

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pada bab hasil penelitian dan pembahasan ini, diuraikan mengenai hasil observasi, hasil wawancara, hasil penelitian, dan pembahasan dari penelitian yaitu Strategi Komunikasi *Crew Broadcasting* Unikom TV Studi Deskriptif Tentang Strategi Komunikasi *Crew* Unikom TV Untuk Mempublikasikan Aktivitas Unikom Melalui Media *Youtube*. Fokus penelitian ini adalah mengenai pesan yang disampaikan melalui media *Youtube* yang dilakukan oleh *Crew* Unikom TV. Penelitian ini dilakukan di kota Bandung dengan mencari informan yang memenuhi kriteria yang sudah ditetapkan dalam penelitian ini.

Dalam mencari dan mengumpulkan informasi mengenai penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan studi pendekatan deskriptif. Untuk mengumpulkan informasi mengenai strategi komunikasi maka digunakan strategi komunikasi menurut cangara dalam bukunya *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*.

Pada tahapan Analisa yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat daftar pertanyaan yang digunakan untuk wawancara kepada para informan sebagai pengumpulan data, yang kemudian dianalisis untuk mengetahui bagaimana informasi yang diberikan oleh informan, penelitian melakukan beberapa tahapan

yaitu wawancara berdasarkan fokus penelitian mengenai **Perencanaan** liputan yang akan disampaikan *Crew* Unikom TV dalam mempublikasikan aktivitas Unikom melalui media *Youtube*, **Perumusan** pesan (*Content*) yang akan dilakukan Unikom TV dalam mempublikasikan aktivitas Unikom melalui media *Youtube*, **Merancang** pembuatan video yang akan disampaikan oleh *Crew* Unikom TV dalam mempublikasikan aktivitas unkom melalui media *Youtube*. Untuk informan kunci, peneliti mewawancarai 4 pihak Unikom *Broadcasting* Unikom TV yaitu Pembina Unikom TV Olih Solihin, M.I.Kom dan Inggar Prayoga, M.I.Kom adapun dari koordinator Unikom TV Fakhri Putra Dermawan dan dari *Crew* Unikom TV Faqih Mauludin. Serta untuk informan pendukung peneliti mewawancarai 2 mahasiswa.

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada bulan juli 2019, hasil penelitian diperoleh dengan cara wawancara yang mendalam dengan narasumber sebagai bentuk pencarian data dan terlibat langsung dilapangan yang kemudian peneliti Analisa, berikut merupakan tabel jadwal wawancara yang dilakukan oleh penelitian:

Tabel 4.1**Jadwal Wawancara Informan Kunci**

Nama Informan	Tanggal	Waktu	Tempat Wawancara
Inggar prayoga	15 juli 2019	11.00	Lab Unikom radio
Olih sholihin	15 juli 2019	13.23	lab Unikom TV
Fakhri Putra Dermawan	8 juli 2019	13.30	Lab Unikom radio
Faqih Mauludin	9 juli 2019	10.40	Unikom lantai 9

Sumber:Peneliti 2019

Tabel 4.1**Jadwal Wawancara Informan Pendukung**

Nama Informam	Tanggal	Waktu	Tempat Wawancara
Hera mulya nugraha	9 juli 2019	12.30	Rumah kos
Khoirul Anam	9 juli 2019	14.00	Perpustakaan Unikom

Sumber:Peneliti 2019

Analisis ini terfokus kepada strategi *Crew* Unikom TV dalam mempublikasikan aktivitas Unikom melalui media *Youtube* dikaitkan dengan

beberapa unsur rumusan masalah. Tahapan analisis yang digunakan adalah Teknik pengumpulan data, dimana terdapat dua Teknik pengumpulan data yaitu studi lapangan dan studi pustaka.

Agar penelitian ini lebih objektif dan data-data akurat, penelitian mencari informan tambahan dengan cara melakukan pengamatan saat informan pendukung menonton tayangan aktivitas Unikom di *Youtube* Unikom TV serta melakukan wawancara yang mendalam, dimana wawancara tersebut dimaksudkan untuk memperoleh informasi secara akurat dari sumber data terpercaya. Untuk itu agar wawancara ini lebih sistematis dan terarah, maka peneliti membagi kedalam tiga pembahasan, yaitu:

1. Hasil penelitian
2. Deskripsi identitas penelitian
 - A. Identitas informan kunci
 - B. Identitas informan pendukung
3. Pembahasan

Setelah itu, peneliti melakukan analisis dengan menggunakan tahapan-tahapan dalam melakukan observasi, dimana tahapan observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Mendatangi lab Unikom TV untuk mengurus perizinan untuk melakukan penelitian.
2. Mengamati proses penyampaian pesan melalui media *Youtube* Unikom TV

3. Mengamati informasi apa saja yang ditayangkan oleh *Crew* Unikom TV melalui media *Youtube*.
 4. Mengikuti secara langsung di lapangan pada saat sedang liputan di kampus Unikom
 5. Melakukan wawancara mendalam dengan Pembina dan *Crew* Unikom TV.
- Tahapan-tahapan yang dilakukan dimaksudkan untuk memperoleh data yang objektif dan ilmiah. Agar pembahasan dalam penelitian ini lebih sistematis dan terarah, maka penelitian ini dalam tiga pembahasan, yaitu:

1. Gambaran objek penelitian
2. Profil informan
3. Analisis hasil penelitian

Objek penelitian adalah objek yang diteliti dan di analisis. Dalam penelitian ini, lingkup objek penelitian yang ditetapkan penelitian sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu strategi komunikasi *Crew* Unikom TV dalam mempublikasikan aktivitas Unikom melalui media *Youtube*.

4.1.1 Gambaran Objek Penelitian

Objek penelitian ini menyangkut tentang strategi komunikasi *Crew* Unikom TV dalam mempublikasikan aktivitas Unikom melalui media *Youtube*. Aspek-aspek yang diamati berupa perencanaan, perumusan ,dan merancang pesan, akan berlangsung sebagai hal utama yang diinteraksikan antara peneliti

dan informan, hal tersebut merupakan sumber kajian penelitian yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

4.1.1.1 Sejarah Singkat UNIKOM TV

Unikom TV adalah bagian dari Unikom *Broadcasting* di bentuk pada tahun 2017 yang didirikan secara langsung oleh Rector universitas komputer Indonesia. Unikom *Broadcasting* dibawah naungan prodi ilmu komunikasi. Unikom TV hadir untuk memberikan ruang kepada mahasiswa dalam mengasah kemampuan dibidang *Broadcasting*. Selain untuk perkuliahan dan praktikum lab TV Unikom juga digunakan untuk memproduksi program siaran televisi seperti, *TALKSHOW,NEWS* dll, dengan tata ruang dan peralatan seperti studio siar TV dilengkapi dengan standar peralatan *Broadcasting* layaknya professional broadcast seperti kamera dan peralatan yang memungkinkan siaran live maupun tunda.

Fasilitas dan peralatan ini membuat mahasiswa dapat merasakan suasana berkarya sebagaimana industry dan stasiun teleisi yang sebenarnya. Lab Unikom TV dilengkapi dengan peralatan multycam yang mutakhir lengkap dengan *switcer dan mixing audio, teleprompter, set lighting* dan *master control room* yang nyaman.

4.1.1.2 visi dan misi Unikom TV

Visi:

Mewadahi kreativitas dan aktivitas mahasiswa dalam mengembangkan keahlian dalam penggunaan alat-alat *Broadcasting TV*.

Misi:

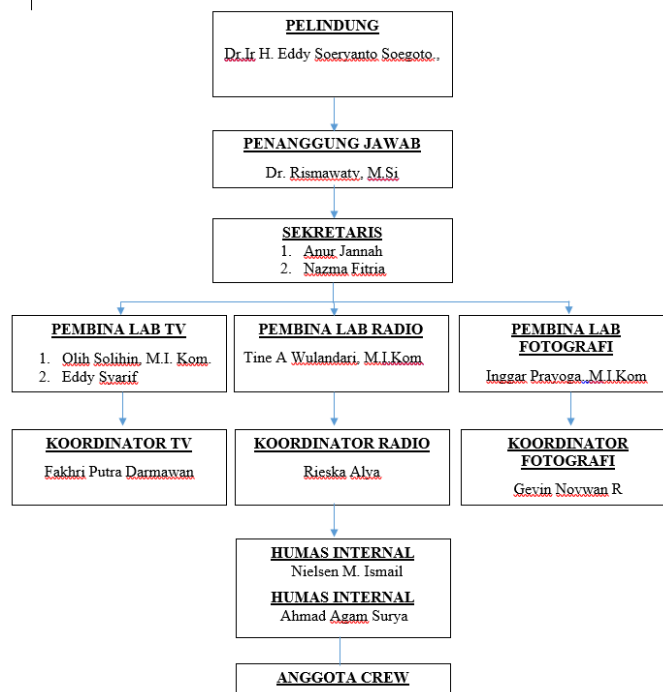
Menjadikan media penyalur informasi UNIKOM kepada khalayak.

Dengan semangat "Inspiratif & Edukatif". Saat ini siaran UnikomTV

4.1.1.3 Struktur Organisasi Unikom *Broadcasting*

Gambar 4.1

STRUKTUR UNIKOM BROADCAST 2019-2020



Sumber: Unikom TV

4.1.1.4 Lambang Unikom TV

Gambar 4.2

Lambang Unikom TV



Sumber: Unikom TV

Lambang Unikom TV berupa lingkaran berwarna abu-abu sebagai bingkai dan persegi empat yang menjadi background dengan warna hitam, dan bertuliskan Unikom berwarna kuning, tulisan TV berwarna putih. Lingkaran berwarna abu-abu adalah mencerminkan sipat kekeluargaan dan kebersamaan *Crew*, warna kuning bermakna bersahaja dan hangat dan kotak berwarna hitam adalah keberanian tidak kenal Lelah.

4.1.2 Deskripsi Profile Informan

Infomasi pada penelitian ini berjumlah enam orang dengan 4 orang informan kunci yaitu Pembina Unikom TV, koordinator dan *Crew* Unikom TV. Serta dua orang informan pendukung yaitu dari mahasiswa, yang bertujuan untuk memperjelas dan memperkuat data yang diperoleh dilapangan keseluruhan

pemilihan informan tersebut dipilih dengan pertimbangan tertentu, dikarenakan menurut penelitian orang tersebut yang paling tahu tentang apa yang peneliti harapkan dalam penelitian ini.

4.1.2.1 Informan kunci

1 Olih Solihin, M.I.Kom

Gambar 4.3



Sumber:peneliti 2019

Pria kelahiran sukabumi ini adalah informan kunci yang pertama dalam penelitian ini. Olih Solihin yang biasa dipanggil pak olih ini menjabat sebagai Pembina Unikom TV dan sekretaris prodi ilmu komunikasi dan dosen ilmu komunikasi. Beliau adalah orang yang sangat berperan penting di lab TV karena background beliau dari jurnalistik maka beliau paham mengenai liputan aktivitas Unikom akan di olah seperti apa nantinya di bagian produksi.

2 Inggar Prayoga , M,I,Kom

Gamabar 4.4



Sumber:peneliti 2019

Inggar Prayoga merupakan informan kunci yang kedua, Inggar Prayoga adalah pria kelahiran, Bandung 15 Juli 1985 ini menjabat sebagai Pembina Lab Fotografi dan sebagai dosen ilmu komunikasi. Beliau juga terlibat dalam liputan aktivitas Unikom dan berperan penting dalam pengambilan gambar.

1. Fakhri Putra Darmawan

Gambar 4.5

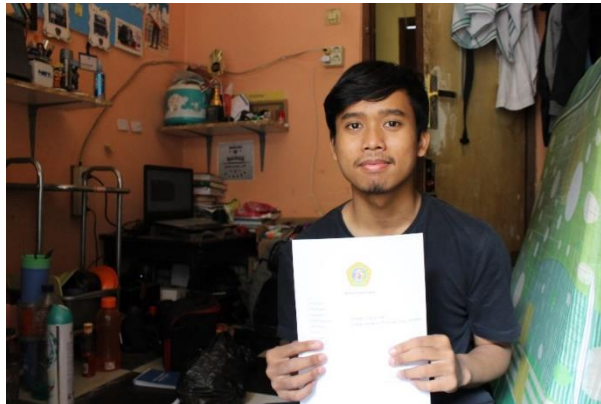


Sumber:peneliti 2019

Fakhri Putra Darmawan merupakan informan kunci. Pria yang lahir di pemalang 7 desember 1997 ini menjabat sebagai koordinator Unikom TV dan kameramen ini sangat berperan penting dalam mempublikasikan aktivitas Unikom karena beliau yang mengelolah hasil liputan Bersama *Crew* yang ada di lab TV. Beliau juga sangat menyenangi videografi dan potografi.

2. Faqih Mauludin

Gamabar 4.6



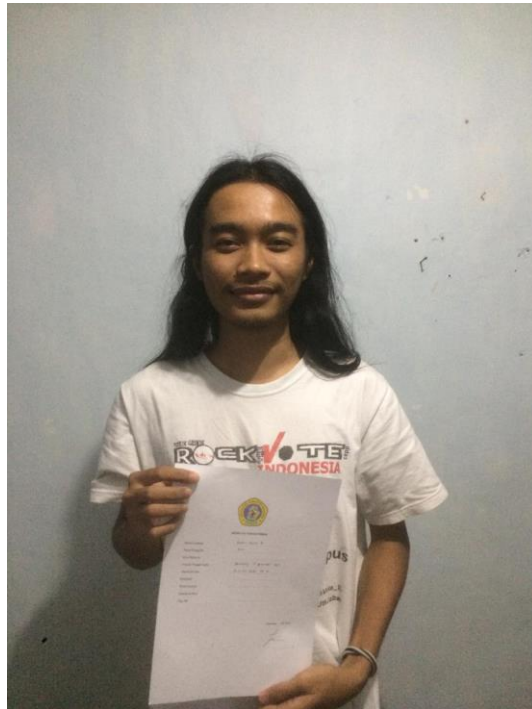
Sumber:peneliti 2019

Faqih Mauludin adalah informan kunci. Faqih Mauludin pria kelahiran Indramayu, 9 Agustus 1996 ini adalah salah satu *Crew* Unikom TV yang sudah lama bergelut di bidang videografi yang sangat berpengalaman dalam setiap liputan dan beliau sangat menyukai videografi dan sudah mengagap sebagai hobinya.

4.1.2.2 Informan Pendukung

1. Hera mulya nugraha

Gambar 4.7



Sumber:peneliti 2019

Hera Mulya Nugraha merupakan informan pendukung yang peneliti dalam penelitian ini, karena beliau adalah salah satu pengguna *Youtube* yang selalu memanfaatkan *Youtube* sebagai mencari informasi. Pria kelahiran Cianjur 1 Februari 1997 adalah seseorang mahasiswa jurusan perencanaan tata wilayah kota (PWK) di Unikom.

2. Khoirol Anam

Gamabar 4.8



Sumber:peneliti 2019

Khoirol Anam merupakan informan pendukung yang kesehariannya melihat *Youtube* untuk aktivitas berita olahraga. Pria kelahiran Palembang, 24 Oktober 1996 adalah mahasiswa semester 6 jurusan ilmu komunikasi di universitas komputer indonseia.

4.1.3 Analisis Hasil Penelitian

Berikut ini merupakan hasil penelitian berdasarkan observasi dan wawancara secara mendalam yang telah dilakukan penelitian kepada informan ketika melakukan penelitian mengenai strategi komunikasi *Crew* Unikom TV dalam mempublikasikan aktivitas Unikom melalui media *Youtube*. Dalam melakukan observasi dan wawancara mendalam terhadap informan, maka peneliti melakukannya berdasarkan lokasi serta waktu yang sudah diatur sebaik mungkin. Selain itu peneliti bertemu langsung dengan informan, peneliti juga mengamati melalui media *Youtube* Unikom TV dan terlibat langsung dalam peliputan aktivitas Unikom.

Strategi komunikasi tidak terlepas dari proses perencanaan atau langkah yang menggunakan pesan dan media. Strategi komunikasi merupakan suatu gabungan dari rancangan unsur-unsur penting dalam komunikasi sehingga unsur-unsur tersebut bisa membantu dalam memberikan penyampaian informasi yang tepat dan akurat kepada masyarakat, berbicara unsur-unsur komunikasi perencanaan pesan, perumusan, merancang, media masih merupakan unsur yang ideal dalam membantu suatu program yang efektif.

Hasil penelitian ini diperoleh melalui Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan observasi, Teknik tersebut dilakukan untuk memperoleh data yang alamiah, struktur wawancara yang peneliti rancang bukan merupakan pedoman yang baku, jadi apabila jawaban yang diberikan informan kurang jelas, maka peneliti mengajukan pertanyaan lain agar jawaban yang diberikan bisa

lebih jauh saat mereka menjabarkan, maka peneliti dapat menganalisa strategi komunikasi *Crew* Unikom TV dalam mempublikasikan aktivitas Unikom melalui media *Youtube*, yang meliputi:

4.1.3.1 Perencanaan liputan yang dilakukan *Crew* Unikom TV dalam mempublikasikan aktivitas Unikom melalui media *Youtube*.

Dalam fase perencanaan, dirancang hal-hal yang cukup mendasar seperti, maksud/tujuan komunikasi, audiens yang akan menerima pesan, ide pokok pesan-pesan yang akan disampaikan, dan saluran atau media yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan. Maka perencanaan liputan yang dilakukan *Crew* Unikom TV adalah melakukan proses seperti berikut:

1. Melakukan peliputan

Perencanaan pesan yang dilakukan *Crew* Unikom TV yaitu berawal dari materi wawancara yang dibuat oleh *Crew* Unikom TV pada saat sedang melakukan kegiatan atau aktivitas tahunan. Berikut pemaparan yang dikatakan oleh bapak Inggar Prayoga sebagai berikut:

“perencanaan liputan yang dilakukan oleh dilakukan oleh *Crew* Unikom TV adalah proses wawancara setelah aktivitas atau kegiatan telah berakhir biasanya narasumber di wawancarai dengan 5 pertanyaan atau lebih tergantung acaranya, proses wawancara ini dilakukan dengan 2 orang *Crew* yaitu cameramen dan reporter.” (**Inggar Prayoga, wawancara, 15 Juli 2019**)

Berdasarkan pemaparan dari bapak inggar Prayoga sebagai informan kunci yang memiliki peran yang sangat penting di Unikom TV, peneliti mengambil kesimpulan bahwa perencanaan liputan yang akan di publikasikan

oleh *Crew* Unikom diawali dari proses membuat naskah pertanyaan wawancara, setelah itu *Crew* melakukan wawancara kepada narasumber pada saat acara berakhir peliputan. Selanjutnya peneliti menayakan bentuk perencanaan liputan yang akan disampaikan media *Youtube* Unikom. Berikut pemaparan oleh Pembina Unikom TV yaitu Bapak Olih Solihin yang memperjelas bentuk perencanaan pesan oleh *Crew* Unikom TV dalam mempublikasikan aktivitas Unikom megatakan bahwa:

“bentuk liputan yang kita lakukan di Unikom TV ini berupa audio visual yang tentu saja dilakukan dengan susunan acara yang dan hasil materi wawancara , tentu saja dari hasil revisi yang dilakukan oleh ketua prodi ilmu komunikasi sebagai penanggung jawab sebelum di publikasikan ke media *Youtube*.” **(Olih Solihin, wawancara, 15 juli 2019)**

Dari pemaparan bapak Olih Sholihin Sebagai informan kunci yang kedua yang menjelaskan bahwa perencanaan liputan yang disampaikan *Crew* Unikom TV yaitu dengan berbentuk video berita yang disesuaikan dengan naskah wawancara yang telah di buat oleh koordinator dan telah di revisi oleh pembina, dan khalayak bisa melihat aktivitas internal Unikom melalui media *Youtube*.

Selain berdasarkan materi wawancara yang disiapkan oleh *Crew* Unikom TV, *Crew* Unikom TV juga mengelolah pesan yang akan disampaikan melalui hasil wawancara yang akan di olah menjadi naska berita sehingga menjadi informasi yang dapat dipahami oleh masyarakat mengenai aktivitas internal kampus Unikom, berikut pemaparan dari Koordinator lab TV Fakhri Putra. D sebagai berikut:

“hasil materi wawancara juga mempengaruhi pesan liputan yang akan dipublikasikan adapun bentuk pertanyaan wawancara harus 5 w + 1 h yang tidak jauh brdah dengan penulisan diikuti dengan gambar maupun liputan dengan reporter karena setiap jenis liputan itu beda-beda kontennya.” (**Fakhri Putra D. wawancara, 8 juli 2019**)

Dari pemaparan hasil wawancara di atas peneliti menyimpulkan bahwa perencanaan pesan atau informasi tidak hanya dari tulisan dan konsep wawancara, namau gaya materi wawancara yang dilakukan oleh *Crew* Unikom TV untuk menyampaikan pesan kepada khalayak melalau media *Youtube* harus mengikuti ketentuan.

Selanjutnya peneliti juga menayakan hal yang sama mengenai materi wawancara kepada *Crew* yang menjadi reporter sekaligus kameramen yang sering melakukan wawancara kepada narasumber untuk dilakukan wawancara. Berikut pemaparan Faqih Muludin megatakan wawancara yang dilakukan sebagai berikut:

“Biasanya materi wawancara yang dibuat harus melihat kegiatannya sampai habis dan diseuaikan dengan tema kegiatan jangan sampai melenceng dari acara yang berlangsung sebab kan mempengaruhi pesan yang disampaikan nantinya, pada saat penoton di *Youtube* langsung mengetahui pesan disampaikan oleh narasumber nantinya di video yang telah dipublikasikan. dengan menggunakan pertanyaan yang tidak terlalu formal akan memudahkan narasumber menjawab pertanyaan dengan mudah dan tidak membuat jawaban bertelah-teleh nantinya ”(**Faqih Muludin. Wawancara, 9 Juli 2019**)

Dari pemaparan Faqih Maludin sebagai informan kunci keempat dapat disimpulkan bahwa materi wawancara sangat mempengaruhi isi pesan yang akan

disampaikan oleh *Crew* Unikom TV dalam mempublikasikan aktivitas Unikom melalui media *Youtube*.

2. Pengolahan Naskah Berita

Mengolah hasil wawancara kedalam naskah berita sebelum melakukan kegiatan editing maka *Crew* harus membuat naskah berita terlebih dahulu .setelah membuat naskah berita maka *Crew* harus mengedit hasil liputan aktivitas Unikom yang ingin dipublikasikan di media *Youtube* merupakan hal yang harus di perhatikan. Peneliti mencoba menanyakan mengenai naskah berita yang dipersiapkan sebelum di publikasikan di media *Youtube*. Berikut pemaparan dari bapak Inggar Prayoga:

“Dari reporter langsung membuat naskah berita dari hasil wawancara untuk dijadikan sebagai voice note reporter untuk di. Setelah itu naskah berita yang dibuat harus sesuai dengan dengan tema acara yang *Crew* liput Dari jenis acara reporter bisa menentukan naskah berita yang mana untuk editing nantinya agar pesan yang disampaikan sesuai dengan naskah yang telah *Crew* buat melalui hasil wawancara dengan narasumber, jenis editingnya menyesuaikan dengan tema acara.”(**Inggar Prayoga, wawancara, 15 juli 2019**)

Berdasarkan pemaparan dari bapak Inggar Prayoga sebagai informan kunci pertama mengatakan bahwa pengolahan naskah berita sangat mempengaruhi dalam proses pengeditan sebelum di publikasikan menjadi sebuah pesan yang berbentuk audio video dan jenis kegiatan penting untuk diperhatikan untuk menarik minat penonton dan konten liputan. Dalam hal ini *Crew* Unikom TV harus mengeluarkan kreativitas mereka untuk menciptakan hasil video liputan yang

berkualitas dan penonton *Youtube* Unikom TV tertarik untuk melihat aktivitas internal kampus.

Pernyataan dari informan kunci pertama, peneliti menayakan kembali kepada informan kunci yang keempat yaitu Faqih Mauludin selaku *Crew* dalam mengolah hasil wawancara menjadi naska berita untuk perencanaan pesan. Berikut pemaparannya:

“Dalam pegelolahan hasil wawancara sebelum menjadi naskah berita pertanyaan atau materi wawancara harus sesuai dengan 5w + 1 h yang dimana membuat naskah berita adalah hal yang sangat penting sebelum melakukan proses editing hasil liputan di lapangan. Naska berita disini biasanya digunakan untuk memudahkan reporter untuk mengisi backsound suatu hasil editing.hal berperan penting dalam menarik pesan yang akan disampaikan seperti pengambilan gambar dari pidato yang menyampaikan acara yang berfungsi memperjelas pesan yang akan disampaikan *Crew* Unikom TV dalam bentuk video ”(**Faqih Muludin, wawancara, 9 juli 2019**)

Dari hasil wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa mengelolah naskah berita harus menggunakan bahasa yang mengikuti jenis acara yang sedang di liput dilapangan karena disetiap acara jenis naskah berita yang dibuat tidak sama ini karena jenis kegiatan Unikom ada yang formal dan informal maka naska yang disiapkan juga harus sesuai dengan pertanyaan berita 5 w + 1 h ,hal ini sangat mempengaruhi jenis pesan atau informasi yang disampaikan melalui media *Youtube*. Jenis editing memiliki makna tersendiri dalam liputan yang telah di publikasikan di media *Youtube*.

Melihat dari pesan yang disampaikan oleh *Crew* Unikom TV ini, peneliti pun menanyakan pada sudut pandang 2 informan pendukung tentang pemilihan gambar dan jenis video yang telah di publikasikan di media *Youtube*. Peneliti mengajukan pertanyaan kepada informan pendukung yang jawaban Hera Mulya nugraha yang mengatakan bahwa:

“gaya editing yang di lakukan oleh *Crew* Unikom TV kurang Panjang dalam menyampaikan informasi, ada beberapa aktivitas yang tidak terdokumentasi dengan semua jadi beberapa dari aktivitas yang tidak tau pesanya kemana. Contoh yang pernah ditonton yaitu kerja sama Unikom dengan king Sejong, ya begitu saja, tapi saya suka dengan liputan wisuda dan penerimaan mahasiswa baru yang gaya peneditanya kekinian”(Hera Mulya Nugraha, wawancara, 9 juli 2019)

Berdasarkan hasil wawancara diatas menurut pandangn informan pendukung pertama bahwa memiliki dua pandangan yaitu positif dan negatif diamana informan informasi yang disampaikan berbentuk video yang kurang fokus pesannya yang belum menarik penonton untuk memberikan informasi.

Hal yang berbeda dikatakan oleh informan pendukung kedua yaitu khoirul anam yang mengatakan bahwa:

“Menurut saya editing dan pesan yang disampaikan oleh *Crew* Unikom TV itu sudah menarik dalam bentuk liputan dan dokumentasi video aktivitas internal kampus, tinggal di tambahin sedikit jenis editing yang sesuai selera anak muda agar jumlah penonton Unikom TV bertambah dan banyak yang membagikan juga kalau jenis editingnya yang kekinian sejauh ini saya sangat suka dengan bebrapa tayanganya.”(Khoirul Anam, wawancara, 9 juli 2019)

Berbeda dengan informan pendukung pertama, informan pendukung kedua yaitu yang memahami pesan yang disampaikan oleh *Crew* Unikom TV

dalam menyampaikan pesan melalui video namun tinggal mengolah bentuk pengeditan yang kekinian agar menarik anak muda yang menonton tayangan aktivitas Unikom yang dipublikasikan di media *Youtube*.

Dapat disimpulkan bahwa tidak hanya pengambilan gambar saja yang dapat menarik penonton *Youtube* tetapi mengolah naskah berita juga harus diperhatikan karena sangat mempengaruhi pesan yang akan disampaikan nantinya di proses pengeditan. Karena dengan naskah berita reporter bisa mengetahui seperti apa perencanaan pesan yang akan disampaikan melalui dubbing suara untuk dijadikan background di video yang telah diedit jenis pengeditan yang menyesuaikan dengan penikmat *Youtube* sekarang adalah anak muda maka gaya pengeditan juga harus menyesuaikan agar aktivitas internal kampus bisa dilihat oleh banyak tidak hanya di lingkungan kampus saja.

3. Penentuan Media Publikasi

Media sangat penting untuk mempublikasikan aktivitas agar pesan yang akan disampaikan kepada khalayak bisa terselenggara dengan baik, maka media yang digunakan oleh *Crew Unikom TV* adalah media *Youtube* mengapa media *Youtube* dipilih bukan media lain yang digunakan untuk mempublikasikan dikarenakan *Youtube* adalah media yang tepat untuk mempublikasikan kegiatan yang berbentuk video audio, berikut ini pemaparan oleh bapak Olih Solihin sebagai Pembina TV Unikom :

“Ya dikarenakan saya belum menemui media yang bisa menayangkan durasi yang panjang untuk suatu video berita yang semua orang bisa

akses ditambah lagi fitur-fitur yang lengkap termasuk merapikan atau mengedit hasil video terdapat di media *Youtube* pada saat kita mengupload video yang kita masukan di media *Youtube*.” (**Olih Solihin, wawancara, 15 juli 2019**)

Dari hasil wawancara di atas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa tujuan dilakukannya mempublikasikan menggunakan media *Youtube* adalah media yang merupakan aplikasi khusus untuk membagikan video dengan fitur-fitur yang lengkap dimana sangat sesuai dengan *Crew* Unikom TV yang bergerak dalam videografi. Media *Youtube* sedang digandrungi oleh khalayak, selain itu mempublikasikan melalui media *Youtube* dapat berlangsung dengan cepat ditangkap oleh khalayak yang menggunakan media *Youtube* dalam mencari informasi serta dapat menambah wawasan dan saling menguntungkan satu dengan yang lainnya.

Selanjutnya peneliti juga menanyakan hal yang sama kepada Fahri Putra D. adalah sebagai koordinator TV sekaligus informan kunci yang ketiga menambahkan sebagai berikut:

“Menurut aku sih mempublikasikan aktivitas di media *Youtube* adalah hal yang sangat tepat namun harus tetap memperhatikan isi konten yang dimuat di *Youtube* agar pesan tersampaikan dengan baik dan cepat, media *Youtube* juga mudah di akses oleh masyarakat banyak karena bisa dilakukan dimana saja saat mencari informasi.” (**Fakhri Putra D. wawancara, 8 juli 2019**)

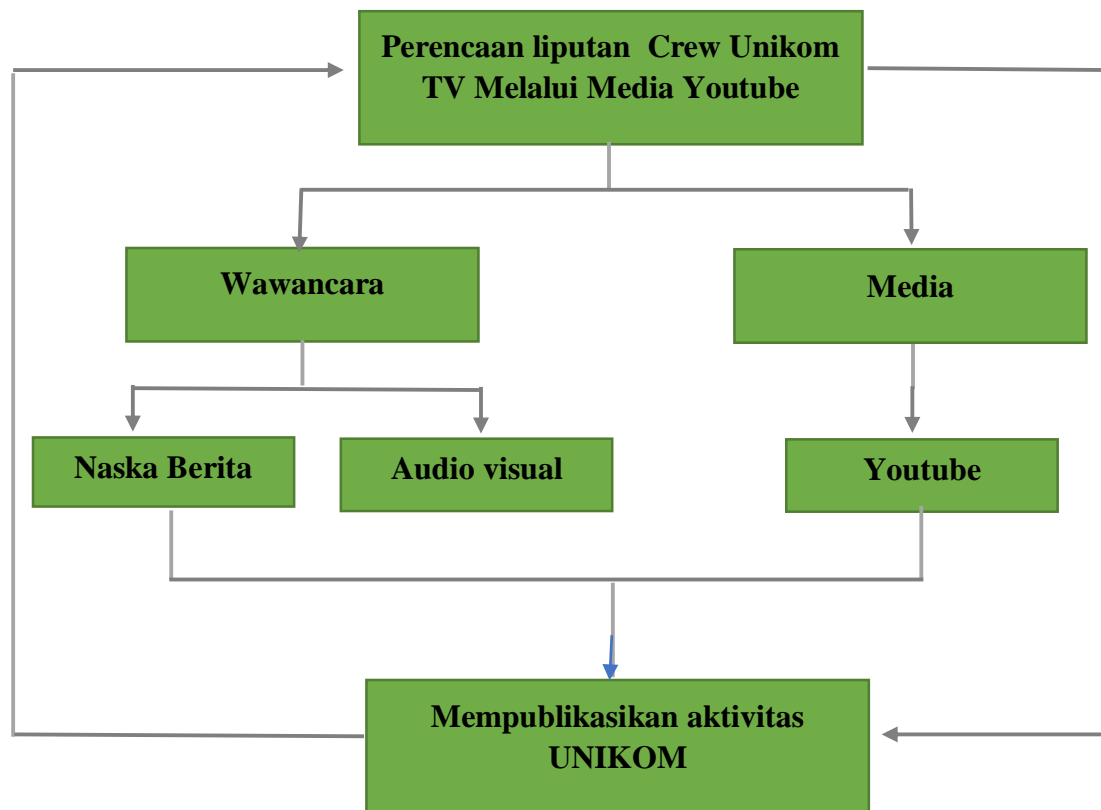
Peneliti dapat menyimpulkan bahwa hasil wawancara di atas mengenai tujuan mempublikasikan melalui media *Youtube* , *Crew* Unikom TV menggunakan media *Youtube* sebagai alat untuk melakukan publikasi karena melalui media tersebut pesan cepat tersampaikan dan cepat juga diterima oleh khalayak. Selain

itu, fitur yang semakin lengkap mendukung dengan melakukan publikasi melalui media *Youtube*. Selain itu, dapat menambah pengetahuan serta wawasan kepada konsumen, media sosial juga dapat memberikan efek positif tidak hanya bersifat selalu negatif.

Pada analisis dari pada perencanaan pesan tersebut menghasilkan model perencanaan liputan sebagai berikut:

Gambar 4.1

Model Perencanaan liputan yang disampaikan Crew Unikom TV Dalam Mepublikasikan Aktivitas Unikom Melalui Media *Youtube*



Sumber: Analisa Peneliti 2019

4.1.3.2 Perumusan pesan (*content*) Crew Unikom TV dalam mempublikasikan aktivitas Unikom melalui media *Youtube*

1. Proses Editing

Menentukan konsep editing merupakan hal yang harus diperhatikan karena secara tidak langsung konsep editing adalah salah satu ciri khas dari sebuah bisnis atau perusahaan. Begitu pula yang ditanyakan peneliti kepada informan kunci ketiga yaitu Fakhri Putra D. Pada saat melakukan observasi dan wawancara peneliti menanyakan bagaimana Crew Unikom TV menentukan tema atau konsep editing yang akan ditayangkan di media *Youtube* agar pesan yang akan disampaikan sampai di khalayak ramai.

Berikut pemaparan menurut Fakri Putra D:

“dengan konsep berita yang Feature atau straight news adalah ciri khas kami dalam setiap tayangan yang kami sajikan di media *Youtube* kami, sebenarnya banyak konsep yang kami gunakan di dapur produksi kami tapi dengan konsep editing seperti yang selalu dipakai di beberapa kegiatan peliputan yang telah di publikasikan.”(Fakhri Putra D. wawancara, 8 juli 2019)

Dari pemaparan informan kunci di atas mengenai konsep editing yang digunakan oleh Crew Unikom TV, adalah berbentuk konsep dengan konsep berita yang memasukan Feature atau straight news untuk memperjelas pesan yang akan disampaikan kepada khalayak ramai. Peneliti menanyakan hal yang sama kepada Crew Unikom TV, berikut pemaparan dari Faqih Maludin :

“konsep yang sering kita gunakan adalah liputan system tunda atau tidak langsung ditanyakan pada hari itu juga biasanya paling telat 1 minggu habis revisi maka kita langsung di publikasikan di *Youtube*.”(**Faqih Maludin, wawancara, 9 juli 2019**)

Berdasarkan pemaparan informan kunci diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa tema yang digunakan tidak harus sesuai dengan ciri khas *Crew* Unikom TV, karena seriap acara berbeda dan akan direvisi oleh pruduser sebelum tanyang di *Youtube* namun yang mendominasi hasil editing yang telah tayang adalah dengan menggunakan jenis berita Feature atau straight news sebagai ciri khas konsep hasil liputan yang telah di tayangkan.

Peneliti juga menanyakan hal yang sama mengenai proses editing kepada Pembina TV sekaligus informan kunci kesatu . Berikut pemaparan dari bapak Inggar Prayoga:

“Dengan konsep berita yang dikasih voice note adalah ciri khas kami dalam setiap tayangan yang kami sajikan di media *Youtube* kami, sebenarnya banyak konsep yang kami gunakan di dapur produksi kami tapi dengan konsep editing seperti yang selalu dipakai di beberapa kegiatan peliputan yang telah di publikasikan. Hal ini mengikuti konsep liputan yaitu acara informal maupun formal”(**Inggar Prayoga. wawancara, 15 juli 2019**)

Dari pemaparan informan kunci diatas dapat peneliti simpulkan *Crew* Unikom TV memiliki dua konsep liputan yaitu informal dan formal sehingga dalam proses editing setipa acara tidaklah sama dalam hasil video yang dipublikasikan di media *Youtube* sehingga penonton bisa menangkap pesan yang dicari sesuai dengan informasi yang di inginkan oleh masyarakat terutama di lingkungan internal kampus Unikom.

2. Pemilihan *Backsound*

Peneliti menanyakan mengenai *Backsound* atau music yang akan digunakan di dalam video untuk mempengaruhi khalayak atau subscriber, agar perhatiannya terbangkitkan berikut ini pemaparan dari informan kunci yang pertama yaitu bapak Olih Solihin:

“Rencana pemilihan *backsound* ini sangat perlu dilakukan agar penonton tergerak untuk melihat video yang telah di publikasikan, biasanya khalayak tertarik menonton berita dengan musik yang tidak membuat orang mengantuk jadi kita menggunakan music atau instrument yang semangat. Dengan music yang semangat jadi penonton tertarik untuk melihat hasil video kita.”(Olih Solihin, wawancara, 15 juli 2019)

Berdasarkan pemaparan informan kunci di atas mengenai pemilihan *backsound* untuk video oleh *Crew* Unikom TV informan kunci pertama mengatakan bahwa *Crew* Unikom TV memilih instrument yang semangat sesuai dengan jenis acara atau kegiatannya. *Crew* Unikom TV pun tidak akan mengunggah video ke media media *Youtube* apabila tidak sesuai dengan konsep berita walaupun hasil videonya tersebut bagus.

Penelitian juga menanyakan hal yang sama mengenai pemilihan *backsound* yang dipilih untuk dimasukan di video untuk menarik perhatian penonton. Berikut pemaparan dari Fahri Putra D. selaku koordinator TV:

“kami menggunakan instrumen musik yang tidak kena hak cipta biasanya kami menggunakan instrument dari NCS (no copyright sound) yang bisa di download di *Youtube*, kami mengambil music yang ngebib untuk acara yang tidak formal sedangkan kalau acara formal menggunakan

instrument yang tidak ngebib.”(Fakhri Putra D. wawancara, 8 juli 2019)

Dari pernyataan informan kunci ketiga peneliti dapat menyimpulkan bahwa pemilihan bacsound yang digunakan harus mengikuti jenis acara yang sedang di lakukan, untuk acara informal menggunakan bacsound yang pas untuk jenis berita Feature atau straight news yang penting adalah pas untuk di publikasikan di media *Youtube* dan penonton tertarik untuk melihat video yang telah di publikasikan di media *Youtube*.

Melihat dari pemilihan bacsound yang dimasukan di video oleh *Crew* Unikom TV ini, peneliti pun menanyakan pada sudut pandang salah satu informan pendukung tentang pemilihan bacsound yang dipilih *Crew* Unikom TV dalam video diunggah melalui media *Youtube* dalam mempublikasikan aktivitas UNIKOM. Peneliti mengajukan pertanyaan kepada informan pendukung yang jawaban Khoirul Anam yang mengatakan bahwa:

“aku menyukai beberapa bacsound yang dimasukan di videonya karena bacsoundnya mengikuti jaman kini dan tidak membosankan namun ada juga pemilihan bacsound yang tidak pas dimana beberapa acara formal yang pernah aku lihat di media *Youtub*nya, maka pemilihan bacsound yang pas itu sangat menentukan orang mau nonton atau enggak.” (Khoirul Anam, wawancara, 9 juli 2019)

Dapat disimpulkan bahwa menurut informan pendukung Khoirul Anam yang mengatakan bahwa beberapa bacsound yang digunakan tidak sesuai dengan berita yang ditayangkan, namun itu sangat mempengaruhi minat kahalayk untuk menonton tayangan video yang sudah di publikasikan pada

intinya serta informasi yang disampaikan sudah cukup untuk mengajak para konsumennya. Selain itu, beberapa backsound juga dapat mempengaruhi karena dengan adanya video atau hasil editing yang sudah ada dan *Crew* Unikom TV sebarkan atau publikasikan di media *Youtube*. Informan merasa itu merupakan sebuah bentuk informasi karena para penonton dapat merasakan hasil dari liputan kegiatan tersebut walaupun dalam bentuk video audio yang terdapat di dalam hasil editing tersebut itu kurang tetapi.

3. Judul dan Keyword

Peneliti menanyakan mengenai judul dan keyword untuk perumusan pesan agar mudah dicari oleh khalayak ramai, dengan judul yang mudah dicari memudahkan penonton untuk mengetahui acara yang sedang berlangsung yang sudah di publikasikan media, berikut ini pemaparan dari informan kunci yang pertama yaitu bapak Olih Solihin:

“Biasanya kami membuat judul video yang sudah di publiksikan di media *Youtube* menggunakan nama acara yang sedang berlangsung dengan harapan penonton memudahkan dalam mencari informasi apa yang sudah dipublikasikan oleh *Crew* kami. Dengan judul yang tidak terlalu panjang dan mengunakan kata-kata formal.”(Olih Solihin, wawancara, 15 juli 2019)

Penelitian juga menanyakan hal yang sama mengenai pemilihan kata-kata untuk judul atau keyword yang dipilih untuk dimasukan pencarian media *Youtube* untuk menarik perhatian penonton. Berikut pemaparan dari Fahri Putra D. selaku kooordinator TV:

“kami menggunakan kata-kata yang formal dalam menentukan judul dikarenakan ini adalah aktivitas kampus jadi menyesuaikan dengan media kampus lainnya, dengan kata-kata formal memudahkan penonton untuk mencari informasi mencari kegiatan atau informasi yang telah dipublikasikan.”(Fakhri Putra D. wawancara, 8 juli 2019)

Berdasarkan pemaparan informan kunci diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa dengan kata-kata formal diharapkan mudah dicari dimesin pencarian sehingga penonton tidak terlalu menghabiskan waktu untuk mencari informasinya dan pesan disampaikan juga bisa dibaca dari judul video yang telah di publikasikan di median *Youtube*.

Melihat dari pemilihan kata-kata dalam menentukan judul yang dimasukan di video oleh *Crew Unikom TV* ini, peneliti pun menanyakan pada sudut pandang salah satu informan pendukung tentang pemilihan kata-kata yang dipilih *Crew Unikom TV* dalam video diunggah melalui media *Youtube* dalam mempublikasikan aktivitas UNIKOM. Peneliti mengajukan pertanyaan kepada informan pendukung yang jawaban Hera Mulya Nugraha yang mengatakan bahwa:

“aku kadang-kadang susah mencari judul kegiatanta karena kegiatannya banyak yang sama dengan kampus lain. Namun ada beberapa judul yang bagus dan aku bisa buat aku penasaran untuk melihat pesanya, dengan membaca judul yang dibuat ada yang menarik untuk di tonton mangapa saya katakana begitu karena kalau judulnya bagus maka rasa penasaran penonton akan tertantang untuk mengetahui.” (Khoirul Anam, wawancara, 9 juli 2019)

Dapat disimpulkan bahwa pemilihan kata-kata membuat judul harus baik harus menarik karena bisa mempengaruhi penonton untuk mencari informasi dari

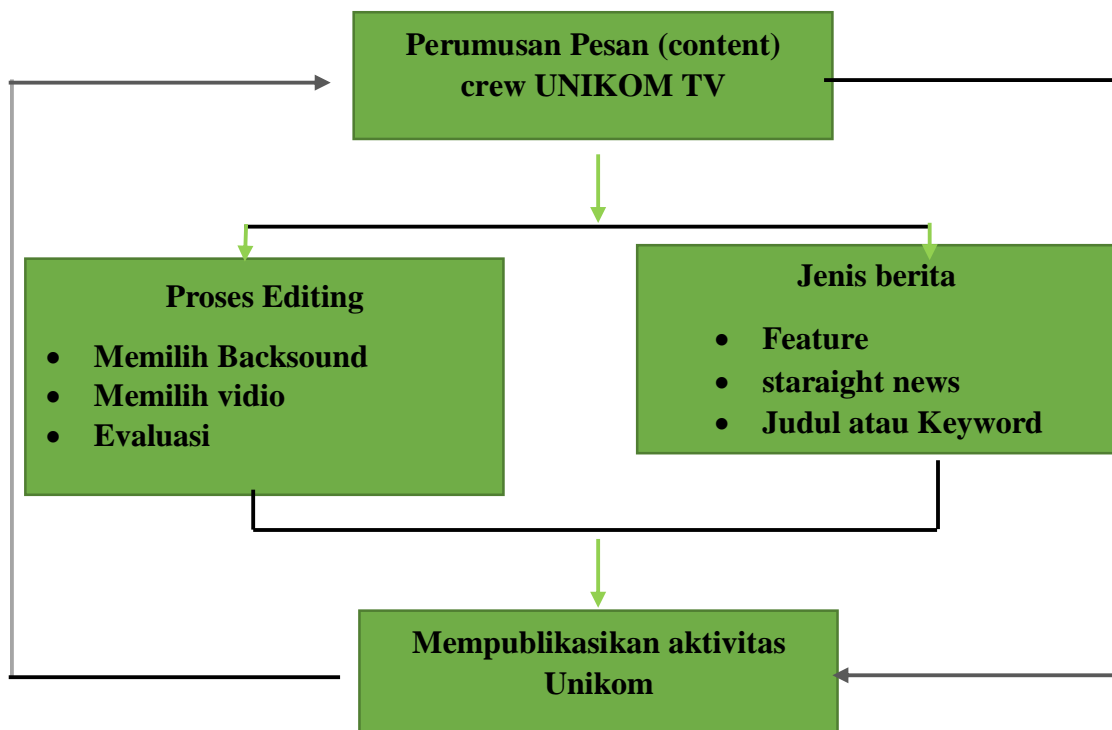
judul juga penonton bisa melihat pesan yang akan ditontonya dan dapat disampaikan lagi kepada khalayak ramai terutama di lingkungan internal kampus sendiri karena judul yang baik adalah kesan pertama dari penyampain pesan yang ingin disampaikan.

Pada analisis dari pada perencanaan pesan (content) tersebut menghasilkan model perencanaan pesan sebagai berikut:

Gambar 4.2

**Model Perumusan Pesan (content) yang disampaikan Crew
Unikom TV Dalam Mepublikasikan Aktivitas Unikom Melalui Media**

Youtube



Sumber: Analisa Peneliti 2019

4.1.3.3 Merancang pembuatan video *Crew* Unikom TV dalam Mempublikasikan Aktivitas Unikom Melalui media *Youtube*

1. Penegeditan

Pada saat peneliti melakukan observasi dan terlibat langsung kelapangan juga melakukan wawancara mengenai perancangan pembuatan video hasil liputan aktivitas Unikom sebelum dipublikasikan . Berikut pernyataan dari bapak Olih Solihin:

“membuat video yang sesuai dengan hasil liputan kegiatan yang dilakukan pihak Unikom bisa berita formal atau informal. Pertama kami membuat naskah berita yang telah disiapkan sebelum melakukan wawancara. Yang dilakukan oleh 1 orang kameramen dan 1 orang reporter saja tergantung jenis acaranya formal atau informal.”(**Olih Soihin, wawancara, 15 juli 2019**)

Pada pemaparan informan kunci kedua diatas peneliti menyimpulkan bahwa pertama kalia adalah membuat berita yang sesuai dengan hasil liputan dan naskah berita yang telah dilakukan wawancara kepada narasumber sebelumnya.

Ditambahkan menurut pemaparan hasil wawancara dari bapak Inggar Prayoga sebagai berikut:

“produksi mulai dari melakukan penagmbilan gambar, membuat materi wawancara , menyiapkan alat untuk liputan apa ajah yang dibawah, memilih *Crew* yang ikut kelapangan biasanya ada kameramen dan reporter jika liputanya informal kalau formal biasa melibatkan banyak *Crew* . (**Inggar Prayoga, wawancara, 15 juli 2019**)

Berdasarkan hasil wawancara oleh informan kunci pertama peneliti dapat menyimpulkan bahwa menurut informan kunci pertama yaitu proses praproduksi dimana hal ini adalah suatu proses pertama melakukan perancangan suatu pesan yang akan dipublikasikan dalam bentuk berita, setelah itu beberapa proses seperti membuat naskah wawancara atau materi wawancara, dan proses pengambilan gambar dan setelah itu penentuan jenis berita yang akan dibuat dalam bentuk audio visual.

2. Konsep Berita yang akan Dipublikasikan

Pada tahap ini adalah tahap pengolahan hasil dari perencanaan atau praproduksi untuk menghasilkan jenis berita saat melakukan observasi dan wawancara, peneliti menanyakan perihal tujuan menggunakan media *Youtube*. Berikut ini pemaparan dari bapak Olih Solihin:

“setelah merancang materi wawancara dan liputan lapangan kami mengolah data hasil kerja kami di lapangan yaitu melihat jenis kegiatan atau berita apa yang nantinya kami akan buat, biasanya kami meliput Cuma dua kegiatan saja yaitu informal dan formal jadi jenis berita juga, jenis berita kami gunakan juga Feature atau straight news.”(Fakhi Putra D, wawancara, 8 juli 2019)

Dari hasil wawancara di atas peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa sebelum mempublikasikan ada beberapa tahapan yang harus dilalui sehingga menjadi sebuah berita yang berbentuk audio visual, dalam hal ini merancang hasil liputan lapangan, wawancara dan pengambilan gambar kemudian hasil wawancara tersebut menjadi naskah berita yang akan di buat voice note yang akan di jadikan background sehingga menjadi berita Feature atau straight news.

Penelitian juga menanyakan hal yang sama mengenai jenis penegditan berita yang sering di publikasikan di media *Youtube* . Berikut pemaparan dari Fahri Putra D. selaku kooedinator TV:

“kami menggunakan mengunaka editing berita staraight news kalau acaranya formal sendnag kan informal menggunakan feature. dalam menentukan jenis berita ini editing harus berkerjasama dengan produser agar pesan yang disampaikan menarik perhatian penonton dikarenakan ini adalah aktivitas kampus jadi menyesuaikan dengan media kampus lainnya.”(Faqih Mauludin. wawancara, 9 juli 2019)

Hal ini juga di tambahkan oleh informan kunci yang pertama yaitu bapak Inggar Prayoga sebagai Pembina lab mengatakan sebagai berikut:

“setelah melakukan proses wawancara dan pengambilan gambar maka anak disurus mengolah data wawancara tersebut menjadi naska berita dan akan melaukan proses pengeditan video yang akan nantinya dibuat dan kan sebuat berita dan akan di evaluasi oleh kaprodi dan rector sehinga apakah pesan disampaikan oleh hasil berita tersebut cocok atau tidak untuk di publikasikan di media *Youtube*. (Inggar Prayoga, wawancara, 15 juli 2019)

Berdasarkan hasil wawancara oleh informan kunci peneliti dapat menyimpulkan bahwa melakukan produksi dimana hal ini adalah suatu proses pertama melakukan pegeditan jenis berita yang akan disampaikan seperti apa dan suatu pesan yang akan dipublikasikan dalam bentuk berita, setelah itu bebrapa proses seperti membuat naska wawancara atau materi wawancara, dan proses penagambilan gambar dan setelah itu penentuan jenis berita yang akan dibuat dalam bentuk audio visual.

3. Proses Evaluasi hasil video

Pada tahap ini adalah tahap post produksi dimana hasil berita yang berbentuk audio visual yang telah jadi hanya saja harus melakukan lagi evaluasi sebelum di publikasikan di media *Youtube*, berikut ini adalah pemaparan dari informan kunci yaitu bapak Inggar Prayoga adalah sebagai berikut:

“setelah melakukan proses editing dan video sudah jadi maka kami harus melakukan proses evaluasi apakah video yang kami buat sesuai dengan pesan yang disampaikan apa tidak juga tidak maka akan dilakukan lagi proses pengeditan dan yang telah di revisi oleh kaprodi setelah sudah di perbaiki baru di evaluasi oleh rector untuk kemudian di publikasikan ke media *Youtube*.
(Inggar Prayoga, wawancara, 15 juli 2019)

Dari hasil wawancara di atas peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa sebelum mempublikasikan ada beberapa tahapan yang harus dilalui sehingga menjadi pesan yang berbentuk audio visual, dalam hal ini yaitu melakukan evaluasi yaitu dari kaprodi dan direvisi terlebih dahulu dan kemudian di serahkan ke rector untuk di evaluasi sebelum di publikasikan di media *Youtube*.

Peneliti juga menanyakan hal yang sama kepada informan kunci yang ketiga yaitu Fakhri Putra D. mengenai evaluasi yang dilakukan oleh kaprodi sebelum di serahkan ke rector. Berikut pemaparan Fakhri Putra D. selaku koordinator TV :

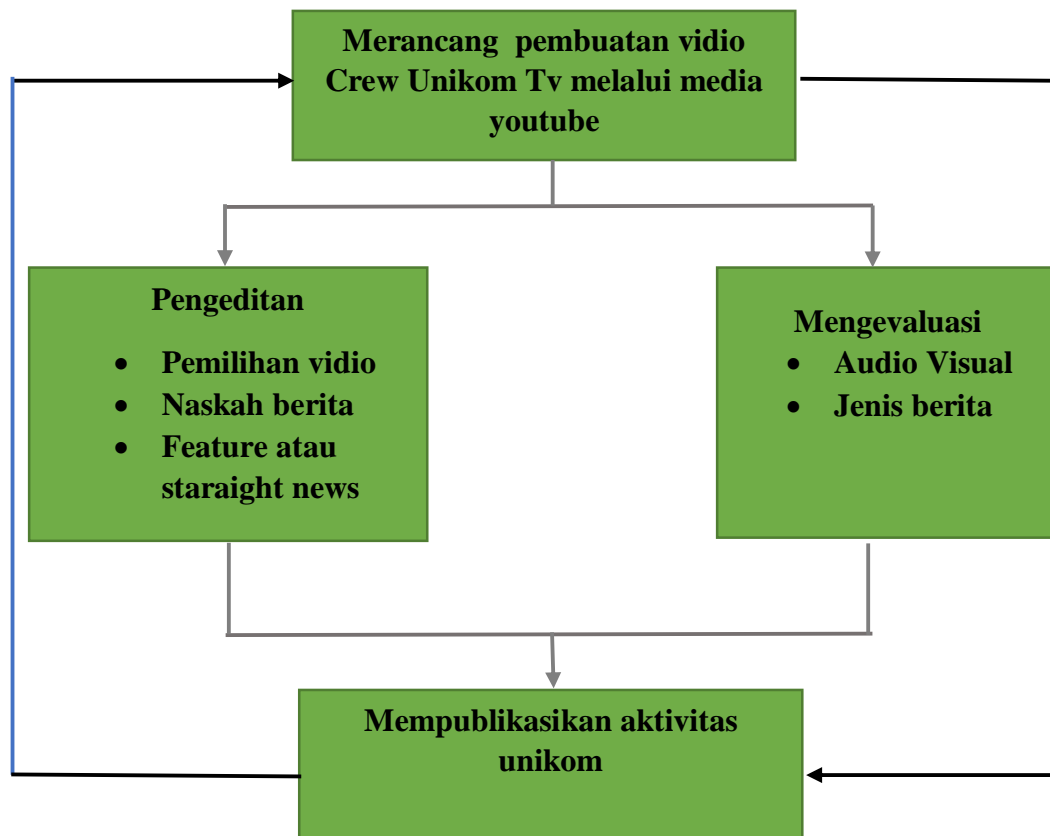
“kami biasanya mendapatkan revisi sebanyak tiga kali, biasanya yang direvisi adalah beberapa background yang kurang

nyambung dengan jenis berita sehingga tidak pantas dimasukkan di jenis berita formal contohnya yg kami masukan instrument yang teralalu ngebib di acara formal, setelah di perbaiki kami langsung mengirimkan kembali videonya untuk di evaluasi kembali. biasanya video yang kami edit itu pesan yang disampaikan kurang dipahami karena konsep berita yang kami gunakan tidak tepat untuk jenis acara, kalau tidak tepat kami harus merubah kembali editing yang kami buat dari pemilihan video hasil liputan maka akan dilakukan beberapa kali revisi .”(Fakhi Putra D, wawancara, 8 juli 2019)

Berdasarkan hasil wawancara oleh informan kunci peneliti dapat menyimpulkan bahwa melakukan pengeditan tidak selamanya mengikuti konsep yang telah ada namun harus selalu di pantau oleh kaprodi dan rektor sebagai produser yang nantinya memberikan acc untuk di publikasikan ke media *Youtube* dimana hal ini adalah suatu proses akhir untuk mengetahui pesan apa saja yang disampaikan oleh *Crew* melalui audio visual agar khalayak bisa mengetahui informasi mengenai aktivitas Unikom. Evaluasi adalah proses yang harus dilakukan secara mendalam karena percuma jika video yang bagus jika pesan yang disampaikan tidak sesuai dengan acara yang telah ditayangkan di video maka penonton tidak akan mendapatkan pesan yang disampaikan oleh *Crew* Unikom TV, evaluasi adalah kegiatan yang memakan banyak waktu karena proses ini adalah yang menentukan layak atau tidak berita yang telah dibuat menjadi suatu audio visual yang ditayangkan di media *Youtube*.

Pada analisis dari pada perencanaan pesan tersebut menghasilkan model perencanaan pesan sebagai berikut:

Gambar 4.3
Model Merancang pembuatan video yang disampaikan
Crew Unikom TV Dalam Mepublikasikan Aktivitas Unikom



Sumber: Analisa Peneliti 2019

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Pada sub ini penelitian akan mendeskripsikan dan membahas data serta informasi yang diperoleh melalui observasi dan wawancara secara mendalam kepada beberapa informan penelitian yang terkait dengan Strategi Komunikasi *Crew* Unikom TV dalam mempublikasikan aktivitas Unikom

melalui media *Youtube*. Seperti yang sudah di jelaskan pada sebelumnya, strategi komunikasi dibentuk sebagai cara atau mengemas pemberian stimulus yang paling baik sehingga dapat sesuai dengan harapan, tentunya merujuk pada strategi sendiri terutama strategi komunikasi tentunya melibatkan unsur-unsur komunikasi terbaik merupakan cara ampuh dalam menyusun atau membuat strategi, Sedangkan menurut Effendy dalam bukunya Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi, mengartikan Strategi Komunikasi yaitu :

“Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai tujuan. Tetap untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Demikian pula strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai suatu tujuan.

“ Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis yang dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bias berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi.” (Effendy, 2003:300-301).

Dari hasil wawancara dengan informan terkait strategi komunikasi *Crew* Unikom TV dalam mempublikasikan aktivitas Unikom melalui media *Youtube*. *Crew* Unikom TV memang sudah melakukan strategi komunikasi melalui media *Youtube*, yang awal terbentuknya dengan melakukan liputan kegiatan aktivitas internal Unikom untuk dijadikan sebuah berita melalui media *Youtube*. Informasi ini akan disampaikan dengan baik tanpa ada

hambatan yang membuat *Crew* Unikom TV dalam mempublikasikan aktivitas Unikom.

Perencanaan liputan Yang Akan Di lakukan *Crew* Unikom TV Dalam Mempublikasikan Aktivitas Unikom Melalui Media *Youtube* Perencanaan liputan ini adalah bagian dari proses sebelum menjadi sebuah berita yang berbentuk video yang dipublikasikan di media *Youtube*, yang mana sesuatu hal yang hasil liputan akan menghasilkan audio visual yang berupa berita dalam bentuk video. Sebagaimana yang dikatakan oleh bapak Inggar Prayoga dalam kutipan wawancara berikut ini:

“perencanaan liputan yang dilakukan oleh dilakukan oleh *Crew* Unikom TV adalah proses pengambilan gambar dilapangan dan melakukan wawancara setelah aktivitas atau kegiatan telah berakhir biasanya narasumber di wawancarai dengan 5 pertanyaan atau lebih tergantung acaranya, proses wawancara ini dilakukan dengan 2 orang *Crew* yaitu cameramen dan reporter.” (**Inggar Prayoga, wawancara, 15 Juli 2019**)

Perencanaan liputan yang disampaikan adapun menurut analisis peneliti mengenai liputan yang di lakukan *Crew* Unikom TV dalam mempublikasikan aktivitas Unikom melalui media *Youtube* yaitu dimulai dengan peliputa dilapangan, membuat materi wawancara yang disiapkan oleh reporter sebelum memulai wawancara dengan narasumber. Setelah melakukan wawancara maka *Crew* mengelolah hasil wawancara menjadi naskah berita maka *Crew* akan merencanakan peliputan yang akan

melibatkan beberapa *Crew* dan mengambil gambar aktivitas kegiatan Unikom yang akan di edit di dapur pengeditan termasuk jenis pengambilan gambar sehingga menghasilkan audio visual yang dipublikasikan ke media *Youtube*.

Perumusan pesan (content) merupakan unsur dari komunikasi yang dimana dalam menyampaikan pesan atau informasi yaitu yang dilakukan *Crew* Unikom TV adalah berawal dari proses editing Sebuah pesan harus dikemas dengan baik dan harus dapat dimengerti oleh penonton. Namun, tidak menuntut kemungkinan apabila sebuah pesan tersebut dapat menimbulkan sebuah hambatan didalamnya. Berupa pemilihan *background* untuk dimasukan di video dimana proses ini tidak bisa dipandang dengan sebelah mata karena dengan pemilihan *background* yang tepat maka penonton tertarik untuk menonton tayangan berita yang telah dipublikasikan di media *Youtube*. Hal ini di perjelas oleh informan pendukung yang mengatakan bahwa:

“aku menyukai beberapa *background* yang dimasukan di videonya karena *background*nya mengikuti jaman kini dan tidak membosankan namun ada juga pemilihan *background* yang tidak pas dimana beberapa acara formal yang pernah aku lihat di media *Youtube*nya, maka pemilihan *background* yang pas itu sangat menentukan orang mau nonton atau enggak.” (Khoirul Anam, wawancara, 9 juli 2019)

Menurut Analisa penentuan kata-kata untuk membuat judul dan keyword untuk pencarian judul juga harus menggunakan Bahasa yang

mudah di pahami dan tidak mengunakan Bahasa yang tidak formal. Yang dilakukan oleh *Crew* Unikom TV ini yaitu membuat kata-kata formal dengan memasukan nama acara yang telah diliput dilapangan . mengenai hambatan yang dialami oleh *Crew* Unikom TV dalam mempublikasikan aktivitas melalui pesan yang berbentuk video yaitu bagaimana *Crew* Unikom dalam menentukan konsep editing video yang akan di olah. Menentukan tema merupakan hal yang harus paling diperhatikan karena secara tidak langsung adalah ciri khas dari sebuah jenis video yang akan di publikasikan. Berdasarkan hasil wawancara tema yang di sering digunakan adalah video yang berjenis dokumentasi berita yang diiringi oleh *voice note* agar memberikan informasi yang jelas kepada penonton *Youtube* yang melihat konsep atau tema ini masih digunakan oleh *Crew* sampai saat ini. Tidak hanya itu konsep bisa saja berubah tergantung jenis kegiatan yang diliput dilapangan.

Menentukan jenis berita audio visual, dalam hal ini dapat dilihat dari hasil liputan dilapangan, wawancara dan pengambilan gambar kemudian hasil wawancara tersebut menajdi naskah berita yang akan di buat *voice note* yang akan di jadikan backsound sehingga menjadi berita Feature atau staraight news.

Penelitian juga menanyakan hal yang sama mengenai jenis penegegiatan berita yang sering di publikasikan di media *Youtube* . Berikut pemaparan dari Fahri Putra D. selaku kooordinator TV:

“kami menggunakan mengunaka editing berita staraight news kalau acaranya formal sendnag kan informal menggunakan feature. dalam menentukan jenis berita ini editing harus berkerjasama dengan produser agar pesan yang disampaikan menarik perhatian penonton dikarenakan ini adalah aktivitas kampus jadi menyesuaikan dengan media kampus lainnya.”(Faqih Mauludin. wawancara, 9 juli 2019)

Merancang pembuatan video *Crew* Unikom adalah melakukan penegegiatan hasil video yang telah di ambil dalam peliputan kegiatan atau aktivitas Unikom produksi, dan evaluasi hasil berita yang menjadi video dengan jenis berita yang telah di konsepkan. sebelum melakukan publikasi di media *Youtube*, informasi mengenai kegiatan yang ada di lingkungan internal kampus dengan secara tidak langsung mengajak penonton untuk mengetahui informasi apa sajah yang ada di kampus Unikom. Strategi komunikasi juga harus ditingkatkan dengan penyusunan pesan tepat untuk mencapai tujuan yang telah dirancang dalam kegiatan komunikasi yang dilakukan sehari-hari tentu memiliki suatu tujuan tertentu yang berbeda-beda dan tercipta saling menegrti satu sama lain.

Proses pengevaluasian jenis berita yang sudah menjadi video dimana hal ini adalah suatu proses akhir sebelum mempublikasikan hasil video yang sudah di buat dalam bentuk berita, setelah itu bebrapa penagambilan gambar dan setelah itu penentuan jenis berita yang akan dibuat dalam

bentuk audio visual.. produksi dimana hal ini adalah suatu proses pertama melakukan pegeditan jenis berita yang akan disampaikan seperti apa dan suatu pesan yang akan dipublikasikan dalam bentuk berita, setelah itu bebrapa proses seperti membuat naska wawancara atau materi wawancara, dan proses penagambilan gambar dan setelah itu penentuan jenis berita yang akan dibuat dalam bentuk audio visual.

dimana hasil berita yang berbentuk audio visual yang telah jadi hanya saja harus melakukan lagi evaluasi sebelum di publikasikan di media *Youtube*. *Crew* Unikom TV dalam melakukan pengeditan tidak selamanya mengikuti konsep yang telah ada namun harus selalu di pantau oleh kaprodi dan rektor sebagai produser yang nantinya memberikan acc untuk di publikasikan ke media *Youtube* dimana hal ini adalah suatu proses akhir untuk menegtahui pesan apa saja yang disampai kan oleh *Crew* melalui audio visual agar khalayak bisa mengetahui informasi mengenai aktivitas Unikom. Evaluasi adalah proses yang harus dilakukan secara mendalam karena percuma jika video yang bagus jika pesan yang disampaikan tidak sesuai dengan acara yang tekah ditanyanag di video maka penonton tidak akan mendapatkan pesan yang disampaikan oleh *Crew* Unikom TV, evaluasi adalah kegiatan yang memakan banyak waktu karena proses ini adalah yang menentukan layak atau tidak berita yang telah dibuat menjadi suatu audio visual yang ditayangkan di media *Youtube*.

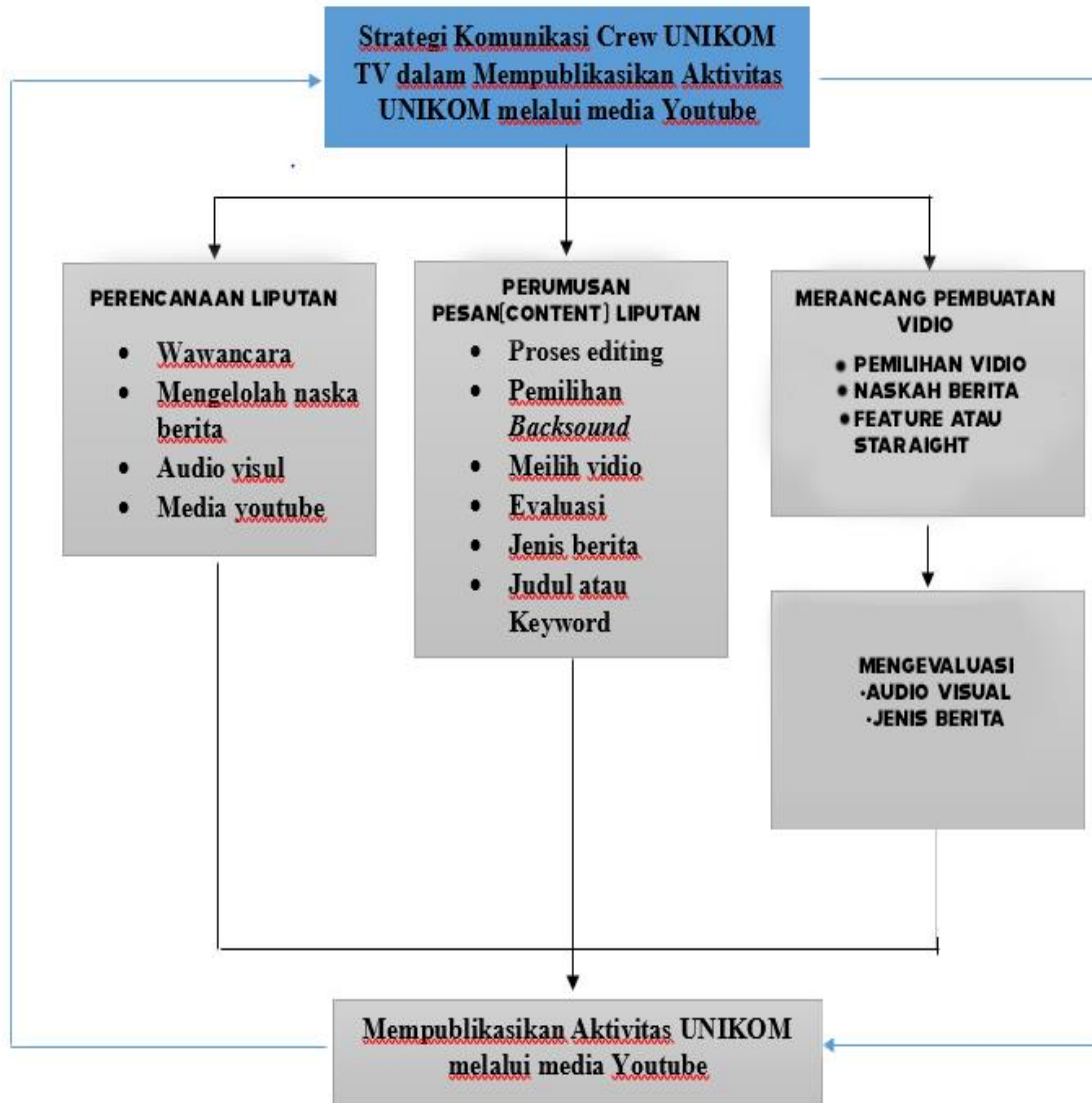
Komunikasi yang melibatkan kemampuan berpikir dan membawa semua sumber daya dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang relevan dari kenyataan dan komunikasi yang dibutuhkan oleh sebuah jasa yang mengandalkan sebuah alat media online. Strategi komunikasi sangat penting dalam menjalani komunikasi yang efektif terutama komunikasi yang dilakukan menggunakan media maya dengan beragam karakter, dengan yang diinformasikan menjadi sebuah masalah di pecahkan. Dalam hal ini peran orang-orang didalam media sosial tersebut menjadi pembentukan strategi yang sangat diharapkan bisa memberikan kontribusi yang baik dan tepat sasaran sehingga berbicara strategi komunikasi merupakan pembicaraan komunikasi efektif dan baik. Begitu pula yang dihasilkan oleh *Crew Unikom TV* dalam mempublikasikan aktivitas Unikom melalui media *Youtube*, dimana para penonton *Youtube* rata-rata sekarang melihat *Youtube* dalam mencari informasi dan hiburan. Penonton *Youtube* juga harus selektif dalam memilih tayangan yang disampaikan untuk mengetahui pesan atau informasi yang disampaikan oleh *Crew Unikom TV* lewat tayangan yang sudah di pumblikasikan di media *Youtube*. *Crew Unikom TV* juga harus menyiapkan konsep editing yang akan di publikasikan di media *Youtube* agar penonton tertarik untuk melihat tayangan aktivitas Unikom.

Dari apa yang peneliti lihat di lapangan tujuan untuk memberikan pesan atau informasi yang disampaikan sudah baik tersampaikan walaupun

konsepnya harus banyak di perbarui agar penonton di *Youtube* tertarik akan aktivitas Unikom yang di sudah di publikasikan. Peneliti juga menyesuaikan dengan yang sudah peneliti lihat di lapangan, *Crew* Unikom memiliki strategi komunikasi yang dapat dilihat dari proses penyampaian pesan yang berbentuk audio visual melalui media *Youtube* dengan memberikan informasi secara efektif.

Dalam hasil pandangan peneliti dari makro dan ketiga mikro dalam unsur komunikasi mengenai strategi komuniaksi yang digunakan *Crew* UNIKOM TV dapat dilihat model keseluruhan sebagai berikut:

Gambar 4.4
Model Strategi Komunikasi Crew UNIKOM TV



Sumber: Analisa Peneliti 2019