

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Munculnya media-media baru atau *new media* dengan *medium* internet mulai merevolusi pola komunikasi massa yang tadinya *one to many* menjadi *many to many* memproduksi pesan secara bersama. Lahirnya *new media* dengan media yang mempunyai anggota jutaan orang menjadi sumber rujukan dalam memproduksi, memperoleh, dan mendistribusikan informasi (Nugu, Manafe, & Swan, 2020).

Menurut Flew (dalam Waskito & Ayuh, 2020) *new media* merupakan media yang kontennya berupa gabungan suara, teks, data, dan bermacam jenis gambar dalam format digital dan disebarkan menggunakan jaringan yang berbasis kabel *optic broadband*, satelit, dan sistem gelombang mikro. *New media* bisa dimanfaatkan dalam berbagai sisi, seperti kemudahan akses dalam mendapatkan informasi, komunikasi jarak jauh, dan menjangkau ilmu edukasi dari bermacam jenis sumber sehingga dapat digunakan sebagai alat bantu dalam memulai bisnis di era saat ini.

Radio MQ FM Jogja atau radio MQ 92.3 FM merupakan *call station* yang resmi digunakan sejak 1 Februari 2006 setelah menjadi *franchise* dari PT. Radio Madinatussalam Bandung yang mendapatkan lisensi eksklusif dalam menggunakan *brand* radio MQ FM Jogja dalam jangka waktu pemberian lisensi lima tahun. Radio MQ FM Jogja mempunyai dua jenis siaran, yakni siaran *live* dan siaran *tapping*.

Menurut Ningsih (dalam Rahayu, & Katili, 2019) siaran *live* atau *on air* merupakan kegiatan produksi yang dilakukan secara langsung tanpa proses pengeditan dan penggabungan materi secara mekanis. Sedangkan siaran *tapping* merupakan program siaran yang proses produksinya dilakukan sebelumnya, kemudian pada hari berikutnya baru disiarkan. Program siaran *live* disiarkan secara langsung di studio MQFM Jogja yang terletak di Universitas

AMIKOM Yogyakarta gedung satu, lantai dua. Sedangkan jenis siaran *tapping* disiarkan melalui *new media* seperti *YouTube*. *YouTube* merupakan situs berbagi video yang didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim di Amerika pada Februari tahun 2005.

MQFM Jogja memiliki berbagai program di *channel youtube* nya, salah satunya adalah Jogja Akhir Pekan. Jogja Akhir Pekan merupakan program seputar kota Jogja, baik dari tempat wisata ataupun budaya dan adat kota Jogja dengan disertai kabar baik dari Jogja. Suatu program acara harus mempunyai tim dengan berbagai *job desk* dan tanggung jawab masing-masing di setiap pekerjaannya, baik itu dari pra produksi, produksi sampai *pasca* produksi.

Menurut Roy Thompson dan Christoper J. Bowen (dalam Rivan, 2021) pada proses pembuatan suatu program video, ada tahapan dimana tim editor bertugas sebagai tenaga teknis *editing* dan kreatif dalam merangkai cerita sesuai naskah, mulai dari *shot scene-sequence*, memotong dan merangkai gambar serta pemberian efek audio visual. Tim editor mempunyai peranan penting dalam hasil akhir video konten. Editor merupakan tim kreatif yang memberikan sentuhan akhir pada produksi gambar bergerak. Dengan keahlian dan insting yang baik akan menghasilkan hasil presentasi gambar yang baik juga, namun apabila pilihan seorang editor tidak tepat maka akan merusak program.



Gambar 1.1 Tayangan JAP reguler



Gambar 1.2 Tayangan JAP reguler



Gambar 1.3 Tayangan JAP ramadhan



Gambar 1.4 Tayangan JAP ramadhan

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan peneliti pada program Jogja Akhir Pekan di *youtube* MQFM Jogja, terdapat perbedaan teknik dan jenis *editing* yang digunakan dalam program Jogja Akhir Pekan. Perbedaan tersebut terdapat pada tayangan reguler awal dan ramadhan. Teknik dan jenis *editing* yang digunakan mencakup seperti *continuity editing*, *motion graphic*, *color grading*, serta *music backsound*. Adanya perbedaan teknik dan jenis *editing* yang digunakan disebabkan karena pada proses *pasca* produksi, *editing* dikerjakan oleh video editor yang berbeda sehingga berdampak pada *impressions* dan jumlah *views*. Rahmi Arifiana Dewi selaku *manager* dari MQFM Jogja menilai bahwa pada awal pembuatan program Jogja Akhir Pekan di *youtube* MQFM Jogja tim produksi mengalami kendala, seperti keterbatasan

dari segi konsep dan *management*, konsep mengelola bahasa dan gambar serta modal produksi seperti teknologi atau peralatan sehingga pada tahapan produksi program sedikit terkendala. Perubahan *impressions* dan jumlah *views* tayangan Jogja Akhir Pekan dapat dilihat dari video *analytics* youtube MQFM Jogja.



Gambar 1.5 Video *analytics* Jogja Akhir Pekan reguler

Gambar 1.6 Video *analytics* Jogja Akhir Pekan edisi Ramadhan



Pada tayangan Jogja Akhir Pekan reguler awal, jumlah *impressions* mendapatkan sekitar 1.200, *impressions click-through rate* mendapatkan presentasi 5.0% dan *views* mendapatkan jumlah 117. Sedangkan dalam tayangan Jogja Akhir Pekan edisi ramadhan, jumlah *impressions* mendapatkan jumlah sekitar 2.700, *impressions click-through rate* mendapatkan 5.3% dan *views* mendapatkan jumlah 192.

Seorang editor dituntut memiliki tingkat kreativitas yang tinggi dalam melakukan *editing* video karena editor bertanggung jawab penuh dalam hasil akhir video. Dengan tingkat kreativitas yang tinggi, seorang editor berperan dalam menggunakan berbagai teknik *editing* pada konten video sehingga dapat menarik banyak *audience*. Maka dari itu peneliti tertarik meneliti tentang bagaimana peran editor dalam proses *pasca* produksi Jogja Akhir Pekan di *youtube* MQFM Jogja.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana peran editor dalam proses *pasca* produksi Jogja Akhir Pekan di *youtube* MQFM Jogja sehingga dapat menarik banyak *audience*.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Menjelaskan tahapan produksi program Jogja Akhir Pekan di *youtube* MQFM Jogja
2. Menjelaskan peran editor dalam proses *pasca* produksi pada program Jogja Akhir Pekan.
3. Menjelaskan teknik dan jenis *editing* yang digunakan pada proses *pasca* produksi program Jogja Akhir Pekan.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah :

##### 1. Manfaat Teoritis :

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan ilmu pengetahuan secara teoritis yang dapat dipelajari bagi banyak orang. Penelitian ini juga bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan bagi pembaca agar dapat mengetahui teknik dan jenis *editing* yang dapat menarik banyak *audience*.

##### 2. Manfaat Praktis :

###### a. Bagi penulis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan ilmu pengetahuan penulis tentang peran editor dalam program *youtube*.

###### b. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan ilmu pengetahuan dalam pengembangan teori mengenai peran editor dalam proses *pasca* produksi program Jogja Akhir Pekan di *youtube* MQFM Jogja, bagi yang ingin melanjutkan penelitian ini.

###### c. Bagi radio MQ FM Jogja

Manfaat praktis penelitian ini bagi radio MQ FM Jogja adalah diharapkan dapat digunakan sebagai acuan editor dalam menggunakan teknik dan jenis *editing* dalam program Jogja Akhir Pekan di *youtube* MQFM Jogja sehingga dapat meningkatkan jumlah *audience* di *youtube*.