rp.250.000
3	Lensa Tamron for Sony 17-70mm f2.8	3 Hari 2 Malam	Rp.200.000
4	Bensin	3 Hari 2 Malam	Rp.120.000
5	Honorarium Narasumber	3 Narasumber	Rp.350.000
SUBTOTAL			Rp.2.420.000

Perbandingan dengan rancangan anggaran yang sebelumnya telah disusun mengalami perubahan yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dalam perubahan biaya transportasi. Pada rancangan biaya produksi sebelumnya terdapat biaya transportasi, namun pada pembaruan kali ini biaya transportasi untuk keperluan produksi sudah disubsidi oleh pihak kampus. Beberapa faktor lain juga turut berperan dalam pembaruan rancangan anggaran.

4.1.3 Pembuatan Rundown

Pembuatan video profil Jejak Kopi Sukagalih pada tahap *pre-production* juga melibatkan pembuatan rundown atau rangkaian acara produksi dalam mengatur dan memastikan proses produksi berjalan lancar sesuai jadwal dan kebutuhan yang telah dirumuskan. Dengan adanya *rundown* produksi ini memudahkan tim produksi dalam memahami urutan pengambilan gambar, pembagian tugas, lokasi, waktu, hingga tahapan-tahapan produksi sehingga dapat berjalan lebih efisien dan selaras dengan tujuannya.

RUNDOWN KEGIATAN PRODUKSI - SUKAGALIH		
Tanggal: 17-19 Oktober 2025		
Lokasi: Kampung Sukagalih, Sukabumi		
Tim Internal: Akmal, Nisrina, Mike, Ara, Ciwang, Cheril		
Tim Eksternal: 5 orang		
Jumat		
Waktu	Kegiatan	Keterangan / Penanggung Jawab
06.30	Kumpul di UMN	Persiapan keberangkatan
07.00	Berangkat ke Sukabumi	Perjalanan menuju lokasi
12.00 – 13.00	Tiba di Sukabumi	Istirahat singkat
15.00 – 17.00	Interview Abah	Akmal, Nisrina, Mike
19.00	Makan malam	Tim produksi
Sabtu		
Waktu	Kegiatan	Keterangan / Penanggung Jawab
05.15	Drone shot pagi	Pengambilan establishing shot
07.00	Sarapan	Tim produksi
08.00 – 12.00	Ekplorasi Hutan Damar bareng Kang Robby	Akmal, Ara, Ciwang, Cheril, Nisrina ambil footage gimmick wisatawan
10.00 – 11.00	Interview Kang Kosar	Mike, Nisrina ambil footage kopi & tempat
12.00 – 13.00	Interview Warga & Pak Rokip	Mike (warga), Nisrina (Pak Rokip)
13.00	Makan siang	Tim produksi
15.00 – 17.00	Shooting aktivitas warga	Nisrina
19.00	Makan malam	Tim produksi
Minggu		
Waktu	Kegiatan	Keterangan / Penanggung Jawab
05.15	Drone shot pagi	Pengambilan footage penutup
07.00	Sarapan	Tim produksi
08.00	Dokumentasi kerja bakti warga	Nisrina
10.00	Persiapan pulang	Packing, beres-beres lokasi
11.00	Berangkat kembali ke Tangerang	Estimasi waktu pulang

Gambar 1. 15 Kegiatan Pembuatan *Rundown*

Sumber: Dokumen Penulis (2025)

Tahapan produksi karya *Jejak Kopi Sukagalih* dimulai dengan rangkaian kegiatan pada hari Jumat 17 Oktober 2025, yang berfokus pada persiapan keberangkatan. Pada pagi hari, seluruh tim berkumpul di kampus untuk memastikan perlengkapan produksi telah lengkap, sebelum kemudian melakukan perjalanan menuju Kampung Sukagalih. Setibanya di Kampung Sukagalih pada siang hari, tim melakukan pengecekan awal lokasi untuk menyesuaikan rencana teknis yang sudah disusun. Hari pertama ditutup dengan sesi wawancara bersama Abah Saifudin selaku ketua RT yang memberikan gambaran umum mengenai kondisi sosial ekonomi disana, yang menjadi pijakan awal dalam membangun konteks naratif video.

Memasuki hari Sabtu 18 Oktober 2025, rangkaian produksi berlangsung lebih intensif karena memerlukan pengambilan gambar utama untuk kebutuhan *storyline*. Kegiatan dimulai sejak subuh dengan *drone shot* untuk mendapatkan *establishing shot* desa dan lanskap Sukagalih yang nantinya akan digunakan sebagai visual pembuka. Setelah itu, tim melakukan eksplorasi Hutan Damar bersama Kang Robby guna mengumpulkan visual hutan damar, aktivitas, kopi, dan konteks ekologis yang melengkapi narasi mengenai potensi alam Kampung Sukagalih. Pengambilan gambar ini penting untuk memperkuat representasi visual mengenai hubungan masyarakat dengan alam di sekitarnya.

Masih di hari yang sama, kegiatan dilanjutkan dengan wawancara bersama Kang Kosar, *founder Absolute Coffee*, sebagai narasumber utama terkait sejarah, potensi, dan proses pembudidayaan kopi. Wawancara ini memberikan narasi informatif yang bersifat teknis dan mendalam, sehingga narasi video dapat disusun secara akurat berdasarkan perspektif ahli. Setelah wawancara dengan Kang Kosar, tim melanjutkan produksi dengan merekam wawancara warga yakni Ibu Piah selaku ketua KWT (Kelompok Wanita Tani) untuk mendapatkan sudut pandang internal masyarakat mengenai potensi kopi dan harapan terhadap ekonomi disana. Kombinasi wawancara ahli dan warga ini memastikan isi video berimbang dan mencerminkan realitas lokal.

Pada sore hari, proses produksi dilanjutkan dengan pengambilan *activity shots* yang menampilkan aktivitas keseharian warga. Visual seperti warga sedang berbincang, berdiskusi, atau menjalankan rutinitas harian menjadi elemen penting dalam memperkuat *storytelling* yang humanis. Pengambilan gambar aktivitas ini juga bertujuan menampilkan suasana sosial Kampung Sukagalih secara alami sehingga pesan mengenai potensi kopi sebagai bentuk gerakan kolektif masyarakat dapat tersampaikan lebih kuat. Hari kedua produksi ditutup dengan sesi evaluasi internal untuk memastikan seluruh kebutuhan visual telah terpenuhi.

Hari Minggu 19 Oktober 2025 menjadi tahap produksi penutup dengan fokus pada penyelesaian *footage* tambahan yang melengkapi keseluruhan cerita. Kegiatan dimulai dengan *drone shot* pagi sebagai *footage* tambahan untuk memberikan kesinambungan suasana dari pembukaan hingga penutup video. Produksi diakhiri dengan pengambilan berbagai *filler shots* sebelum tim bersiap kembali ke Tangerang. Proses ini memastikan bahwa seluruh aspek visual yang diperlukan untuk tahap pengambilan gambar telah direkam secara menyeluruh dan sesuai kebutuhan naratif.

4.2 Implmentasi Karya

Tahap ini membahas mengenai proses realisasi dari rancangan yang sebelumnya telah disusun. Pada tahap ini mencakup pelaksanaan proses produksi hingga pasca produksi. Dalam pembuatan video profil Jejak Kopi Sukagalih tentunya didukung juga dengan anggaran actual yang dapat berubah dari rencana anggaran sebelumnya sehingga hal ini menjadi pembanding antara rencana dengan kondisi nyata di lapangan.

4.2.1 Production

Proses pelaksanaan video profil Jejak Kopi Sukagalih dilakukan dengan dasar perancangan yang telah disusun sebelumnya. Seluruh peran teknis mulai dari penulisan *storyline*, penyusunan *storyboard*, pengambilan gambar, hingga proses penyutradaraan di lapangan dilakukan langsung oleh penulis dengan dukungan

seorang asisten produksi bernama Alexander Sen sebagai asisten teknis. Dalam proses pengambilan gambar, penulis menggunakan berbagai peralatan produksi seperti kamera Sony A6400, lensa Sony 28–70mm, lensa Tamron 17–70mm, *lighting* pendukung, serta drone DJI Air S3 untuk kebutuhan *aerial shot* visual desa. Seluruh perlengkapan ini digunakan untuk memastikan kualitas gambar yang stabil, tajam, dan sesuai kebutuhan naratif.

Kegiatan produksi mengacu pada rundown yang telah disiapkan, dimulai dari *shooting* wawancara bersama Abah Saifudin selaku Ketua RT Kampung Sukagalih. Wawancara ini berlangsung di area depan pendopo kampung dengan *framing medium close-up*, menempatkan narasumber di posisi tengah (*center framing*) sebagai *point of interest* untuk menegaskan kredibilitas dan fokus penyampaian pesan.



Gambar 1. 16 *Shooting* Wawancara Abah Saifudin

Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Namun, proses produksi pada tanggal 17 Oktober menghadapi kendala cuaca yang cukup signifikan. Menjelang sore, sekitar pukul 15.00 waktu setempat, hujan turun dengan intensitas sedang sehingga kondisi lingkungan tidak kondusif untuk melakukan wawancara maupun pengambilan gambar lainnya. Akibatnya, kegiatan wawancara yang sudah dipersiapkan harus ditunda smenetara hingga cuaca kembali stabil. Hingga sore menjelang malam, kondisi cuaca tidak kunjung membaik

sehingga pengambilan gambar wawancara Abah Saifudin selaku ketua RT setempat tidak dapat dilanjutkan pada hari tersebut. Penundaan ini membuat penulis harus melakukan penyesuaian ulang terhadap *rundown* produksi serta strategi pengambilan gambar di hari berikutnya, namun penyesuaian ini tetap dilakukan dengan memperhatikan kesinambungan visual dan kebutuhan naratif agar hasil akhir tetap sesuai dengan tujuan komunikasi video profil.



Gambar 1. 17 *Shooting Drone Kampung Sukagalih*
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Pada tanggal 18 Oktober 2025, proses produksi kembali dilanjutkan sesuai dengan *rundown* yang telah disusun. Pagi hari sebelum matahari terbit, penulis dan tim produksi memulai kegiatan dengan melakukan pengecekan lokasi *take-off* drone untuk memastikan area aman dan layak digunakan. Alexander Sen bertugas sebagai *drone pilot*, sementara penulis memastikan seluruh teknis visual sesuai dengan kebutuhan produksi sebagaimana yang diatur dalam *storyline* dan *storyboard*. Faktor-faktor seperti arah angin, kecepatan angin, serta tingkat

ketebalan kabut diperhatikan secara cermat karena kondisi tersebut sangat mempengaruhi stabilitas penerbangan drone dan kualitas gambar yang dihasilkan.



Gambar 1. 18 *Shooting Drone Gunung Halimun*
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Drone mulai diterbangkan pada pukul 05.00 WIB untuk mengambil lanskap Gunung Halimun yang diselimuti embun pagi dan momen matahari terbit. Pengambilan drone shot ini juga mencakup visual desa dari atas atau *bird's eye view* serta kawasan hutan damar agar mampu memberikan gambaran secara luas mengenai karakter geografis dan lingkungan Kampung Sukagalih. Usai pengambilan gambar dengan drone, kegiatan dilanjutkan dengan sarapan dan persiapan untuk sesi *shooting* berikutnya.



Gambar 1. 19 *Shooting Drone Hutan Damar*
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Proses produksi berlanjut dengan pengambilan gambar di kawasan Hutan Damar, yang menjadi lokasi penting karena di dalamnya terdapat tanaman kopi robusta yang tumbuh secara liar dengan sistem agroforestri. Visual ini merupakan

elemen esensial dalam mendukung pesan utama video tentang hubungan antara masyarakat dan pengelolaan kopi nantinya. Setiap pengambilan gambar menggunakan kamera Sony a6400 dengan profil warna S-Log3, yaitu mode perekaman yang mampu menangkap rentang dinamis lebih luas sehingga detail bayangan dan sorotan dapat diolah lebih fleksibel pada proses *color grading*. Drone juga kembali diterbangkan untuk memperoleh sudut pandang ketinggian yang memperlihatkan struktur vegetasi Hutan Damar secara lebih menyeluruh.



Gambar 1. 20 *Shooting* Wawancara Kang Kosar
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Setelah proses pengambilan gambar di hutan damar selesai, kegiatan produksi dilanjutkan dengan sesi wawancara narasumber utama, yaitu Kang Kosar. Penulis bersama tim produksi berangkat dari Kampung Sukagalih menuju Desa Cipeuteuy pada pukul 10 pagi sesuai *rundown* yang telah direncanakan. Sesampainya di lokasi, penulis melakukan observasi singkat terhadap kebun kopi milk Kang Kosar serta fasilitas pengolahan pasca panen yang digunakan untuk memproses kopi sebelum siap konsumsi.



Gambar 1. 21 *Drone Shot* Kebun Kopi
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Observasi ini penting untuk memastikan bahwa visual yang ditampilkan dalam video benar-benar merepresentasikan proses budidaya dan pengolahan kopi secara faktual. Pada tahap ini, drone kembali diterbangkan untuk menangkap visual dengan mengorbit kebun kopi dari ketinggian, menampilkan pola lahan, kerapatan pohon, serta karakter lingkungan kebun secara menyeluruh. Selain itu, penulis mengambil gambar detail biji dan pohon kopi dengan *framing close up* menggunakan kamera profesional untuk memperlihatkan tekstur, bentuk, dan kondisi tanaman secara lebih intim dan informatif.



Gambar 1. 22 *Shooting* Ilustrasi Proses Pasca Panen Kopi
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Setelah pengambilan gambar di kebun, proses produksi berlanjut pada dokumentasi tahapan pasca panen, khususnya proses *roasting* kopi. Penulis

merekam bagaimana biji kopi mentah (*green beans*) dipanggang di dalam mesin roasting pada suhu tinggi hingga warnanya berubah dari hijau pucat menjadi coklat keemasan dan akhirnya coklat gelap. Perubahan warna ini menandakan proses yang menghasilkan aroma serta cita rasa khas kopi. Tahapan *roasting* direkam menggunakan kombinasi *angle medium close up* dan *close up* untuk menunjukkan perubahan warna biji, pergerakan mesin, serta suasana ruang produksi agar audiens memperoleh gambaran futur mengenai bagaimana kualitas kopi dibentuk melalui proses pengolahan yang tepat.

Menjelang siang hari, penulis memasuki tahap penting berikutnya yaitu wawancara dengan Kang Kosar. Sesi wawancara ini berfokus pada sejarah perkembangan kopi di Kampung Sukagalih, termasuk bagaimana kopi pertama kali hadir, peran pemerintah dalam memberikan bantuan 5.000 bibit kopi, serta sistem pengelolaan dan pembudidayaan kopi yang ideal bagi masyarakat Kampung Sukagalih. Selain itu, Kang Kosar juga menyampaikan harapannya terhadap masa depan kopi Sukagalih, baik dari segi pemberdayaan petani maupun potensi ekonomi desa. Dari perspektif ilmu komunikasi, wawancara ini berfungsi sebagai sumber pesan utama (*primary message source*) yang menjadi pondasi naratif dalam video profil Jejak Kopi Sukagalih. Pengambilan gambar yang terstruktur serta informasi mendalam dari narasumber membantu membangun kredibilitas pesan, meningkatkan kualitas penyampaian informasi, dan memastikan bahwa narasi video dapat diterima dengan baik oleh audiens yang dituju.

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



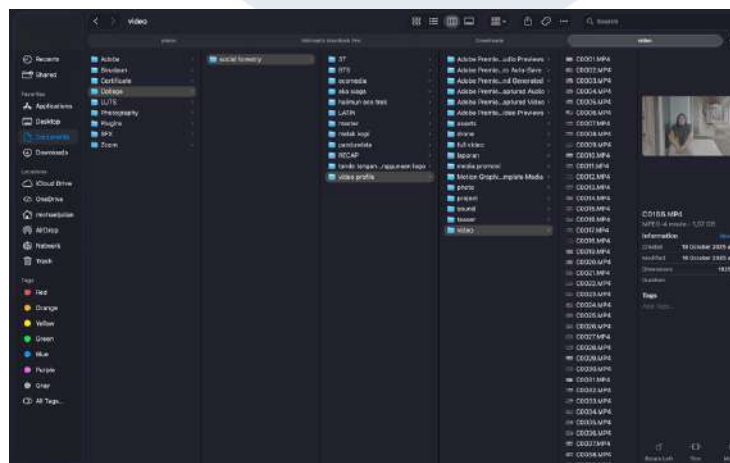
Gambar 1. 23 *Shooting* Wawancara Ibu Piah
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Setelah melakukan pengambilan gambar *interview* Kang Kosar, kegiatan selanjutnya yakni pada sore hari melakukan wawancara kepada salah satu warga di Kampung Sukagalih. Penulis memilih Ibu Piah sebagai perwakilan dari para warga dalam rangka melibatkan masyarakat setempat untuk proyek video profil ini. Sesi dengan Ibu Piah menjelaskan bagaimana kesan dan pesan serta harapan masyarakat Kampung Sukagalih terhadap potensi kopi yang dapat meningkatkan kesejahteraan warga nantinya. Selanjutnya, dengan waktu yang tersisa menjelang malam hari ini penulis melakukan beberapa pengambilan gambar tambahan untuk *stock footage* mengenai aktivitas warga disana. Pada malam hari di tanggal yang sama, penulis bersama tim melakukan *review* singkat mengenai hasil-hasil pengambilan gambar yang telah dilakukan selama dua hari. Jika masih ada hasil yang kurang maksimal maka penulis bersama tim produksi perlu melakukan pengambilan gambar ulang pada hari terakhir. Untuk hasil akhirnya, penulis perlu melakukan pengambilan gambar pada hari terakhir untuk *scene* wawancara Abah RT dan beberapa *footage drone shot*.

Minggu, 19 Oktober 2025 pada subuh hari, penulis bersama tim produksi melakukan pengambilan gambar lagi guna menambah *stock footage* dari drone itu sendiri. Setelah itu, penulis bersama tim produksi mengambil gambar wawancara Abah RT untuk terakhir kalinya karena pada hari pertama situasi kurang kondusif. Setelah semua kegiatan produksi sudah selesai, penulis dan tim produksi mempersiapkan diri untuk perjalanan pulang ke Tangerang.

4.2.1 Post Production

Setelah melakukan produksi, maka tahap selanjutnya merupakan pasca produksi. Pada tahap ini sebagaimana konsep *three stages of production* menjelaskan bahwa tahap pasca produksi merupakan proses akhir yang berfokus pada pengolahan seluruh materi yang telah direkam selama produksi. Pada tahap ini, penulis melakukan *editing* dengan merangkai *footage* sesuai alur cerita dan menyesuaikan ritme audio dan visual. Selain itu, proses pada tahap ini penulis melakukan penambahan elemen grafis, musik, dan *color grading*.



Gambar 1. 24 Sorting Footage

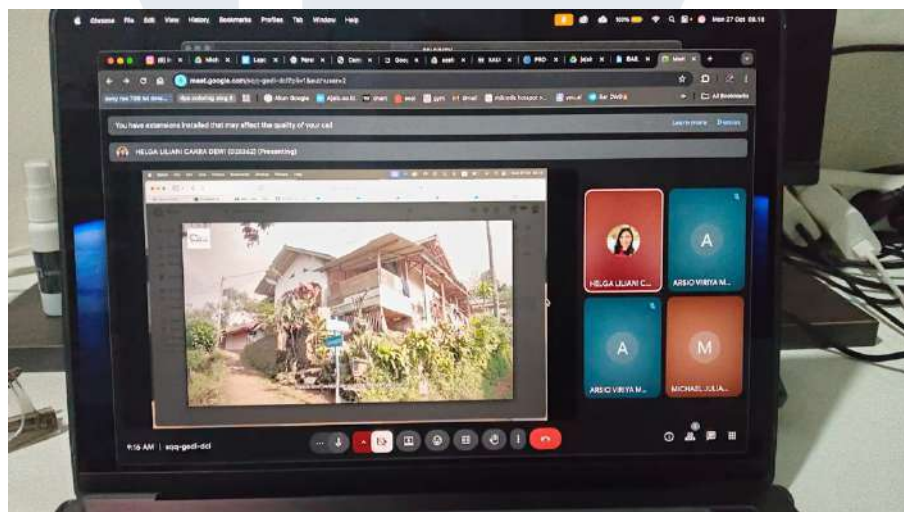
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Tahap pertama setelah selesai produksi adalah pemindahan dan sortir seluruh hasil produksi yang telah dilakukan. Sortir ini berguna untuk mempermudah penulis dalam melakukan *input footage* di tahap *editing*. Beberapa hasil produksi terbagi dalam beberapa *folder* yakni hasil drone, foto, video, musik, proyek, dan aset.

Selanjutnya, penulis telah menyusun jadwal untuk tahap pasca produksi ini dimana terdiri dari melakukan *editing* selama 2 minggu terhitung setelah 19 Oktober 2025. Dalam 2 minggu tersebut penulis sudah menyelesaikan video profil Jejak Kopi Sukagalih dan melakukan asistensi pada dosen pembimbing serta dosen praktisi.

A. Offline Editing

Pada tanggal 23 Oktober 2025 penulis melakukan *offline editing* dimana pada tahap ini penulis berfokus pada penyusunan alur cerita, pemilihan *shot* terbaik, pemotongan durasi, serta menata struktur video sesuai *storyline*. Pada proses ini penulis membutuhkan waktu hingga 3 hari samai 26 Oktober 2025. Setelah selesai melakukan proses *offline editing* maka penulis melakukan *preview draft 01* Jejak Kopi Sukagalih pada dosen pembimbing.



Gambar 1. 25 *Preview Draft 01*
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

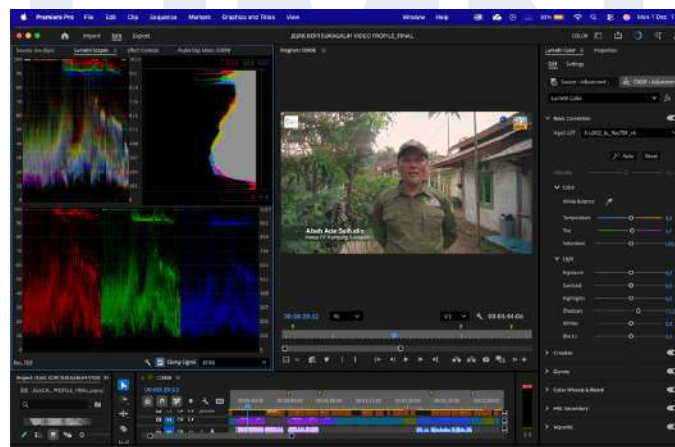
Setelah menerima masukan dari dosen pembimbing, selanjutnya penulis merevisi beberapa bagian seperti menambahkan narasi dalam memperjelas maksud dan tujuan video profil ini.

B. Online Editing

Tahap ini merupakan proses dimana berfokus pada peningkatan kualitas visual dan teknis seperti menambahkan asset visual, *color grading*, stabilisasi video, *editing audio*, serta memastikan bahwa standar teknis sudah berjalan sebagaimana mestinya.



Gambar 1. 26 *Online Editing*
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)



Gambar 1. 27 *Color Grading*
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Selanjutnya, penulis melakukan *color grading* sebagaimana sesuai perancangan video profil Jejak Kopi Sukagalih. *Color grading* berfungsi

dalam mengatur, menyesuaikan, serta memperkuat tampilan warna visual agar memiliki kesan yang konsisten. Melalui proses ini, penulis memilih tema warna yakni *earth tone* dimana pemilihan warna *earth tone* seperti coklat tanah, hijau dedaunan, dan krem alami dipilih karena mampu merepresentasikan karakter pedesaan, kehangatan aktivitas warga, serta kedekatan masyarakat dengan alam dan tanah yang mereka kelola. Warna-warna ini juga membantu audiens merasakan atmosfer Kampung Sukagalih yang tenang, organik, dan autentik. Selain itu pada tahap *online editing*, penulis juga menambahkan *subtitle* guna memperjelas pesan komunikasi yang dituju.

Melanjutkan tahap pasca produksi, setelah melakukan *offline* dan *online editing*, penulis melakukan *rendering* yaitu dimana seluruh elemen yang telah di edit akan dikompilasi dan diproses menjadi satu file dengan format mp4. Setelah tahap *rendering* selesai, penulis melakukan *preview draft 02* ke dosen praktisi film yang profesional dibidangnya.



Gambar 1. 28 *Preiview Draft 02*
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Tanggapan dari dosen praktisi mengenai video profil Jejak Kopi Sukagalih sudah terlaksana dengan baik dan langkah selanjutnya adalah publikasi. Kegiatan selanjutnya setelah proses *editing* adalah publikasi.

Dalam implementasi karya video profil Jejak Kopi Sukagalih ini dipublikasikan pada media sosial khususnya platform Instagram dan Youtube. Pemilihan platform Instagram dan YouTube sebagai media publikasi video profil *Jejak Kopi Sukagalih* didasarkan pada pertimbangan strategis yang relevan dengan tujuan komunikasi serta karakteristik target audiens. Instagram memiliki kekuatan pada penyebaran konten visual secara cepat, jangkauan organik yang luas melalui fitur *Reels*, serta kemampuan membangun impresi awal yang kuat kepada audiens seperti masyarakat pecinta alam yang aktif menggunakan platform ini sebagai ruang publikasi.



Gambar 1. 29 Publikasi Video Profil di *Instagram*

Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Video profil *Jejak Kopi Sukagalih* diunggah melalui akun Instagram *@ekowisata_sukagalih* dan menggunakan fitur *collaboration post* bersama akun *@latin_id* serta *@absolute.coffee* sebagai mitra kerjasama dalam proyek ini. Kolaborasi ini dilakukan untuk tujuan memperluas jangkauan audiens secara signifikan, karena setiap akun tersebut memiliki basis pengikut dengan karakteristik dan ketertarikan yang berbeda namun tetap relevan dengan isu pengembangan potensi desa dan pemberdayaan masyarakat khususnya di daerah Sukabumi. Melalui fitur kolaborasi, konten video akan muncul secara bersamaan di seluruh akun yang terlibat sehingga meningkatkan visibilitas, peluang interaksi, serta potensi viral.

Selain itu, strategi kolaborasi ini sekaligus menjadi sarana promosi bersama yang memperkuat kredibilitas pesan yang disampaikan khususnya mengenai upaya pengembangan kopi di Kampung Sukagalih erta menjadi media diseminasi informasi yang efektif untuk menarik perhatian masyarakat yang peduli pada pembangunan desa berkelanjutan.



Gambar 1. 30 Publikasi Video Profil di Youtube

Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Sementara itu, YouTube dipilih karena menawarkan durasi pemutaran yang lebih panjang, kualitas video yang lebih stabil, serta kredibilitas lebih tinggi untuk video profil. Publikasi di YouTube juga memungkinkan wisatawan untuk menilai potensi dan dampak program secara lebih mendalam melalui alur cerita yang utuh, bukan sekadar potongan singkat. Dengan memanfaatkan dua platform ini secara bersamaan, distribusi video tidak hanya menjangkau masyarakat umum seperti warga Kampung Sukagalih, tetapi juga membuka peluang menjangkau audiens yang lebih relevan seperti calon wisatawan yang tertarik dengan pengalaman wisata alam yang berpotensi terlibat dalam pengembangan kopi Sukagalih. Kombinasi keduanya memberikan keseimbangan antara jangkauan luas, kredibilitas konten, dan ketepatan sasaran.



Gambar 1. 31 Asistensi Video Porfil di Kantor Desa Cipeuteuy
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Pada tahap publikasi juga penulis telah melakukan asistensi terkait karya yang dibuat ke lembaga desa yakni kantor Desa Cipeuteuy dan juga asistensi kepada Kepala Dusun yakni Kang Adit selaaku Kepala Dusun Pandan Arum, Kampung Sukagalih. Asistensi yang dilaksanakan pada 10 November 2025 ini membahas tentang tujuan, pesan utama, serta potensi penggunaan video sebagai materi komunikasi strategis. Pada pembahasan ini juga mencakup bagaimana video ini dapat dijadikan aset visual Kampung Sukagalih dalam mendukung program pembangunan serta pemberdayaan masyarakat khususnya dalam hal pengembangan potensi kopi sebagai komoditas unggulan. Selain itu, video profil ini juga dapat menjadi arsip media promosi bahan presentasi lembaga desa kepada masyarakat. Oleh sebab itu, proses asistensi ini tidak hanya sebatas publikasi digital, namun hal ini juga selaras dengan kebutuhan masyarakat disana dalam membuka peluang kolaborasi dan pengembangan ekonomi lokal.

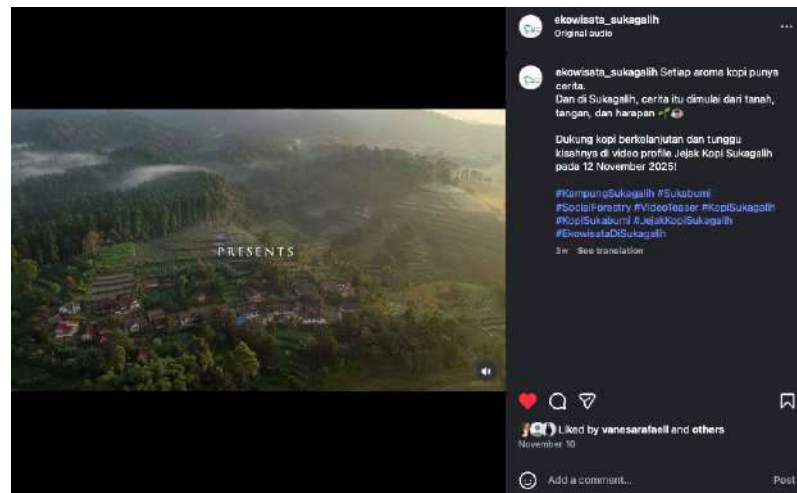
Setelah dilakukan asistensi pada tanggal 10 November, keesokan harinya penulis juga melakukan publikasi dengan format acara “nobar” atau nonton bareng di pendopo Kampung Sukagalih. Nonton bareng ini bertujuan agar masyarakat setempat memahami bagaimana pesan dan tujuan video profil Jejak Kopi Sukagalih sekaligus memberi evaluasi melalui kuesioner yang dibagikan oleh penulis terkait efektivitas video profil ini.



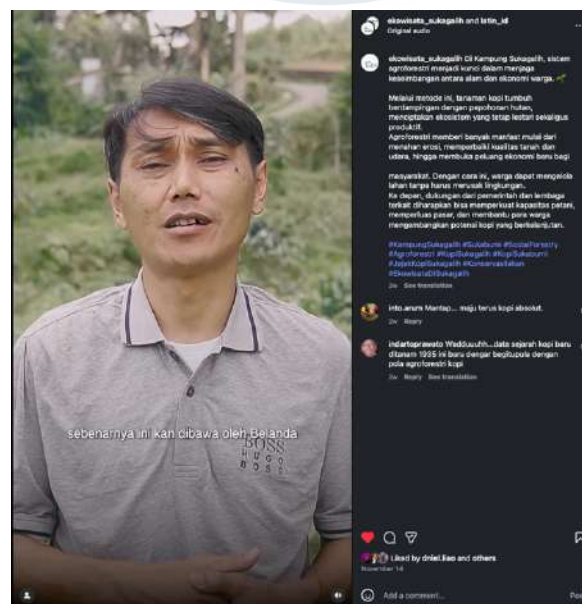
Gambar 1. 32 Nonton Bareng Video Profil
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Melalui kegiatan nonton bareng ini, masyarakat Kampung Sukagalih dapat memahami bagaimana representasi diri mereka terkait aktivitas sehari-hari serta proses pembudidayaan kopi yang lebih terstruktur. Setelah proses publikasi melalui unggahan di media sosial dan pemutaran video dalam acara nonton bareng, langkah berikutnya adalah memperkuat penyebaran pesan melalui beragam materi promosi yang dirancang untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Pada tahap ini, penulis menggunakan berbagai aset komunikasi pendukung seperti poster video profil, *short reels* pada platform Instagram yang masing-masing mengangkat tema berbeda yakni dari perspektif pengelolaan kopi secara berkelanjutan hingga konten hiburan berupa ASMR kopi sehingga mampu menarik perhatian berbagai segmen audiens. Selain itu, dibuat pula materi edukatif berupa *slide carousel* Instagram yang memuat sejarah kopi, potensi pengembangan kopi, serta fakta-fakta informatif terkait kondisi di Kampung Sukagalih. Materi promosi ini dilengkapi dengan infografis mengenai *unique selling point* kopi dan publikasi artikel di Kompasiana

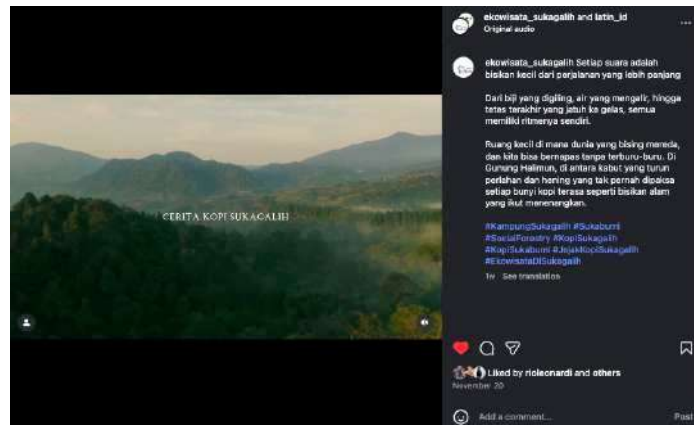
untuk memperluas jangkauan informasi melalui media berbasis tulisan. Tidak hanya itu, penulis juga membuat sebuah *teaser* video turut dipublikasikan di media sosial sebagai pemantik perhatian awal agar publik memiliki gambaran sekaligus ketertarikan sebelum menonton video profil secara penuh.



Gambar 1. 33 *Teaser* Video Profil
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)



Gambar 1. 34 *Short Reels 01*
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)



Gambar 1. 36 *Short Reels 02*
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)



Gambar 1. 35 *Slide Carousel*

Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)



Gambar 1. 37 *Infographic*
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Tabel 2. 5 Anggaran Implementasi Produksi

Anggaran Biaya Produksi			
No	Data	Keterangan	Harga Total
1	Drone dan Pilot	3 Hari 2 Malam	Rp500.000
2	Penginapan	3 Hari 2 Malam	Rp.400.000
3	Lensa Tamron for Sony 17-70mm f2.8	3 Hari 2 Malam	Rp.200.000
5	Honorarium Narasumber	3 Narasumber	Rp.100.000
SUBTOTAL			Rp.1.200.000

Setelah seluruh materi promosi telah disusun dan di publikasikan maka penulis bergerak pada tahap selanjutnya yakni meninjau dan mengevaluasi aspek anggaran yang telah digunakan selama proses produksi. Pada tabel implementasi anggaran produksi menunjukkan bahwa total biaya produksi yakni sebesar Rp.1.200.000 yang terdiri dari sewa drone, sewa penginapan, sewa lensa, dan membayar honorarium narasumber. Perbandingan dengan rencana anggaran produksi sebelumnya yang memiliki perbedaan signifikan ini dapat dilihat dari aspek sewa drone, penginapan, bensin, dan honorarium narasumber. Biaya sewa drone dengan anggaran awal Rp.1.500.000 dipangkas menjadi Rp.500.000 karena produksi dilakukan oleh tiga orang sehingga jatah drone dibagi untuk ketiga orang tersebut. Dalam hal penginapan dengan anggaran awal sebesar Rp.250.000 menjadi Rp.400.000 karena penulis perlu membiayai penginapan tim produksi selaku pilot drone yaitu Alexander Sen.

Bensin dengan anggaran awal Rp.120.000 menjadi tidak termasuk ke dalam implementasi anggaran produksi karena dari pihak kampus telah melakukan subsidi bensin kepada mahasiswa yang melakukan kunjungan diluar *timeline* kampus untuk kepentingan eksekusi karya. Dalam hal honorarium narasumber dengan anggaran awal Rp.350.000 ini dapat dipangkas menjadi Rp.100.000 karena narasumber menolak untuk diberi tunjangan meskipun penulis telah menyediakan anggarannya.

Keseluruhan proses implementasi karya video profil Jejak Kopi Sukagalih baik dari tahap produksi hingga pasca produksi menunjukkan bagaimana perancangan konseptual menggunakan *three stages of production* dapat terlaksana secara komprehensif melalui rangkaian yang terstruktur. Dengan demikian, implementasi karya ini tidak hanya menghasilkan sebuah video profil, tetapi juga mendorong pemahaman, keterlibatan masyarakat setempat, dan peluang kolaborasi dari pihak yang relevan dalam pengembangan potensi kopi Sukagalih.

Sebagai langkah lanjutan, diperlukan tahap penilaian atau evaluasi terhadap efektivitas karya yang telah dilaksanakan oleh penulis. Evaluasi ini akan membahas bagaimana video profil Jejak Kopi Sukagalih dapat diterima, dipahami, dan dinilai oleh audiens melalui *peer assessment* dan juga analisis berdasarkan *Insight* media sosial Instagram @ekowisata_sukagalih.

4.3 Evaluasi

Evaluasi dalam skripsi berbasis karya ini dilakukan pada saat penayangan video profil atau acara nonton bareng di pendopo Kampung Sukagalih melalui penyebaran kuesioner kepada para warga. Evaluasi ini memberikan gambaran mengenai efektivitas karya sebagai media promosi dan juga sekaligus diseminasi informasi sehingga memenuhi tujuan karya.

4.3.1 Evaluasi Teknis

1. Pengambilan gambar

Selama proses produksi terdapat kendala dalam mengambil *footage* di lokasi. Kendala tersebut adalah cuaca yang tidak mendukung sehingga menghambat penulis dalam proses produksi karena harus menunggu cuaca yang tepat dalam mengambil gambar. Pengambilan gambar yang tertunda sesuai *rundown* adalah pada saat wawancara Abah RT yang seharusnya dilaksanakan pada 17 Oktober diundur sampai 19 Oktober melihat cuaca yang kurang kondusif

2. Editing

Selama proses *editing* berlangsung terdapat beberapa kendala yakni alat pendukung tidak dapat berjalan dengan lancar sehingga penulis sebagai *editor* dalam karya ini perlu menunggu beberapa waktu untuk melakukan *rendering* dan *exporting* video profil Jejak Kopi Sukagalih. Kendala ini memakan waktu yang cukup lama sehingga proses pasca produksi sedikit terhambat.

4.3.2. Evaluasi Non Teknis

1. Miskomunikasi

Dalam melakukan koordinasi dengan berbagai pihak yang terlibat, penulis mengalami kendala miskomunikasi dimana hal ini terjadi karena melalui *chat* via Whatsapp sehingga kurang adanya pendukung nonverbal dalam menyampaikan pesan. Hal ini menjadikan orang menanggapi dengan maksud yang berbeda dengan yang ditujukan. Kendala ini seperti ketinggalan alat produksi dan koordinasi waktu untuk pengambilan gambar.

2. Manajemen Waktu

Dalam proses pelaksanaan karya ini mulai dari tahap perancangan hingga akhirnya di publikasi, penulis mengalami kendala manajemen waktu karena dalam pembuatan video profil Jejak Kopi Sukagalih memiliki tenggat waktu yang sangat singkat yaitu 2 minggu dengan penyelesaian materi promosi juga. Selain itu, banyak perubahan waktu secara mendadak sehingga penulis perlu menyesuaikannya kembali.

Setelah melalui evaluasi teknis dan non teknis, dalam mengukur efektivitas karya ini juga disebarkan kuesioner seperti berikut.

Tabel 2. 6 Lembar Kuesioner

LEMBAR KUESIONER MICHAEL

Evaluasi Efektivitas Video Profil Potensi Kopi Sukagalih

Petunjuk Pengisian:

Beri tanda (✓) pada salah satu kolom yang sesuai dengan pendapat Anda.

Skala Penilaian:

1 = Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Netral 4 = Setuju 5 = Sangat Setuju

1. Diseminasi Informasi

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Video profil kopi Sukagalih membantu saya mengetahui informasi baru tentang potensi kopi di desa ini.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Video ini mampu mengenalkan kelebihan kopi Sukagalih dibandingkan daerah lain.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Video ini mampu mengenalkan keunikan kopi Sukagalih yang membedakannya dari kopi lainnya.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Efektivitas Promosi

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
4	Video ini efektif dalam memperkenalkan kopi Sukagalih kepada masyarakat luas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Video ini mampu menarik perhatian masyarakat untuk mengenal kopi Sukagalih lebih jauh.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Video ini memberikan citra positif terhadap kopi Sukagalih sebagai produk lokal yang berkualitas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Daya Tarik Media

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
7	Tampilan visual dalam video terlihat menarik dan mendukung pesan yang ingin disampaikan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Narasi yang digunakan dalam video terdengar jelas, menyentuh, dan mudah dipahami.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Alur cerita video mengalir dengan baik sehingga mudah diikuti dan tidak membosankan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Dampak terhadap Perilaku dan Kesadaran

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
10	Video ini meningkatkan kesadaran masyarakat tentang potensi kopi Sukagalih sebagai sumber ekonomi lokal.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- 11 Setelah menonton video, saya merasa terdorong untuk lebih mendukung pengembangan kopi Sukagalih. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

5. Keberlanjutan dan Harapan ke Depan

- | No | Pernyataan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 12 | Saya berharap video seperti ini terus dibuat untuk memperkenalkan potensi lain di Kampung Sukagalih. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Dalam menilai efektivitas video profil Jejak Kopi Sukagalih, kuesioner ini disusun dalam kerangka model *peer assessment* yang dibagikan kepada para warga yang hadir dalam penayangan di pendopo Kampung Sukagalih. Meskipun masyarakat disini bukan menjadi target utama, penilaian dari warga tetap memiliki nilai penting sebagai *feedback* yang representatif. Pada bagian diseminasi informasi, tiga pernyataan pertama dalam *peer assesment* ini menilai sejauh mana video profil menjalankan fungsinya sebagai media penyebaran informasi. Pernyataan mengenai video dalam menghadirkan informasi baru tentang potensi kopi Sukagalih menekankan aspek edukatif, yakni apakah warga memperoleh pemahaman tambahan setelah menonton. Selanjutnya, penilaian terkait kemampuan video mengenalkan kelebihan kopi Sukagalih dibandingkan daerah lain menilai efektivitas materi dalam membangun diferensiasi produk, yang menjadi salah satu kunci komunikasi pemasaran. Pernyataan ketiga, yakni pengenalan keunikan kopi Sukagalih, memperkuat aspek *storytelling* yang bertujuan mengangkat identitas lokal. Ketiga indikator ini bersama-sama menunjukkan apakah video tersebut berhasil memberikan informasi yang akurat, relevan, serta mudah dipahami oleh audiens.

Aspek berikutnya merupakan pengukuran efektivitas promosi yang berfokus pada kemampuan video dalam meningkatkan daya tarik terhadap potensi kopi Sukagalih. Pernyataan selanjutnya merupakan penguji terkait video profil ini berfungsi sebagai media promosi sekaligus sejauh mana pesan utama dapat di

komunikasikan dengan baik. Pernyataan kelima disini mengevaluasi daya tarik video dalam mendorong penonton untuk mengenal potensi kopi Sukagalih lebih jauh dengan menyoroti bagian visual, narasi, dan pesan yang disampaikan untuk membangun perspektif terhadap potensi ini.

Aspek berikutnya berkaitan dengan daya tarik media yang mengukur unsur estetika terkait audio dan visual. Penilaian ini melihat apakah kualitas gambar, komposisi, warna, maupun gaya pengambilan gambar dapat membantu memperkuat komunikasi pesan yang ingin disampaikan. Pada aspek dampak terhadap perilaku dan kesadaran ini rancang untuk menilai sejauh mana video profil mampu memengaruhi *awareness* dan perubahan perilaku audiens. Sementara itu, pada pernyataan selanjutnya mengukur dampak emosional dan motivasi setelah menonton video, apakah penonton merasa terdorong untuk mendukung pengembangan kopi Sukagalih. Jika responden memberikan nilai tinggi pada pernyataan ini, berarti video tidak hanya informatif tetapi juga persuasif yang efektif dalam membangkitkan partisipasi masyarakat.

Pada bagian terakhir terkait harapan kedepannya berfokus pada keberlanjutannya. Penilaian ini menjadi indikator bagi keberhasilan karya video profil Jejak Kopi Sukagalih karena menunjukkan bahwa video tidak hanya diterima secara positif, tetapi juga dianggap sebagai media komunikasi yang relevan, bermanfaat, dan layak untuk dilanjutkan.

Dalam penyusunan evaluasi karya ini, penjelasan mengenai *peer assessment* menjadi dasar untuk memahami bagaimana persepsi dan penilaian audiens digunakan sebagai indikator kualitas sebuah karya video profil. Setelah menguraikan setiap pernyataan, tahap selanjutnya adalah memaparkan hasil olah data *peer assesment* yang dibagikan kepada 15 responden di Kampung Sukagalih. Hasil *peer assessment* menjadi bahan evaluasi secara empiris yang relevan untuk melihat kekuatan dan kelemahan karya berdasarkan impresi langsung dari audiens yang menyaksikan penayangan video tersebut di pendopo Kampung Sukagalih

Tabel 2. 7 Hasil Olah Data

JEJAK KOPI SUKAGALIH						
Diseminasi Informasi						
No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	Video profil kopi Sukagalih membantu saya mengetahui informasi baru tentang potensi kopi di desa ini.				9	6
2	Video ini mampu mengenalkan kelebihan kopi Sukagalih dibandingkan daerah lain.				7	8
3	Video ini mampu mengenalkan keunikan kopi Sukagalih yang membedakannya dari kopi lainnya.				8	7
Efektivitas Promosi						
No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
4	Video ini efektif dalam memperkenalkan kopi Sukagalih kepada masyarakat luas.				3	12
5	Video ini mampu menarik perhatian masyarakat untuk mengenal kopi Sukagalih lebih jauh.				4	11
6	Video ini memberikan citra positif terhadap kopi Sukagalih sebagai produk lokal yang berkualitas.				6	9
Daya Tarik Media						
No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
7	Tampilan visual dalam video terlihat menarik dan mendukung pesan yang ingin disampaikan.				3	12
8	Narasi yang digunakan dalam video terdengar jelas,				3	12

	menyentuh, dan mudah dipahami.					
9	Alur cerita video mengalir dengan baik sehingga mudah diikuti dan tidak membosankan.				4	11
Dampak terhadap Perilaku dan Kesadaran						
No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
10	Video ini meningkatkan kesadaran masyarakat tentang potensi kopi Sukagalih sebagai sumber ekonomi lokal.				6	9
11	Setelah menonton video, saya merasa terdorong untuk lebih mendukung pengembangan kopi Sukagalih.				1	14
Keberlanjutan dan Harapan ke Depan						
No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
12	Saya berharap video seperti ini terus dibuat untuk memperkenalkan potensi lain di Kampung Sukagalih.				3	12

Peer assessment bukan hanya sekedar memberi nilai, tetapi juga menjadi strategi pembelajaran yang membuat responden lebih terlibat dalam proses evaluasi. Proses evaluasi ini tentunya sudah didasarkan pada beberapa kriteria yang telah ditentukan. (Paull Chin, 2016). Dalam evaluasi hasil karya video profil Jejak Kopi Sukagalih, penyebaran kuesioner dalam bentuk *peer assessment* ini memberikan gambaran kritis tentang bagaimana karya ini dapat dipahami, diterima, dan memberikan dampak bagi mereka. Sejalan dengan konsep *peer assessment* yaitu memberi evaluasi berdasarkan pengalaman responden terhadap sebuah karya, serta memberikan *insight* yang membantu penulis memahami efektivitas video secara objektif.

Hasil olah data kuesioner menunjukan pada aspek diseminasi informasi, mayoritas responden memberikan penilaian setuju dan sangat setuju dengan perbandingan 9 responden setuju dan 6 responden sangat setuju bahwa video memberikan informasi baru terkait potensi kopi di Kampung Sukagalih. Oleh sebab itu, video berfungsi efektif sebagai edukasi dalam mengkomunikasikan pemahaman terkait informasi baru. Begitu pula juga dengan penilaian terkait kelebihan kopi khas Sukagalih, pada pernyataan ini memperoleh 7 responden setuju dan 8 responden sangat setuju. Sedangkan pada penilaian terkait keunikan kopi khas Sukagalih ini memperoleh 8 responden setuju dan 7 responden sangat setuju. Hal ini menunjukan bahwa dari perspektif warga, video berhasil menampilkan informasi yang relevan, aktual, dan dapat diterima dengan baik pesan yang disampaikan.

Pada aspek efektivitas sebagai media promosi, hasil kuesioner memperlihatkan bahwa video dipandang berhasil dalam menjalankan fungsi komunikasinya sebagai media promosi. Pernyataan mengenai efektivitas video dalam memperkenalkan kopi khas Sukagalih ini memperoleh 12 responden dengan pilihan sangat setuju dan 3 responden setuju sehingga hal ini menunjukan Tingkat penerimaan sangat tinggi. Sama halnya dengan pernyataan daya tarik memperoleh 11 responden dengan pilihan sangat setuju dan 4 responden setuju, selain itu pada pernyataan terkait citra positif dari potensi kopi ini, mayoritas responden sebanyak 9 responden memilih sangat setuju dan 6 responden setuju. Dari perspektif ilmu komunikasi, hasil olah data ini menunjukan bahwa video tidak hanya informatif tetapi juga memiliki nilai persuasi yang berhasil memengaruhi perspektif masyarakat terhadap citra kopi.

Aspek berikutnya berkaitan dengan daya tarik media, dalam hal video profil maka tentunya hal ini berkaitan dengan sisi estetika dalam penyampaian pesan melalui audio dan visual. Perihal pernyataan visual yang menarik memperoleh 12 responden dengan sangat setuju dan 3 responden setuju, pernyataan narasi dalam video sudah terdengar jelas, menyentuh, dan mudah dipahami ini memperoleh hasil yang sama yakni 12 responden dengan sangat setuju dan 3 responden setuju. Lalu

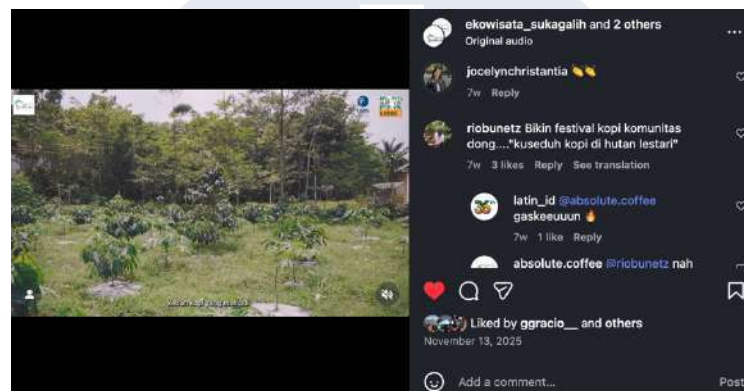
untuk pernyataan mengenai alur cerita yang berjalan dengan terstruktur dan tidak membosankan memperoleh hasil 11 responden sangat setuju dan 4 responden setuju. Hasil ini memberikan evaluasi terhadap aspek teknis yang menjadi dasar dalam karya penulis. Adanya hasil akhir yang positif menunjukkan bahwa selama tahap *three stages of production* telah berhasil menghadirkan pengalaman menonton yang menarik.

Pada aspek dampak terhadap perilaku dan kesadaran menunjukkan bahwa hasil *peer assessment* dalam hal video ini dapat meningkatkan *awareness* tentang potensi kopi Sukagalih sebagai sumber ekonomi lokal dengan perbandingan 9 responden sangat setuju dan 6 responden setuju. Sedangkan dalam pernyataan dukungan dalam pengembangan kopi Sukagalih ini memperoleh hasil 14 responden sangat setuju dan 1 responden setuju. Sebagai aspek terakhir terkait keberlanjutan dan harapan ke depan memperoleh hasil yakni 12 responden sangat setuju dan 3 responden setuju bahwa video seperti ini dapat dilanjutkan untuk memperkenalkan potensi lain di Kampung Sukagalih.

Berdasarkan keseluruhan hasil olah data *peer assessment* menunjukkan bahwa video profil Jejak Kopi Sukagalih dapat diterima dengan baik oleh masyarakat Kampung Sukagalih dan dinilai efektif dalam mengkomunikasikan pesan. Pada aspek diseminasi informasi, video mampu memberikan pemahaman baru lewat penyebaran informasi terkait potensi kopi lokal. Pada aspek efektivitas promosi menunjukkan bahwa video tidak hanya memperkenalkan saja tapi juga dapat membangun citra positif terhadap komoditas lokal. Dari segi daya tarik, responden menilai bahwa visual, narasi, dan alur cerita tersaji dan berjalan dengan baik sehingga menciptakan pengalaman nonton yang menarik dan mudah dipahami. Lebih jauh lagi, dalam aspek dampak terhadap perilaku dan kesadaran memperlihatkan bahwa video ini mampu mendorong peningkatan *awareness* serta dukungan terhadap pengembangan komoditas lokal. Diakhiri dengan aspek keberlanjutan dan harapan, responden sangat mendukung jika produksi video seperti ini diteruskan dalam upaya memperkenalkan potensi lain dari Kampung

Sukagalih. Secara empiris, hasil olah data ini menunjukkan bahwa karya penulis telah memenuhi fungsi komunikasinya.

Selain itu, hasil analisis *insight* dari akun media sosial *@ekowisata_sukagalih* ini juga dapat dibaca melalui perspektif model komunikasi AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) yang relevan dalam menilai efektivitas sebuah media promosi di era digital.



Gambar 1. 38 Publikasi Video Profil
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Melalui penayangan video, tahap *Attention* dan *Interest* tercermin dari tingginya daya tarik media. Audiens Instagram *@ekowisata_sukagalih* menunjukkan bahwa video ini mampu memicu ketertarikan dan membangun rasa ingin tahu (*Search*) mengenai potensi kopi lokal dan pemanfaatan hutan yang tercermin dari komentar salah satu akun *@annisaalv* “harus cobain kopinya enak banget”. Respon positif pada aspek dampak perilaku juga menunjukkan adanya dorongan menuju tahap *Action*, seperti meningkatnya dukungan terhadap pengembangan kopi sebagai potensi ekonomi desa yang tercermin dari komentar salah satu akun Instagram *@riobunetz* “bikin festival kopi komunitas dong..”kuseduh kopi di hutan lestari”, hal ini menunjukkan bahwa warga internet tertarik untuk mendukung pengembangan potensi kopi. Mekanisme *Share* muncul dalam bentuk fitur “*share*” pada platform Instagram dimana para warga internet membagikan video ini sebagai bentuk diseminasi informasi kepada masyarakat yang lebih luas lagi. Dengan demikian, analisis melalui *Insight* akun *@ekowisata_sukagalih* ini tidak hanya memvalidasi kualitas video, tetapi juga

menunjukkan bagaimana elemen-elemen AISAS muncul dalam konteks komunikasi berbasis tayangan komunitas.

Kaitannya dengan tujuan karya dan standar akademik, video profil Jejak Kopi Sukagalih dirancang sebagai media yang mampu mengomunikasikan potensi kopi di Kampung Sukagalih kepada masyarakat melalui pengelolaan yang terintegrasi. Karya ini tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi visual, tetapi juga sebagai sarana diseminasi informasi yang memenuhi unsur komunikatif, informatif, dan edukatif sebagaimana standar karya akademik di bidang komunikasi. Melalui audiovisual, video ini menyampaikan narasi secara terstruktur, memvisualisasikan kondisi lapangan secara aktual, dan menampilkan *insight* berbasis data serta konteks sosial masyarakat.

Kaitannya dengan konteks isu yang diangkat dan aspek komunikasi, karya ini berangkat dari isu pemanfaatan lahan hutan oleh masyarakat melalui praktik yang berkelanjutan, yaitu *social forestry* dan *agroforestry*. Video ini menempatkan masyarakat sebagai pusat narasi, sekaligus sebagai agen perubahan dalam pengembangan ekonomi lokal. Dari perspektif komunikasi, penyampaian pesan dilakukan dengan mengedepankan *storytelling*, visual yang kuat, dan alur yang mudah dipahami sehingga mampu membangun pemahaman publik, menumbuhkan *awareness* terhadap lingkungan, serta memperkuat citra positif kopi Sukagalih sebagai bagian dari potensi ekowisata.