



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi dan media baru membuat video kreatif, salah satu media komunikasi ikut berkembang dan mengalami proses terstruktur dan terencana dalam masa pengembangannya. Video merupakan sebuah bentuk *audiovisual* yang diperuntukkan untuk media komunikasi. Video adalah teknologi penangkapan, perekaman, pengolahan, dan penyimpanan, pemindahan, dan perekonstruksian urutan gambar diam dengan menyajikan adegan-adegan dalam gerak secara elektronik (Munir 2015).

Kreatif adalah kemampuan intelektual individu dalam menciptakan dan mengembangkan suatu hal yang baru dari kumpulan pengalaman, pengetahuan dan konsep yang pernah didapatkan (Fatmawiyati J, 2018). Video kreatif dapat disimpulkan sebagai media komunikasi *audiovisual* yang memiliki kumpulan konsep dan pengetahuan yang dalam penciptaannya mengembangkan hal baru.

Institut Teknologi Telkom Purwokerto (ITTP) adalah sebuah perguruan tinggi swasta di Indonesia yang dikelola oleh Yayasan Pendidikan Telkom (YPT). ITTP merupakan satu-satunya institut di Jawa Tengah yang fokus pada pengembangan ilmu pengetahuan berbasis teknologi informasi pada bidang *Healthcare, Agro-Industry, Tourism, dan Small/Medium Enterprise (HATS)*.

Suatu perusahaan pada saat awal didirikan sampai dengan perkembangannya kini tidak bisa dilepaskan dari proses interaksi intens yang dibangun dengan berbagai pihak (Ishak A, 2012). Proses interaksi dengan berbagai pihak ini diwujudkan oleh ITTP dalam bentuk informasi publik yang dikeluarkan melalui sosial media. Informasi publik ini disebarkan oleh Humas ITTP mengacu kepada tugas pokok Humas yaitu bertindak sebagai komunikator, untuk membantu (back up) mencapai tujuan dan sasaran bagi lembaga/instansi pemerintahan yang bersangkutan dan menciptakan citra serta opini masyarakat yang menguntungkan (Ruslan R, 2006).

Informasi publik ini dikemas dalam beberapa bentuk oleh Humas ITTP, salah satunya adalah bentuk video kreatif yang disebarkan melalui *Instagram* dan *Youtube*. Video kreatif disini adalah video yang mencakup informasi mengenai Institut Teknologi Telkom Purwokerto dengan beragam konsep kreatif yang disiapkan oleh tim produksi Humas ITTP. Dua platform sosial media tersebut adalah dua platform yang memiliki cakupan audiens yang cukup luas berdasarkan data dari akun *Instagram* dan *Youtube* milik ITTP, *followers* dan *subscriber* dari dua platform sosial media tersebut memiliki cukup banyak audiens dengan jumlah sebanyak 9347 *followers Instagram* dan 1820 *subscriber Youtube* dan juga menjadi salah satu sosial media yang aktif dioperasikan oleh Humas ITTP.

Youtube dan *Instagram* ITTP sendiri sudah berdiri sejak tahun 2019, pada tahun ini video kreatif *Youtube* ITTP sendiri terbagi menjadi dua klasifikasi saja yaitu video Pendek/*Short Youtube* dan video hasil Live *Youtube*. Dua klasifikasi video itu tentu saja berkembang dengan adanya Humas ITTP yang merencanakan pengembangan video kreatif. *Instagram* ITTP sendiri belum menghasilkan video kreatif pada tahun pertama berdiri nya sosial media *Instagram* ITTP.

Sejalan dengan perkembangan teknologi dan trend, maka video kreatif *Youtube* dan *Instagram* yang dihasilkan ITTP pun mengalami pengembangan secara terstruktur dan terencana. Menurut Sukiman (2012) pengembangan adalah perbuatan menjadikan bertambah, berubah sempurna (pikiran, pengetahuan dan sebagainya).

Pengembangan merupakan suatu usaha yang dilakukan secara sadar, terencana, dan terarah untuk membuat atau memperbaiki, sehingga menjadi produk yang semakin bermanfaat untuk meningkatkan dan mendukung serta meningkatkan kualitas sebagai upaya menciptakan mutu yang lebih baik (Wulandari RN, 2020). Pengembangan yang dilakukan oleh Humas ITTP untuk video kreatif *Youtube* dan *Instagram* terjadi dengan terarah setiap pergantian tahun.

Humas ITTP mengembangkan arah dan rencana disetiap tahun nya mengenai video kreatif yang diunggah di *Youtube* dan *Instagram* ITTP. Dalam kurun tiga tahun sejak 2019 hingga 2022, dari segi jumlah dan kualitas video kreatif yang diunggah ke *Youtube* dan *Instagram* mengalami pengembangan naik turun yang dibuktikan dengan jumlah *likes* dan *viewers* yang tidak konsisten.

Terhitung dalam tiga tahun terakhir, total video yang diunggah di *Youtube* mencapai 227 video dan untuk *Instagram* sendiri mulai memperbanyak konten video kreatif berbentuk *reels*. Arah dan rencana yang dilakukan oleh Humas ITTP juga karena terjadinya perkembangan teknologi dan sosial media. Penulis juga turut ikut dalam pengembangan video kreatif untuk *Youtube* dan *Instagram* ITTP. Humas ITTP memberikan tanggungjawab kepada penulis sebagai *DOP* atau *Director of Photography* dan *Editor* dalam total 17 produksi video kreatif untuk *Youtube* dan *Instagram* ITTP. Selama masa produksi video kreatif, pengembangan terus terjadi setiap minggunya. ITTP secara sadar merencanakan, memperbaiki dan meningkatkan kualitas hasil yang lebih baik.

Pengembangan yang terjadi bisa terarah dan terencana karena memiliki faktor internal yang mempengaruhi terjadinya pengembangan tersebut. Faktor internal adalah Menurut Peter et al dalam Marhumi (2018) lingkungan internal perusahaan merupakan sumber daya perusahaan (*the firm's resources*) yang akan menentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Sumber daya perusahaan ini meliputi sumber daya manusia (*human resources*) seperti pengalaman (*experiences*), kemampuan (*capabilities*), pengetahuan (*knowledge*), keahlian (*skill*), dan pertimbangan (*judgment*) dari seluruh pegawai perusahaan, sumber daya perusahaan (*organizational resources*) seperti proses dan sistem perusahaan, termasuk strategi perusahaan, struktur, budaya, manajemen pembelian material, produksi/operasi, keuangan, riset dan pengembangan, pemasaran, sistem informasi, dan sistem pengendalian), dan sumber daya fisik seperti (pabrik dan peralatan, lokasi geografis, akses terhadap material, jaringan distribusi dan teknologi). Faktor internal yang memicu pengembangan ini perlu diketahui untuk sebuah perusahaan dapat mengoptimalkan hasil kinerja dan dalam penelitian ini akan mengarah kepada hasil video kreatif *Youtube* dan *Instagram* ITTP.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka muncul suatu permasalahan. Permasalahan-permasalahan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana proses pengembangan video konten kreatif Institut Teknologi Telkom Purwokerto berjalan?

- 2) Faktor internal apa saja yang berpengaruh dalam perkembangan proses pengembangan video konten kreatif di Institut Teknologi Telkom Purwokerto?

Tujuan

Berdasarkan permasalahan di atas maka tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengetahui bagaimana proses pengembangan video konten kreatif Institut Teknologi Telkom Purwokerto berjalan
- 2) Mengetahui faktor internal apa saja yang berpengaruh dalam proses pengembangan video konten kreatif Institut Teknologi Telkom Purwokerto

METODE

Lokasi dan Waktu

Lokasi Pelaksanaan Laporan Tugas Akhir pada saat melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan di Institut Teknologi Telkom Purwokerto, yang beralamat Jl. DI Panjaitan No.128, Karangreja, Purwokerto Kidul, Kec. Purwokerto Sel., Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53147. Pelaksanaan Laporan Tugas Akhir dalam waktu empat puluh hari kerja, dihitung sejak tanggal 4 Februari 2022 sampai dengan 1 April 2022 pada setiap hari Senin s/d Jumat pukul 08.00-16.30 WIB.

Data dan Instrumen

Data merupakan kumpulan informasi yang diperoleh dari suatu pengamatan selama praktik kerja lapangan di Institut Teknologi Telkom Purwokerto. Jenis data terbagi atas data primer, data sekunder, dan data instrumen. Berikut penjabaran mengenai data yang digunakan.

1) Data Primer

Data primer adalah informasi yang dikumpulkan secara langsung dari sumbernya dengan menggunakan teknik wawancara dan observasi. Data primer yang diperoleh yaitu berupa data pengembangan konten Video Kreatif yang dihasilkan, peralatan produksi Video Kreatif, studio Lab E-Learning.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui perantara. Data informasi ini meliputi data yang di peroleh dari berbagai sumber seperti Profil Institut Teknologi Telkom Purwokerto, hasil Video Kreatif *Youtube* dan Instagram ITTP dari tahun 2019-2022, Guidelines Postingan Sosial Media.

3) Instrumen

Instrumen merupakan alat yang digunakan dalam memperoleh data primer saat melakukan Laporan Tugas Akhir seperti laptop, buku, alat tulis, *smartphone*, kamera, *stabilizer*, dan tripod.

