



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Menurut Nasrullah (2014:13-14), media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial memiliki tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan *cognition*, komunikasi *communicate* dan kerjasama *cooperation*. Keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola penyebaran pesan media tradisional; sifat internet yang bisa berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi, dan yang terpenting bisa dilakukan secara *real time*.

Terdapat banyak saluran dan cara untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak luas, salah satunya adalah dengan menggunakan video sebagai salah satu media komunikasi *audiovisual* baik untuk kepentingan personal, kelompok, organisasi, lembaga hingga perusahaan sekalipun yang nantinya akan dimuat di media sosial. Media sosial sangat bermanfaat bagi suatu badan pemerintahan atau lembaga, salah satunya adalah Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG).

Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) mulai menyadari manfaat yang didapatkan dari menggunakan media sosial adalah menciptakan kesadaran, citra lembaga, dan antusias masyarakat terhadap konten-konten mengenai edukasi, informasi yang disertai data-data, serta hiburan, dalam hal ini diharapkan mampu memperluas pengetahuan masyarakat mengenai informasi yang dikeluarkan oleh BMKG. Penggunaan media sosial di BMKG pun dimanfaatkan untuk memberikan suatu informasi-informasi yang bermanfaat seperti tips, kegiatan, kunjungan, fenomena, peristiwa, dan informasi aktual. BMKG telah melakukan strategi promosi di media sosial tersebut dengan mengutamakan informasi-informasi penting tentang data-data penelitian atau pekerjaan yang dilakukan oleh BMKG yang lebih informatif salah satunya dengan adanya videografer yang dilibatkan di bagian hubungan masyarakat untuk membantu dalam pembuatan konten media sosial yang nantinya akan dipublikasikan kepada khalayak sebagai materi edukasi dan juga promosi.

Media sosial yang digunakan untuk melakukan media promosi di BMKG seperti media sosial *TikTok*. Aplikasi *TikTok* adalah sebuah jaringan sosial dan *platform* video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi tersebut memperbolehkan penggunaannya untuk membuat video musik dengan durasi singkat. Sepanjang kuartal pertama (Q1) 2018, *TikTok* mengukuhkan diri sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh yakni sebanyak 45,8 juta kali. Jumlah tersebut berhasil mengalahkan beberapa aplikasi populer lainnya seperti, *YouTube*, *Whatsapp*, *Facebook Messenger*, dan *Instagram*. Pengguna aplikasi *TikTok* di Indonesia kebanyakan adalah anak usia sekolah dan milenial atau yang kita kenal dengan sebutan Generasi Z (Handy & Wijaya, 2020:170-192). Agar mendapatkan hasil video yang menarik sebuah intansi harus memiliki orang-orang berkompeten seperti fotografer profesional dan videografer profesional.

Videografer adalah seseorang yang bertanggung jawab untuk merekam atau membuat produksi video (Firdiansyah, 2020). Gambar yang peroleh akan disimpan dan bisa dilihat kembali pada suatu hari nanti baik sebagai sebuah dokumentasi ataupun sebagai bahan kajian untuk memberikan pembelajaran bagi orang lain. Videografer BMKG harus bisa mendapatkan kejadian penting yang terjadi dalam waktu yang tak tentu, seperti survey lokasi untuk jalur evakuasi gempa bumi maupun tsunami, survey lokasi dampak terjadinya suatu bencana dan kegiatan-kegiatan BMKG seperti sekolah lapang iklim, sekolah lapang cuaca bahkan fenomena alam seperti terjadinya gerhana bulan. Kejadian-kejadian penting tersebut nantinya akan dibagikan di media sosial TikTok Info BMKG untuk memberikan edukasi dan informasi terhadap khalayak luas agar dapat menambah pengetahuan dan informasi secara aktual. Adapun kegiatan yang dijadwalkan untuk pembuatan konten hiburan yang diisi edukasi serta informasi.

Peranan videografer direalisasikan dalam suatu pelaksanaan tugas secara berkala seperti melakukan proses pengambilan gambar diberbagai tempat. Banyak tahapan serta aktivitas yang dilakukan oleh videografer untuk menyelesaikan tugas tersebut yang mana pada nantinya akan diakhiri dengan proses *editing*. *Editing* video adalah proses kerja yang dilakukan oleh seorang editor dengan cara memotong dan menggabungkan video agar menjadi suatu visualisasi yang utuh dan dapat dimengerti oleh penonton. *Editing* di BMKG dilakukan dengan teliti dan berkisnambungan dari satu video ke video lainnya agar orang yang melihat video tersebut mengerti akan pesan yang ingin disampaikan di dalam video tersebut.

Berdasarkan pemaparan tulisan di atas, penulis memiliki minat dan ketertarikan untuk menjelaskan proses produksi video di Humas BMKG serta hambatan selama proses produksi pembuatan konten sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan saat melakukan Praktik Kerja Lapangan.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dibahas dalam Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana peran videografer dalam proses produksi konten *TikTok* di Humas BMKG?
- 2) Apa saja hambatan videografer dalam proses produksi konten *TikTok* di Humas BMKG?

Tujuan

Tujuan dari penulisan Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menjelaskan peran videografer dalam proses produksi konten *TikTok* di Humas BMKG.
- 2) Menjelaskan hambatan videografer dalam proses produksi konten *TikTok* di Humas BMKG

