

Manajemen Produksi Konten Tik Tok Wahyudi Afrino (@yudiafrn) untuk Belajar Videografi

Zhofron Rizqi Nuur I'tishom¹, Alfian Febri², Trya Desiana Anggraini Puspita³

1. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, zhofron@gmail.com
2. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, alfianardianto@gmail.com
3. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, raratria2001@gmail.com

Abstract

Using the Tik Tok application is very easy, so it is not surprising that many people in Indonesia use the application, especially among teenagers. With the increasing development, the applications on mobile phones can affect interest in learning among teenagers, including Tik Tok itself. The purpose of this study is to find out how Wahyudi Afrino's Tik Tok content production management is, so that he is able to provide knowledge about videography in its content. The reason the researcher chose Wahyudi Afrino's content to be studied was because Wahyudi Afrino's content was considered capable of providing education to a wide audience. The case study research method was chosen as the method in this research, on the basis that this research has the aim of testing research questions and problems. The object of the research is content regarding videography that is on Wahyudi Afrino's Tik Tok account. Data collection techniques were carried out by online interviews with Tik Tok account owner Wahyudi Afrino. The research subject is the owner and filler of the videography content, namely Wahyudi Afrino. Based on the results of this study, it is shown that Wahyudi Afrino's content production does have serious and not careless preparations, besides that it also considers various things before producing the educative content.

Keywords: Production Management, Interest in Learning, Tik Tok, Videography, Industry 4.0, educational content

Abstrak

Menggunakan aplikasi Tik Tok sangatlah mudah maka tidak heran masyarakat di Indonesia banyak menggunakan aplikasi tersebut, terutama di kalangan anak remaja. Dengan perkembangan yang semakin meningkat, maka aplikasi-aplikasi pada telepon genggam dapat mempengaruhi minat belajar di kalangan remaja, termasuk Tik Tok itu sendiri. Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui bagaimana manajemen produksi konten Tik Tok seorang Wahyudi Afrino, sehingga mampu untuk memberikan ilmu-ilmu mengenai videografi dalam kontennya. Alasan peneliti memilih konten Wahyudi Afrino untuk diteliti yakni karena konten milik Wahyudi Afrino dinilai mampu untuk memberikan edukasi kepada khalayak luas. Metode Penelitian studi kasus dipilih sebagai metode dalam penelitian ini, dengan dilandasi bahwa penelitian ini memiliki tujuan untuk melakukan pengujian pertanyaan dan masalah penelitian. Adapun yang menjadi objek penelitiannya adalah konten mengenai videografi yang berada di akun Tik Tok milik Wahyudi Afrino. Teknik pengumpulan data dilakukan

dengan wawancara online dengan pemilik akun Tik Tok Wahyudi Afrino. Subjek penelitian adalah pemilik sekaligus pengisi konten videografi tersebut yakni Wahyudi Afrino. Berdasarkan hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa produksi konten Wahyudi Afrino memang memiliki persiapan yang serius dan tidak asal-asalan, selain itu juga mempertimbangkan berbagai macam hal sebelum memproduksi konten edukatif tersebut.

Kata Kunci : Manajemen Produksi, Minat Belajar, Tik Tok, Videografi, Industri 4.0, konten edukasi

PENDAHULUAN

Memasuki era revolusi industri 4.0 yang serba digital dan berkembangnya internet di seluruh dunia membuat media sosial menjadi media utama bagi masyarakat dalam mencari informasi. Tidak hanya itu, media sosial digunakan oleh masyarakat untuk berbagai macam kegiatan termasuk hiburan. Media sosial adalah sebuah media daring yang para penggunanya dapat berpartisipasi berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, wiki, forum, dan dunia virtual. Dengan kata lain media sosial bisa diterjemahkan sebagai wadah atau sarana untuk menyampaikan dan menerima suatu informasi, dimana pengirim dan penerima pesan dapat melakukan interaksi dan berpartisipasi langsung dalam media sosial tersebut (Fithriya, 2020).

Menurut Ellison dalam (Dimas et al., 2017) sebagian besar media sosial dapat membantu orang-orang untuk dapat berkomunikasi, mengenal, dan dapat terhubung dengan orang lain berdasarkan ketertarikan yang sama. Pengguna dapat saling berkomunikasi melalui fitur-fitur yang disediakan di dalamnya, seperti chatting, mengirimkan pesan pribadi, berkomentar pada kolom yang tersedia dan dapat berbagi foto maupun video. Media sosial merupakan kenyataan publik yang memudahkan pengguna untuk interaktif antar user. Banyaknya manfaat dan kemudahan yang ditawarkan menyebabkan pengguna media sosial semakin marak dan beragam (Mahanani, 2014)

Migrasi teknologi penyiaran dari analog ke digital bukanlah hal yang tidak mungkin. Di Indonesia, proses ini mengalami penundaan, bukan berarti teknologi analog akan terus dipertahankan. Hal ini membuat media sosial menjadi sebuah media penyiaran baru bagi khalayak. Sebelum populernya media sosial, TV dan Radio lah yang menjadi media penyiaran utama bagi masyarakat. Pada saat itu untuk mendapatkan suatu informasi setiap orang harus menunggu jadwal tayang sebuah program informasi dari TV maupun Radio. Berbeda dengan zaman serba digital seperti saat ini dimana media sosial telah hadir dengan pengaksesan yang sangat mudah, bahkan kita bisa mendapatkan suatu informasi yang kita inginkan tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Media penyiaran merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak (Morissan, 2018).

Media Sosial yang saat ini sedang naik adalah Tik Tok, Tik Tok merupakan salah satu aplikasi yang paling populer dan diminati di dunia saat ini. Tik Tok memungkinkan penggunaannya membuat video berdurasi 15 detik disertai musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya. Banyak orang yang menggunakan aplikasi Tik Tok untuk sekedar berkreaitivitas atau memberikan informasi mengenai suatu hal. Beberapa dari mereka bahkan membuat konten di Tik Tok yang mengedukasi dan menambah wawasan para penontonnya. Hal tersebut membuat Tik Tok pada saat ini dapat menjadi suatu media penyiaran yang informatif, tergantung dengan bagaimana pengguna Tik Tok menggunakan aplikasi tersebut. Selain itu aplikasi Tiktok ini dapat menjadi sebuah wadah informasi, seperti mendapat ilmu dengan menonton video tentang pengetahuan dunia dan juga bisa menghibur para penonton yang sedang mengalami tekanan (Malimbe et al., 2021).

Menurut Mulyana dalam (Malimbe et al., 2021), dalam penggunaan Tik Tok terdapat dua faktor yakni faktor internal seperti perasaan dan karakteristik individu, keinginan atau harapan, perhatian, proses belajar, keadaan fisik, kebutuhan juga minat, dan motivasi. Sedangkan faktor eksternal seperti informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, berlawanan, hal-hal baru, dan familiar atau ketidakasingan suatu objek.

Media sosial digunakan untuk mempromosikan karya, menawarkan produk jualan, mengikuti berita terkini, dan banyak juga yang menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi, wawasan, dan pengetahuan mengenai suatu hal yang diinginkan. Oleh karena itu keberadaan akun-akun media sosial yang menyediakan konten-konten edukatif cukup diminati oleh sebagian besar masyarakat. Keberadaan akun edukatif ini cukup banyak jenisnya dan memiliki pengikut yang cukup banyak, sebagai contoh pada akhir bulan Maret 2022 akun Tik Tok Wahyudi Afrino (@yudiafrn) yang berisi konten mengenai tutorial-tutorial dalam videografi telah memiliki 10,9 ribu pengikut dan salah satu kontennya ada yang hampir satu juta *view*. Jika dilihat dari jumlah peminatnya, videografi memiliki peminat yang bisa dikatakan banyak. Hal tersebut dikarenakan videografi memiliki daya tarik tersendiri, dimana di dalam dunia videografi kita dapat memvisualisasikan segala hal sesuai dengan yang kita inginkan.

Di dalam penelitian sebelum-sebelumnya, kebanyakan membahas mengenai dampak dari aplikasi Tik Tok, seperti pada jurnal milik Armylia Malimbe, Fonny Waani, dan Evie A.A. Suwu. Dalam jurnal tersebut objek penelitiannya merupakan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. Namun, dalam jurnal ini peneliti ingin menjadikan orang yang ingin belajar videografi sebagai objeknya.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang membahas mengenai dampak, disini peneliti ingin mengetahui bagaimana manajemen produksi dari *pre-production*, *production*,

dan *post-production* konten Wahyudi Afrino (@yudiafrn) yang *view* nya bisa dikatakan banyak tersebut. Alasan kami memilih penelitian tersebut dikarenakan kami ingin mengetahui bagaimana kreator-kektor konten edukatif di Tik Tok seperti Wahyudi Afrino memproduksi kontennya di Tik Tok yang awalnya dinilai sebagai aplikasi yang tidak mendidik.

KAJIAN PUSTAKA

Management berasal dari kata *to manage* yang berarti mengatur. Dalam hal mengatur, akan timbul masalah, problem, proses dan pertanyaan tentang apa yang diatur, siapa yang mengatur, mengapa harus diatur dan apa tujuan pengaturan tersebut. Manajemen juga menganalisa, menetapkan tujuan/sasaran serta mendeterminasi tugas-tugas dan kewajiban-kewajiban secara baik, efektif dan efisien (Candra Wijaya & Rifa'i, 2016).

Manajemen produksi adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan fungsi produksi. Ini menggabungkan dan mengubah berbagai sumber daya yang digunakan dalam subsistem produksi organisasi menjadi produk bernilai tambah secara terkendali sesuai kebijakan organisasi. Tujuan manajemen produksi adalah menghasilkan barang dengan kualitas dan kuantitas yang tepat pada waktu yang tepat dan biaya produksi yang tepat (Nurliza, 2017).

Tik Tok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik, menarik, dan bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Hasil dari video pendek ini bisa diperlihatkan ke teman-teman di sosial media dan pengguna Tik Tok lainnya. Aplikasi video pendek ini memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunaannya dapat melakukan tarian, gaya bebas, video unik dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreativitas penggunaannya menjadi konten kreator atau bisa dibilang juga sebagai Tik Tokers (Malimbe et al., 2021). Di Tik Tok juga terdapat istilah *fyp*, merupakan singkatan dari *for your page*. Artinya adalah Halaman rekomendasi atau halaman awal pada Tik Tok yang bisa langsung dilihat pengguna saat membuka aplikasi medsos tersebut. *fyp* ini berisi kumpulan video yang sedang naik daun atau populer. Video yang tampil pada *fyp* Tik Tok tersebut bukan dipilih secara random, namun deretan video yang memiliki jumlah penonton banyak.

Tik Tok adalah sebuah jaringan sosial media dalam platform video yang dikenalkan oleh Zhang Yiming pada 2016 dan dimiliki oleh ByteDance, China. Dulunya aplikasi ini memiliki nama Douyin yang sangat meledak di Tiongkok. Karena sangat populer, Douyin pun melakukan ekspansi ke berbagai negara dengan mengusung nama baru, yaitu Tik Tok (Prasetyo, 2020).

Menurut laporan dari Sensor Tower, aplikasi ini diunduh 700 juta kali sepanjang tahun 2019. Hal ini membuat Tik Tok dapat mengungguli sebagian aplikasi yang berada dibawah naungan Facebook Inc. kecuali aplikasi Whatsapp yang memiliki 1,5 miliar pengunduh (Pertiwi, 2020).

Aplikasi tiktok di tahun 2020 berkembang pesat dan menjadi budaya baru di Indonesia. Meskipun aplikasi tersebut sudah masuk ke Indonesia pada akhir 2017 namun belakangan ini aplikasi tersebut banyak digandrungi oleh masyarakat berbagai usia. Pada awal munculnya aplikasi tersebut sempat diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan alasan Kominfo menemukan banyak konten negatif yang ada di Tik Tok, seperti pornografi, asusila, dan pelecehan agama (Utama & Bestari, 2018).

Videografi (*videography*) terdiri dari kata video dan grafis (*graphic*), video berkonotasi pada perangkat kamera berteknologi elektronisasi yang memiliki fungsi utama untuk merekam dan menyimpan secara simultan atau terus menerus pada objek gambar atau visual berikut fungsi pendukung merekam suara atau audio secara langsung menjadi materi data rupa runggu atau audio visual.

Jadi videografi adalah media untuk merekam suatu momen atau kejadian yang dirangkum dalam sebuah sajian gambar dan suara yang dapat kita nikmati di kemudian hari, baik sebagai sebuah kenangan ataupun sebagai bahan kajian untuk mempelajari apa yang sudah atau pernah terjadi (Angga, 2017).

Videografi juga diartikan sebagai kegiatan membuat tayangan video secara pra produksi, produksi hingga pasca produksi sama dengan film. Letak perbedaan antara film dan videography secara teknis terletak pada alat yang digunakan serta bias dianalisis dari media penayangan, jumlah crew yang terlibat dan budget yang digunakan saat pra produksi, produksi hingga pasca produksi (Kabelen, 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilaksanakan untuk mempelajari realitas sosial dalam konteks manajemen media, terutama media radio. Mempertimbangkan hal ini, maka metode penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah metode penelitian studi kasus. Metode penelitian studi kasus menjadi pilihan sebagai metode dalam penelitian ini, dengan landasan bahwa penelitian ini mempunyai tujuan untuk melaksanakan pengujian pertanyaan dan perihal penelitian. Pengujian terhadap pertanyaan dan perihal penelitian penelitian yang tidak bisa dipisahkan antara fenomena dan juga konteks di mana fenomena tersebut terjadi.

Tim peneliti memilih metode penelitian studi kasus dalam penelitian ini dilandasi beberapa pertimbangan. Pertama, fokus penelitian yakni untuk memperoleh jawaban tentang pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa”. Kedua, dalam penelitian studi kasus ini, peneliti tidak diperbolehkan melakukan manipulasi kepada perilaku objek yang akan diteliti yang terlibat di dalam penelitian. Ketiga, peneliti berkeinginan untuk menutupi kondisi kontekstual dilatarbelakangi karena peneliti memiliki keyakinan bahwa hal itu sejalan dengan yang diteliti. Terakhir, adanya batas tidak jelas antara fenomena dan konteks yang diteliti (Yin, 2008). Dalam pelaksanaan penelitian ini, studi kasus dilaksanakan dengan meneliti produksi konten Tik Tok Wahyudi Afriano.

Metode pengumpulan data dalam pelaksanaan penelitian studi kasus dalam penelitian ini dilakukan dengan berbagai cara. Pertama, adalah pengumpulan data dilakukan dengan observasi partisipan. Kekuatan pengumpulan data dengan observasi partisipan berakar pada observasi proses aktual “di lapangan”. Peneliti dapat melakukan pengamatan mengenai rutinitas kerja yang sebenarnya, selama observasi, merekam proses pengambilan keputusan, konflik, negosiasi, dan kompromi, yang kesemuanya merupakan bagian dari proses produksi di berbagai tingkatan (Given, 2008).

Kedua, pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam. Kekuatan utama wawancara sebagai metode adalah kemampuannya untuk menjangkau berbagai perspektif tentang topik tertentu. Berbagai wawancara dapat digunakan untuk menambah informasi dan memperluas sudut pandang dalam penelitian tentang *videografer* pemula yang sedang dilakukan ini. Semua wawancara dapat digunakan sebagai perangkat heuristik, karena informasi baru mengarah pada perspektif dan pertanyaan baru untuk subjek selanjutnya (Given, 2008). Dalam pelaksanaan penelitian ini, wawancara akan dilakukan kepada Wahyudi Afriano, yang menjabat sebagai konten kreator di media sosial Tik Tok.

Ketiga adalah dengan melalui studi dokumen dan arsip. Dokumen yang dimaksudkan di sini bisa berupa surat, memorandum, agenda, dokumen administrasi, artikel surat kabar, atau dokumen apapun yang berkaitan dengan penyelidikan. Triangulasi bukti dengan dokumen berfungsi untuk menguatkan bukti dari sumber lain. Dokumen juga dapat dipakai guna menarik kesimpulan pada suatu peristiwa, mengarah pada petunjuk palsu jika peneliti tidak berpengalaman. Dokumen dapat berupa arsip, seperti catatan layanan, catatan organisasi, daftar nama, hasil survey (Yin, 2008). Pada penelitian ini, arsip yang diteliti adalah dokumen yang bersumber dan atau berkaitan dengan penelitian-penelitian sebelumnya dan juga narasumber yang akan diwawancarai.

Setelah pengumpulan data selesai dilaksanakan dan data telah terkumpul, selanjutnya dilakukan proses reduksi data dengan melakukan pemilihan data yang dapat digunakan dan data diabaikan. Data yang digunakan ini selanjutnya dianalisis. Analisis dilakukan dengan

memakai analisis data studi kasus yang dilakukan dengan melakukan kategori data. Setelah ada kategori data, dilanjutkan dengan mengatur data dengan empat cara, yaitu pencocokan pola, membangun penjelasan, menemukan logika model, dan melakukan analisis *timeseries* (Yin, 2008).

Teknik tambahan dapat digunakan tatkala menggunakan beberapa kasus, disebut sebagai sintesis untuk mencari pengulangan dalam kasus. Produk akhirnya adalah narasi yang menceritakan tentang kasus, yang memungkinkan pembaca sepenuhnya menjadi paham pada pada kasus yang terjadi (Prihatsanti et al., 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wahyudi Afrino atau biasa disapa Yudi merupakan seorang *content creator* Tik Tok yang memiliki cukup banyak pengikut di akunnya. Akun milik Yudi bernama @yudiafrn, di dalamnya kita bisa menemukan berbagai macam konten Tik Tok yang bertemakan videografi. Yudi memilih konten mengenai videografi dikarenakan ia sendiri merupakan seorang *videographer*. Yudi menjadikan videografi sebagai pekerjaannya pada saat ia masih duduk di bangku SMA, namun Yudi sudah belajar tentang videografi mulai dari SMP. Bahkan hingga saat ini videografi masih menjadi *main income* nya.

Alasan Wahyudi Afrino memilih konten videografi juga karena ia ingin memberikan ilmu kepada orang diluar sana untuk belajar, karena videografi bisa dijadikan sebagai pekerjaan. Namun disisi lain Yudi ingin membagikan ilmu untuk orang yang baru untuk memulai atau orang yang belum mengerti sama sekali supaya kenal dengan ilmu videografi. Di sini Yudi menekankan bahwasanya ia membuat konten Tik Tok ini bukan hanya untuk pendapatannya semata, Yudi juga mengatakan bahwa pendapatan yang ia dapat dari Tik Tok hanyalah bonus sedangkan tujuan utamanya yakni Yudi memang ingin berbagi pengalaman dan pengetahuannya di bidang videografi melalui konten-konten Tik Tok nya.

Tujuan dari manajemen produksi sendiri yakni menghasilkan barang dengan kualitas dan kuantitas yang tepat pada waktu yang tepat dan biaya produksi yang tepat. Hal inilah yang harus dilakukan dan diperhatikan oleh seluruh konten kreator media sosial supaya dapat membuahkan sebuah karya digital yang bisa dikatakan bermanfaat dengan mengatur dan mempersiapkan bagaimana suatu konten akan diproduksi. Di dalam manajemen produksi media sendiri sebenarnya terdapat *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pelaksanaan), dan *controlling* (pengawasan) yang merupakan prinsip yang digunakan dalam pengelolaan media. Akan tetapi Yudi tidak menjalankan prinsip pengorganisasian dikarenakan dalam mengelola akun Tik Tok nya, ia melakukannya secara individu.

Perencanaan

Prinsip perencanaan dilakukan Yudi pada tahapan *pra-production*, karena inti dari *pre-production* sendiri adalah perencanaan. Perencanaan meliputi pekerjaan yang harus dilakukan demi tujuan yang diinginkan. Prinsip perencanaan yang dilakukan Yudi berupa pencarian ide dan juga mempersiapkan berbagai peralatan apa saja yang akan digunakan ketika tahap produksi. Dalam prinsip perencanaan Yudi harus memikirkan bagaimana informasi yang ia coba sampaikan dapat diterima oleh para *audience*-nya dan juga mampu merubah stereotip masyarakat mengenai Tik Tok yang tidak mendidik menjadi sebuah platform yang juga bisa dijadikan sebagai tempat untuk belajar.

Pelaksanaan

Seperti namanya, pada prinsip ini segala rancangan yang telah direncanakan terlaksana dan direalisasikan sebagaimana mestinya. Pelaksanaan meliputi individu yang terlibat dalam suatu proses harus bekerja demi tujuan yang ingin dicapai. Prinsip pelaksanaan dilakukan Yudi setelah tahapan *pre production*, yakni pada tahapan *production* hingga *post production*. Pada tahapan *production* sudah jelas jika Yudi mulai memvisualisasikan ide cerita yang telah ia buat. Lalu pada tahapan *post production* prinsip pelaksanaan dilakukan dengan mengedit hasil *take* pada tahapan *production* lalu meng-*upload* hasil editan tersebut ke *platform* Tik Tok.

Pengawasan

Pengawasan dilakukan untuk mengatur dan mengawasi agar proses terjadi dengan terarah dan tidak melewati batas serta sesuai standar. Untuk prinsip pengawasan ini Yudi lakukan sendiri dari *pre production* hingga *post production*. Pada saat *pra production* prinsip pengawasan ini berupa koreksi ide cerita yang telah Yudi buat supaya isi konten miliknya tidak melewati batas standar dan juga pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan ke *audience*. Selanjutnya pada tahapan *production*, Yudi melakukan pengawasan terhadap alat-alat yang akan ia gunakan untuk *take* video, apakah alat tersebut proper untuk digunakan atau tidak. Supaya hasil akhir ketika *upload* nanti tidak mengecewakan. Dan pada tahapan akhir produksi yakni *post production*, prinsip pengawasan lebih Yudi tekankan ke *audience*. Seperti memantau komentar dan memastikan jika kontennya tidak memiliki unsur yang dapat membuat tersinggung *audience*-nya.

Proses Produksi Konten Tik Tok Wahyudi Afrino (@yudiafrn)

Dalam membuat kontennya, Wahyudi Afrino sebagai pemilik akun Tik Tok (@yudiafrn) harus melewati beberapa tahapan dalam pembuatan konten audio visual. Tahapan

tersebut berupa *Pra Production-Production-Post Production*, ketiga tahapan ini sangat diperlukan supaya membuahkan sebuah karya audio visual yang sesuai dengan keinginan.

Tabel 1. Proses pembuatan konten Tik Tok Wahyudi Afrino (@yudiafrn)

Proses	Penjelasan
Pra produksi	Menentukan Ide dan Menyesuaikan Tren
Produksi	Proses <i>take</i> video konten
Post Produksi	Editing Video

Sumber. Hasil wawancara tim peneliti 2022

Pra production

Pra production yaitu tahapan awal sebelum dilaksanakannya produksi video. Tahapan ini merupakan tahap yang sangat penting bagi seorang *content creator* seperti Yudi, karena pada tahapan ini semua langkah-langkah perencanaan untuk memproduksi konten dilakukan (Syafrita & Ardoni, 2019). Dalam tahapan *pra production* ini Yudi mengatakan bahwasanya terdapat dua hal yang ia lakukan yakni, menentukan ide dan menyesuaikan tren.

- Menentukan Ide

Menentukan ide sepertinya bukanlah hal yang asing lagi bagi setiap *content creator*, termasuk Wahyudi Afrino sendiri. Ide sendiri merupakan dasar dari sebuah karya, tanpa ide suatu karya tidak akan ada. Selain itu, ide juga diperlukan supaya kita mengetahui kemana arah konten yang ingin kita buat. Dalam menentukan ide dari kontennya Wahyudi Afrino mengandalkan pengetahuannya akan dunia videografi, melalui pengetahuannya tersebut ia dapat membuat konten-konten Tik Tok yang mengarah ke bidang videografi dan dapat mengedukasi para penontonnya.

Dalam membuat konten juga harus memperhatikan apakah isi dari konten tersebut pernah kita *upload* atau belum. Di sini proses menentukan ide berperan penting supaya konten yang ingin dibuat menjadi hal yang baru dan menarik bagi *viewer*. Oleh karena itu, seorang *content creator* termasuk Yudi harus dapat menciptakan sebuah ide cemerlang dimana ide tersebut dapat dikemas menjadi sebuah konten Tik Tok yang mampu mendapat perhatian tersendiri dari penontonnya.

- Menyesuaikan tren

Cara *viewer* dalam mengonsumsi konten kerap kali berubah-ubah, dan ketika kita tidak tahu cara terbaik untuk menjangkau mereka, maka hal ini cenderung menjadikan *content creator* membuat konten-konten yang berlebihan dan tidak ingin dikonsumsi oleh publik. Dengan mengikuti tren terakhir, kita menjadi tahu apa yang diinginkan oleh konsumen dan lewat cara apa mereka ingin menonton konten kita. Dengan begitu kita tidak perlu menerka-nerka keinginan mereka yang terkadang malah membuang waktu dan tenaga. Dan hal ini menjadi alasan bahwa mengetahui tren terbaru dapat mempertemukan konten kita ke penonton dengan lebih mudah dan juga dapat memperluas pasar dari konten kita.

Tren yang berkembang juga dapat membantu seorang *content creator* dalam menemukan berbagai ide baru yang menarik untuk membuat suatu konten. Karena dengan mengikuti tren, seorang *content creator* akan terdorong untuk menentukan ide yang sejalan dengan tren yang sedang berlaku. Sehingga tidak perlu untuk berpikir terlalu keras dalam menentukan ide yang tepat.

Production

Tahap *production* merupakan tahap pelaksanaan segala proses yang telah disiapkan sebelumnya pada tahap *pre production*. Pelaksanaan tahap produksi tersebut dimulai pada awalnya setelah adanya rancangan untuk dijadikan ke dalam bentuk konten audio visual (Syafrita & Ardoni, 2019). Pada tahapan ini Yudi mengeksekusi sendiri perekaman video untuk konten Tik Tok nya, seperti mengatur pencahayaan, audio, dan juga kamera. Dalam proses *production* sebaiknya seorang *content creator* Tik Tok memperhatikan kesiapan dan keproper-an peralatan yang mereka gunakan untuk pengambilan gambar, seperti halnya Yudi yang mengatakan bahwasanya ia lebih nyaman menggunakan kamera untuk mengambil gambar dibandingkan menggunakan handphone supaya dapat menghasilkan sebuah konten yang enak dan nyaman di mata penonton nya. Yudi juga mengatakan bahwasanya dia adalah *content creator* yang mengedepankan kualitas kontennya, karena latar belakangnya yang merupakan seorang *videografer*.

Post Production

Post Production adalah tahap dimana semua yang dikerjakan dari *pre production* sampai *production*, direalisasikan. Pada tahap ini meliputi pengeditan dan upload di *platform* Tik Tok (Arifin, 2017). Editing sendiri merupakan sebuah proses dari memilih footage hasil shooting, memotong dan merangkai potongan footage tersebut menjadi sebuah kesatuan. Adapun dua tahap penting yang terdapat pada proses editing. Pertama, terdapat tahap *offline editing* merupakan tahap memotong dan merangkai gambar-gambar yang diambil pada saat tahap *production* menjadi satu bagian., dan selanjutnya adalah tahap *online editing* yang merupakan proses lanjutan dari hasil *offline editing*, dengan penambahan *color grading*, efek visual, *motion graphic*, dan *audio mixing*.

Dalam pengeditan semua kontennya Yudi lebih suka mengedit menggunakan PC dibandingkan dengan *handphone* karena dinilai lebih fleksibel. Alasan lain Yudi lebih memilih mengedit melalui PC yakni, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwasanya ia adalah *content creator* yang mengedepankan kualitas kontennya.

Sama seperti jenis pekerjaan lain, profesi *videografer* tak lepas dari beragam kesulitan yang harus dihadapi hampir setiap harinya. Tanpa solusi yang tepat, pekerjaan membuat video bagi seorang *videografer* yang andal pun akan terasa menyulitkan dan terkadang menghabiskan kesabaran, termasuk Wahyudi Afrino sendiri.

Yudi menyebutkan beberapa hal yang menurutnya dapat menghambat proses produksi konten, ia mengatakan bahwa kesulitan dalam membuat konten di Tik Tok yaitu mengatur waktu, seperti mengatur waktu ketika kerja dan kegiatan lainnya. Membuat konten tersebut harus mempunyai banyak ide, cara menemukan ide yakni dengan membaca buku, menonton film, atau video-video di Youtube sebagai referensi. Bukan hanya itu, membuat konten tersebut kita harus merasa tenang dan tidak terbebani akan hal apapun.

Mengatur mood sebelum membuat konten juga merupakan hal yang penting dan untuk membuat mood baik sebagai contohnya adalah mendengarkan lagu terlebih dahulu. Selain itu, mengatur konsistensi juga termasuk dalam kesulitan saat membuat konten. Jika kita dapat mengatur waktu dan mood, maka saat proses pembuatan konten tidak ada lagi hal-hal lain yang perlu dipikirkan. Namun yang paling penting adalah mengatur konsistensi kalian di dalam pasar sebagai contoh pasar itu di aplikasi Tik Tok sebagai videografi.

Dari ucapan Yudi di atas mengenai kesulitan dalam proses pembuatan konten, kita dapat mengetahui bahwa sebagian besar kesulitan berada di tahap *pra production*. Karena tahapan *pra production* merupakan tahapan yang sangat *krusial* dimana pada tahapan ini semua

langkah-langkah perencanaan untuk produksi video dilakukan, seperti menentukan ide, mencari referensi, dan sebagainya. Jadi jika pada tahap ini seorang *content creator* tidak menemukan solusi yang tepat untuk menangani kesulitan dan tantangan yang ada, maka tahap-tahap selanjutnya juga akan berantakan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada penelitian yang peneliti lakukan, dapat disimpulkan bahwasanya tahapan produksi konten Tik Tok Wahyudi Afrino yang berbentuk video edukasi perihal *videografi* ternyata cukup diminati oleh para pengguna *platform* media sosial Tik Tok. Pesan-pesan yang Yudi coba sampaikan lewat videonya tentunya dapat dengan mudah ditangkap oleh para *audience*-nya, hal ini dapat terlihat dari banyaknya *feedback* positif yang Yudi dapatkan di setiap kontennya. Karena mudahnya untuk menangkap pesan yang disampaikan, para calon *videografer* yang ingin belajar tentunya mampu mendapatkan ilmu dan wawasan yang mereka inginkan melalui konten Yudi ini.

Dibalik konten Wahyudi Afrino yang bisa dibilang sukses untuk menyampaikan pesan terhadap *audience*-nya, tentunya memiliki serangkaian manajemen produksi yang matang, yakni: (1) *pre production* yaitu tahapan awal sebelum dilaksanakannya produksi video. Tahapan ini merupakan tahap yang sangat penting karena tahapan ini semua langkah-langkah perencanaan untuk produksi video dilakukan. Dalam tahapan *pre production* ini Yudi mengatakan bahwasanya terdapat dua hal yang ia lakukan yakni, menentukan ide dan menyesuaikan tren, (2) *Production* merupakan tahap pelaksanaan segala proses yang telah dirancang sebelumnya pada tahap praproduksi. Pada tahapan ini Yudi mengeksekusi sendiri perekaman video untuk konten Tik Tok nya, seperti mengatur pencahayaan, audio, dan juga kamera, (3) *Post Production*, merupakan tahapan penyelesaian. *Post Production* adalah tahap dimana semua yang dikerjakan dari *pre production* sampai *production*, direalisasikan. Pada tahap ini meliputi pengeditan dan upload di *platform* Tik Tok. Dalam pengeditan semua kontennya Yudi lebih suka mengedit menggunakan PC dibandingkan dengan Handphone karena dinilai lebih fleksibel.

Setelah mengetahui manajemen produksi konten Tik Tok Wahyudi Afrino, peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya Yudi memang memiliki persiapan yang serius dan tidak asal-asalan dalam membuat konten. Yudi juga mempertimbangkan berbagai hal sebelum memproduksi konten miliknya, seperti keproperan alat dan proses editing, hal itu lah yang menjadikan konten Yudi tergolong ke dalam konten yang berkualitas dan mampu untuk merubah citra *platform* Tik Tok yang awalnya dipandang sebagai media sosial yang merusak menjadi salah satu tempat yang dapat dijadikan media pembelajaran dan menambah wawasan.

Metode seperti Yudi ini lah yang seharusnya dapat diterapkan oleh para konten kreator Tik Tok, sehingga mereka setidaknya dapat memberikan kesan positif kepada para *audience*-nya.

Setelah menulis penelitian ini peneliti masih merasa bahwa tulisan ini masih memiliki beberapa kekurangan seperti informasi yang minim dikarenakan terbatasnya komunikasi antara peneliti dan narasumber. Oleh karena itu, pada penelitian selanjutnya diharapkan mampu untuk lebih memaksimalkan riset yang di dapat dari narasumber dan mengembangkan topik pembahasan yang lebih mendetail.

DUKUNGAN

Adanya jurnal ini sebagai luaran mata kuliah Manajemen Media Penyiaran di bawah bimbingan Dr. Fajar Junaedi S.Sos., M.Si. Oleh karena itu, kami tim peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada dosen pengampu mata kuliah Manajemen Media Penyiaran dan juga saudara Wahyudi Afrino selaku narasumber dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Angga, G. (2017). *PERANCANGAN PROMOSI WISATA BAHARI PANTAI MENGANTI KEBUMEN* [UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG]. <http://repository.unpas.ac.id/cgi/users/home?screen=EPrint::Edit&eprintid=26582&stage=core>
- Arifin, Z. (2017). *Perancangan Video Promosi Diandra Anti Aging & Aesthetic Clinic Melalui Media Sosial Instagram*. Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
- Candra Wijaya, D., & Rifa'i, M. (2016). Dasar Dasar Manajemen Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif dan Efisien. In *Perdana*.
- Dimas, E. T., Akmal, A., Pusat, N., & Komunikasi, K. (2017). *KAJIAN DAMPAK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL BAGI ANAK DAN REMAJA*.
- Fithriya, D. N. L. (2020). Capaian Unggahan Konten Akun Instagram Gembira Loka Zoo (Glzoo) Yogyakarta Terhadap Online Engagement Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 15(1), 81. <https://doi.org/10.14421/jsr.v15i1.1980>
- Given, L. M. (2008). *The SAGE Encyclopedia of QUALITATIVE RESEARCH METHODS. VOLUME 1 & 2* (p. 886). Singapore: A SAGE Reference Publication.
- Kabelen, N. W. (2020). Perkembangan Videography Dari Ilmu Hingga Menjadi Sebuah Profesi. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia (JESKOVSA)*, 04(02), 2580–8753.
- Mahanani, P. A. R. (2014). Media Sosial dan Gaya Komunikasi. *Komunikator*, 6(1), 59–69.
- Malimbe, A., Waani, F., & Suwu, E. A. A. (2021). Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Ilmiah Society*, 1(1), 1–10.
- Morissan, M. A. (2018). *Manajemen media penyiaran : strategi mengelola radio & televisi* (Revisi). KENCANA.

- Nurliza. (2017). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi Ke-2. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1–219.
- Pertiwi, W. K. (2020). “*Di Balik Fenomena Ramainya TikTok di Indonesia.*”
- Prasetyo, W. (2020). *Apa Itu TikTok dan Cara Pakainya*.
- Prihatsanti, U., Suryanto, S., & Hendriani, W. (2018). Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah dalam Psikologi. *Buletin Psikologi*, 26(2), 126. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.38895>
- Suwanto, M. A. (2020). *SINEMATOGRAF PELAJAR*. edukasi.com.
- Syafrita, O., & Ardoni, A. (2019). Proses Pembuatan Direktori Berbentuk Video Wisata Alam Sumatera Barat. *Ilmu Informasi Perpustakaan Dan Kearsipan*, 8(1), 326. <https://doi.org/10.24036/107321-0934>
- Utama, L., & Bestari, N. P. (2018). *Ini Penyebab Kominfo Putuskan Blokir Tik Tok*.
- Yin, R. K., & Djauzi Mudzakir, M. (2008). *Studi kasus : desain & metode / Robert K. Yin ; penerjemah, M. Djauzi Mudzakir*. RajaGrafindo Perkasa.