

**HALAMAN JUDUL**

**MANAJEMEN PRODUKSI *CHANNEL YOUTUBE* AKUN “GIBRAN  
RAKABUMING” DALAM MEMPROMOSIKAN KOTA SOLO**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada  
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Jurusan Dakwah dan Komunikasi  
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



**Oleh**

**ANIZA FITRIANINGRUM**

**NIM. 191211014**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

**2023**

**MEI CANDRA MAHARDIKA S.Sos., S.E.I., M.A**  
**DOSEN PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

---

---

**NOTA PEMBIMBING**

Hal : Skripsi Sdri. Aniza Fitrianingrum

Lamp :-

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

UIN Raden Mas Said Surakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap skripsi saudara:

Nama : Aniza Fitrianingrum

NIM : 191211014

Judul : Manajemen Produksi *Channel Youtube* Akun "Gibran Rakabuming"  
dalam Mempromosikan Kota Solo

Dengan ini kami menilai skripsi tersebut dapat disetujui untuk diajukan pada Sidang Munaqosyah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 6 Maret 2023

Pembimbing



**Mei Candra Mahardika S.Sos., S.E.I., M.A**

NIP. 198905152019031013

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aniza Fitrianingrum

NIM : 191211014

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Jurusan : Dakwah dan Komunikasi

Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah

Judul Skripsi : Manajemen Produksi Channel Youtube Akun "Gibran  
Rakabuming dalam Mempromosikan Kota Solo

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya saya sendiri, jika di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Demikian pernyataan ini saya buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 4 Maret 2023

Yang membuat pernyataan



Aniza Fitrianingrum

NIM. 191211014

HALAMAN PENGESAHAN

“MANAJEMEN PRODUKSI *CHANNEL YOUTUBE* AKUN “GIBRAN  
RAKABUMING” DALAM MEMPROMOSIKAN KOTA SOLO”

Disusun Oleh:

**Aniza Fitrianingrum**

**NIM. 191211014**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ushuluddin dan  
Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Pada Jumat, 17 Maret 2023

Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial

Surakarta, 4 Mei 2023

Penguji Utama,



**Eny Susilowsti, S.Sos., M.Si**

NIP. 19720428 200003 2 002

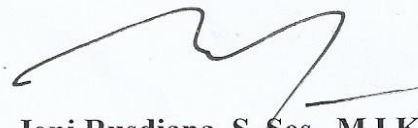
Penguji/Ketua Sidang



**Mei Candra Mahardika, Sos. S.E.I., M.A**

NIP. 19890515 201903 1013

Penguji/Sekretaris Sidang



**Joni Rusdiana, S.Sos., M.I.Kom**

NIP.19830602 201801 1002

Mengetahui

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah



**Prof. Drs. Islah, M.Ag.**

NIP. 19730522 200312 1 001

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Nenek saya (Darmi) dan kakek (Suripto) yang selalu saya banggakan dan yang tiada hentinya memberikan do'a dan dukungan moral, yang tidak kenal lelah memberikan segala kebutuhan yang tak ternilai dan selalu memberikan semangat serta kasih sayang yang tiada tara.
2. Mama saya (Nina Sudarti) yang selalu saya banggakan dan yang tiada hentinya memberikan dukungan, yang tidak kenal lelah memberikan segala kebutuhan yang tak ternilai.
3. Seluruh keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan, motivasi serta do'a.
4. Mas Isa yang selalu menemani dan mendukung dikala senang maupun susah.
5. Keluarga besar Radio Dista FM yang selalu senantiasa menjadi tempat untuk berkeluh kesah saya dan memberikan bantuan dalam proses penyusunan skripsi.
6. Sahabat-sahabat saya Dila, Salsa, Galuh, dan Anisa yang selalu ada saat suka dan duka.

## **HALAMAN MOTTO**

“Berjuanglah dimasa mudamu, kelak berleha dimasa tuamu.”

*(Aniza Fitrianingrum)*

## ABSTRAK

**Aniza Fitrianingrum, NIM 191211014. “Manajemen Produksi *Channel Youtube* Akun “Gibran Rakabuming” Dalam Mempromosikan Kota Solo”. Skripsi, Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2023.**

Di era saat ini *youtube* menunjukkan eksistensinya sebagai sumber informasi. Banyaknya *youtube* yang berkembang di Indonesia khususnya di Kota Surakarta, membuat Gibran TV harus mengatur manajemen dalam menayangkan informasi mengenai agenda maupun tempat wisata Kota Solo agar tidak kehilangan penontonnya. Politikus di Indonesia yang terjun ke media *youtube* untuk menuangkan atau menunjukkan citranya di dunia politik, namun hanya Gibran Rakabuming yang membahas mengenai potensi daerahnya sendiri, dimana ia menjabat. Dengan itulah yang mendorong Gibran TV untuk membuat *channel youtube* Gibran TV harus memperhatikan benar-benar manajemennya agar tetap tidak kalah dengan kompetitor. Gibran Rakabuming aktif memberikan informasi terkait promosi Kota Solo di *channel youtube* miliknya yang diberi nama Gibran TV. *Channel* ini dibuat sejak kurang lebih 2 tahun lalu, tepatnya pada 14 Februari 2020 yang membahas mengenai mempromosikan Kota Solo, mengenai vlog Gibran, bahkan ada juga konten yang berisikan tentang kegiatan keluarga Gibran Rakabuming.

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif bersifat deskriptif yang menyajikan bagaimana proses manajemen produksi yang dilakukan oleh Gibran TV. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data menggunakan triangulasi data dengan mengumpulkan berbagai macam sumber. Selain itu dalam menganalisis topik yang diangkat, peneliti menggunakan teori dari Fungsi Manajemen Produksi, yaitu *POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling)*. Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan manajemen produksi *channel youtube* akun Gibran Rakabuming dalam mempromosikan Kota Solo di media *youtube*.

Bedasarkan hasil pengolahan data, dapat disimpulkan bahwa *Planning* yang dilakukan dimulai dengan pra produksi yaitu dengan pemunculan ide sebelum produksi konten, adanya pembagian tim berdasarkan jumlah titik lokasi *event*. *Organizing* struktur organisasi pada Gibran TV ini sudah terstruktur dengan baik walaupun masih ada beberapa divisi yang posisinya dirangkap, adanya faktor pendukung dan penghambat menjadi hal dihadapi dalam menayangkan informasi terkait mempromosikan Kota Solo. *Actuating* untuk memberi arahan atau pengaruh kepada seluruh crew berupa *briefing*. *Controlling* yang dilakukan adanya evaluasi untuk seluruh crew, tahap terakhir dari proses produksi, yaitu tahap pasca produksi. Pada tahapan ini, dilakukannya penyuntingan dan pengecekan, kemajuan produksi.

**Kata Kunci: Manajemen Produksi, Gibran TV, Kota Solo**

## ABSTRACT

**Aniza Fitrianingrum, NIM 191211014. "Management Of Youtube Channel Production Account "Gibran Rakabuming" In Promoting The City Of Solo". Thesis, Islamic Communication And Broadcasting Study Program, Faculty Of Ushuluddin And Da'wah. Raden Mas Said State Islamic University Surakarta, 2023.**

In the current era, youtube shows its existence as a source of information. The large number of youtubes that are developing in Indonesia, especially in the city of Surakarta, makes Gibran TV have to manage management in broadcasting information about the agenda and tourist attractions in the city of Solo so as not to lose its audience. Politicians in Indonesia have jumped into the youtube media to express or show their image in the world of politics, but only Gibran Rakabuming discussed the potential of his own region, where he served. This is what prompted Gibran TV to create a youtube channel. Gibran TV must pay close attention to its management so that it is not inferior to competitors. Gibran Rakabuming actively provides information regarding promotions for the City of Solo on his youtube channel named Gibran TV. This channel was created more or less 2 years ago, to be precise on February 14 2020 which discussed promoting the City of Solo, regarding Gibran's vlogs, and there was even content containing the activities of the Gibran Rakabuming family.

The type of research used by researchers is descriptive qualitative research which will present how the production management process is carried out by Gibran TV. The data sources obtained in this study are primary data sources and secondary data sources. Data collection techniques carried out by interviews, observation, and documentation. The data analysis method used is data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Data validity uses data triangulation by collecting various sources. Besides that, in analyzing the topics raised, researchers used the theory of the Production Management Function, namely POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling). The purpose of this study is to describe the production management of the Gibran Rakabuming YouTube channel in promoting the city of Solo on YouTube media.

Based on the results of data processing, it can be concluded that planning was carried out starting with pre-production, namely by generating ideas before content production, there was a division of teams based on the number of points in the event location. Organizing the organizational structure on Gibran TV is well structured, although there are still several divisions whose positions are concurrent, the existence of supporting and inhibiting factors is a problem faced in broadcasting information related to promoting the city of Solo. Actuating to provide direction or influence to all crew in the form of briefings. Controlling is carried out with an evaluation for all crew, the last stage of the production process, namely the post-production stage. At this stage, editing and checking, production progress is carried out.

**Keywords: Production Management, Gibran TV, Solo City**



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb,*

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT dan segala limpahan Rahmat serta Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul Manajemen Produksi *Channel Youtube* Akun “Gibran Rakabuming” Dalam Mempromosikan Kota Solo. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Sosial, kepada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, UIN Raden Mas Said Surakarta

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudofir, S.Ag., M.Pd. selaku Rektor UIN Raden Mas Said Surakarta.
2. Prof. Dr. Islah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
3. Joni Rusdiana, S.Sos.,M.I.Kom selaku Koordinator Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan selaku Sekretraris Sidang yang telah banyak memberikan bimbingan, masukan, kritik, dan saran selama proses penyusunan skripsi.
4. Eny Susilowati, S.Sos.,M.Si selaku Dewan Penguji Utama yang telah banyak memberikan bimbingan, masukan, kritik, dan saran selama proses penyusunan skripsi.
5. Mei Candra Mahardika, S.Sos., S.E.I., M.A selaku selaku Dosen Pembimbing dan Ketua Sidang yang senantiasa selalu sabar dalam memberi bimbingan dan meluangkan waktu, tenaga serta pikiran dalam proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ushuluddin dan Dakwah yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama perkuliahan.
7. Staf Fakultas Ushuluddin dan Dakwah yang telah memberikan pelayanan yang baik.

8. Staf UPT Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan pelayanan yang baik.
9. Almamater tercinta UIN Raden Mas Said Surakarta.
10. Crew Gibran TV yang sudah menerima, membantu, dan mendukung penulis dalam pelaksanaan penelitian.
11. Bapak Farid Muttaqin, sebagai sebagai *digital content manager*, yang telah memberikan ijin penelitian.
12. Bapak Is Ariyanto, Putra Pratama sebagai Videografer, Andry Sarwoto sebagai Editor di Gibran TV, yang telah bersedia membantu selama proses penelitian.
13. Seluruh *crew* dan Gibran TV.
14. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan dan bimbingan.

Dan untuk semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan semuanya. Terima kasih atas semua bantuannya dalam menyusun atau menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan untuk keikhlasan yang telah diberikan.

*Wassalamu'alaikum Wr, Wb.*

Surakarta, 6 Maret 2023



Aniza Fitriani

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRCT .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	12
C. Batasan masalah.....	12
D. Rumusan masalah.....	13
E. Tujuan penelitian.....	13
F. Manfaat penelitian.....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>15</b>
A. Kajian Teori .....	15
1. Komunikasi .....	15
2. Komunikasi Visual.....	16
3. Manajemen Produksi.....	17
4. <i>New Media</i> .....	23
5. Media Sosial.....	25
6. <i>Youtube</i> .....	28
B. Kajian Pustaka.....	32
C. Kerangka Berpikir.....	35

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	37
B. Pendekatan Penelitian .....	37
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	38
D. Sumber Penelitian .....	39
E. Teknik Pengumpulan Data .....	39
1. Wawancara .....	39
2. Observasi .....	41
3. Dokumentasi .....	41
F. Keabsahan Data .....	42
G. Teknik Analisis Data .....	43
1. Reduksi Data .....	43
2. Penyajian Data .....	43
3. Menarik Kesimpulan/Verifikasi .....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
A. Gambaran Umum .....	45
1. Profile Gibran Rakabuming .....	45
2. <i>Channel youtube</i> Gibran Rakabuming Gibran TV .....	47
3. Profile GIBRAN TV .....	54
4. Visi, Misi, Logo .....	55
5. <i>Job Description</i> .....	56
B. Sajian Data .....	57
1. Tahap Perencanaan ( <i>Planning</i> ) .....	58
2. Tahap Pengorganisasian ( <i>Organizing</i> ) .....	63
3. Tahap Pelaksanaan ( <i>Actuating</i> ) .....	64
4. Pengawasan ( <i>Controlling</i> ) .....	73
C. Analisis Data .....	74
1. <i>Planning</i> (Perencanaan) .....	74
2. <i>Organizing</i> (Pengorganisasian) .....	76
3. <i>Actuating</i> (Pelaksanaan) .....	79
4. <i>Controlling</i> (Pengawasan) .....	83

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>89</b>
A. Kesimpulan .....	89
B. Saran.....	90
C. Keterbatasan Penelitian .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>95</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Highlight</i> Perilaku Pengguna Internet .....	1
Gambar 2. Kerangka Berpikir .....	36
Gambar 3. Foto Gibran Rakabuming .....	45
Gambar 4. <i>Channel Youtube</i> Gibran Rakabuming.....	48
Gambar 5. Contoh Konten Mempromosikan Kota Solo .....	49
Gambar 6. Logo Gibran TV .....	56
Gambar 7. Struktur Organisasi.....	57
Gambar 8. Diskusi untuk penyusunan konsep .....	60
Gambar 9. Pembuatan konten HUT Kota Solo ke-278.....	66
Gambar 10. Proses Editing Video .....	68
Gambar 11. Konten yang telah diunggah.....	69
Gambar 12. Video <i>shorts</i> yang diunggah dalam <i>channel youtube</i> Gibran TV .....	70
Gambar 13. <i>Screenshoot</i> konten Gibran TV di Instagram Gibran Rakabuming ...	71
Gambar 14. <i>Screenshoot</i> konten Gibran TV di Twitter Gibran Rakabuming.....	71
Gambar 15. <i>Screenshoot</i> konten Gibran TV di Facebook Gibran Rakabuming....	72
Gambar 16. <i>Screenshoot</i> konten Gibran TV di TikTok Gibran Rakabuming .....	72
Gambar 17. Evaluasi .....	74
Gambar 18. Pembuatan konten event konser PLN di Benteng Vastenburg .....	81
Gambar 19. Pembuatan konten di Solo Safari .....	81

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Waktu Penelitian .....	37
Tabel 2. Data Terkait Kota Solo <i>Channel Youtube</i> Gibran Rakabuming .....	49
Tabel 3. Kunjungan Wisatawan Kota Surakarta 2022 .....	86

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian .....	95
Lampiran 2 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian .....	95
Lampiran 3 Transkrip Wawancara .....	97
Lampiran 4 Dokumentasi .....	112



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Arus pertukaran informasi semakin pesat. Sangat mudah bagi kita untuk menerima informasi yang berkembang di daerah, seperti media massa dan media sosial. Tidak jarang beberapa informasi mengandung informasi yang belum tentu benar. Selain itu, dengan berkembangnya teknologi komunikasi, informasi dapat menyebar dengan cepat dan menjadi viral.

Hasil survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) menunjukkan bahwa jumlah penduduk yang terkoneksi internet tahun 2021-2022 adalah 210.026.769 jiwa dari total populasi 272.682.600 jiwa penduduk Indonesia tahun 2021 dan data pengguna internet tahun 2022 yaitu:



Gambar 1.  
Highlight Perilaku Penggunaan Internet  
Sumber : <https://apjii.or.id/gudang-data/hasil-survei>

Dua aplikasi yang paling sering digunakan dari berbagai jenis aplikasi yang sama akan fungsinya. Seperti halnya aplikasi *browser* yang sering

digunakan adalah *google chrome* yang memiliki presentase 76,95% dan *uc browser* yang memiliki presentase 4,95%. Media sosial yaitu *facebook* memiliki presentase 68,36% dan *youtube* 63,02%. Media chat terdapat *whatsapp* memiliki presentase 98,07% dan *facebook messenger* 47,12%. *Meeting platform* terdiri dari *whatsapp video conference* 65,55% dan *zoom* 42,02%. Tv berbasis internet terdapat *Netflix* 11,10% dan *we tv* 7,84%. Toko online yaitu terdapat *shopee* 55,08% dan *Lazada* 33,79%. Transportasi online terdapat *gojek* 40,65% dan *grab* 36,32%. Aplikasi music terdapat *youtube music* 38,51% dan *googleplay music* 20,94%. E-wallet terdapat aplikasi *gopay* memiliki presentase 20,68% dan *shopee pay* 16,61% (APJI, 2022).

Ada banyak media sosial yang digunakan oleh masyarakat di dunia seperti; *facebook*, *twitter*, *instagram* serta *youtube*. *Youtube* termasuk salah satu media sosial terpopuler di Indonesia bahkan di dunia untuk berbagi video, mulai dari melihat biasa sampai kepada berbagi video dengan orang lain untuk menjaga hubungan sosial. Salah satu komponen dalam media sosial yang saat ini menjadi tren adalah media sosial vlog. Vlog adalah sebuah video dokumentasi yang dimuat di dalam sebuah web yang berisi tentang gaya hidup, pikiran, opini, dan ketertarikan akan sesuatu hal. Fenomena vlogging dapat pula dilihat dalam konteks industri media digital. Di Amerika Serikat, Michael Buckley dan Marina Orlova adalah contoh vlogger yang sukses mendapatkan keuntungan komersial melalui platform *youtube* (Mahardika, 2021).

*Youtube* adalah situs web yang berguna untuk berbagi video. Penggunaannya menggunakan platform ini untuk membuat, berbagi, dan

menonton video yang dibuat oleh pengguna lain secara gratis. Kehadiran *youtube* membawa pengaruh luar biasa kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang memiliki gairah di bidang pembuatan video, mulai dari film pendek, dokumenter, hingga video blog, tetapi tidak memiliki lahan “untuk mempublikasikan karyanya”. *Youtube* mudah dipergunakan, tidak memerlukan biaya tinggi, dan dapat diakses dimanapun, tentunya dengan gadget yang kompatibel. Hal itu membuat pembuat video amatir dapat dengan bebas mengunggah konten-konten video mereka untuk dipublikasikan. Jika video mereka mendapat sambutan baik, jumlah *viewers* akan bertambah. *Viewers* banyak akan mengundang pengiklan untuk memasang iklan dalam video-video mereka selanjutnya. Senada dengan televisi, konten program televisi yang disukai masyarakat, dalam hal ini ratingnya tinggi, akan menarik pengiklan secara otomatis.

Manajemen produksi adalah segala usaha, kegiatan dan proses untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Tindakan manajemen mengacu pada pengambilan keputusan mengenai pengawasan desain dan produksi, termasuk kegiatan/proses untuk mewujudkan produk sesuai dengan tujuan yang disepakati. Bicara mengenai manajemen produksi tidak lepas dari pelaku manajemen itu sendiri, yaitu produser program. Seorang produser bertanggung jawab terhadap perencanaan suatu program dan harus memiliki kemampuan berpikir dan menuangkan ide yang kreatif dalam suatu tulisan atau proposal untuk suatu program acara tidak terlihat monoton. Sebagai seorang produser yang memimpin sebuah program, produser juga harus memiliki kemampuan

untuk memimpin dan bekerja sama dengan seluruh kerabat kerja.

Untuk membuat video ada tahapan-tahapan yang harus dilakukan terlebih dahulu, tidak hanya dengan merekam dengan kamera kemudian video tersebut langsung jadi. Ada 3 tahapan dalam pembuatan video yang harus diperhatikan yaitu pra produksi, produksi dan post produksi (pasca produksi). Pra produksi adalah mempersiapkan apa saja yang dibutuhkan dimulai dari ide cerita, konsep produksi, rencana bayangan, rencana anggaran biaya, *rundown*, posisi kamera dan akan bergerak kemana saja, naskah cerita, sketsa gambar, ide cerita dalam bentuk visual, pemilihan audio dan pemain. Pada proses produksi adabeberapa proses yaitu opening tune dan bumper. Pasca produksi ada beberapa proses yaitu *compositioning and editing*, *rendering* dan penentuan video *compositioning codec* (Mahardika, 2021). Dalam sebuah memproduksi sebuah konten diperlukannya kreatifitas dan inofasi yang luas agar dapat bersaing dengan *creator youtube* lainnya, selain itu konsisten dalam *upload* video sangat penting didalam dunia *youtube*. Hal dalam memprouksi *youtube* tersebut harus memperhatikan pembagian ke 3 tahapan pembuatan video yaitu pra produksi, produksi dan post produksi (pasca produksi). agar proses pembuatan konten dapat berjalan dengan lancar dengan pembagian *crew* sesuai *jobdesknya*.

Gibran Rakabuming Raka adalah seorang pengusaha dan politisi Indonesia yang menjabat sebagai Wali Kota Solo yang dilantik pada 26 Februari 2021. Terlahir sebagai putra sulung presiden Joko Widodo. Selain menjadi seorang pengusaha dan Wali Kota Solo, Gibran Rakabuming

membentuk tim untuk mengelola *youtube* pribadi miliknya sebagai tempat informasi terkait kegiatan pribadi, vlog, dan *event* Kota Solo yang diadakan Pemerintah Kota Solo bahkan *event* nasional yang diadakan di Kota Solo.

Gibran TV sebutan dari media yang dikelola pihak tim Gibran Rakabuming di video *youtube* Gibran. Gibran TV merupakan channel *youtube* resmi dari Gibran Rakabuming sebagai media untuk menyebarkan informasi, kegiatan, pandangan, ide, gagasan serta ruang komunikasi dengan pengguna sosial media. Pada tahun 2020, video mulai diunggah dan berjumlah 50 Video selama satu tahun. Awal mula nama yang tertera untuk *thumbnile* media bukanlah Gibran TV melainkan hanya Gibran yang sebagai tanda bahwa itu media milik Gibran Rakabuming yang awal mulanya digunakan untuk ajang kampanye Wali Kota Solo pada tahun 2020. *Channel youtube* Wali Kota Solo Gibran Rakabuming konten tentang *event* Kota Solo, dengan begitu Solo akan menjadi daya tarik turis lokal maupun mancanegara. Solo tidak memiliki begitu banyak destinasi wisata, maka dari diadakannya banyak event agar menjadi solusi turis untuk berlibur ke Kota Solo.

*Channel youtube* Gibran, yang mulai terdaftar di *youtube* pada 14 februari 2020, memiliki total 21.5k *subscriber*, terdapat kurang dari 10 video yang diunggah setiap bulannya, dan memiliki total keseluruhan ratusan video yang diunggah ke akunnya, isi dari konten *youtube* tersebut mengenai vlog Gibran contohnya dalam video yang berjudul “Ngobrol Santai Gibran Dengan Handika”, informasi event Kota Solo yang diadakan Pemerintah Kota Solo contohnya pawai pembangunan, kejurnas shorinji kempo 2022, kejurnas open

MMA 2022 piala Wali Kota Solo, event nasional yang diadakan di Kota Solo contohnya IBL Indonesia CUP 2022, bahkan ada juga konten yang berisikan tentang kegiatan keluarga Gibran Rakabuming Raka contohnya video yang berjudul “Jan Ethes Anak Basket” yang merupakan video mengenai anak pertama dari Gibran. Rakabuming dan Selvi Ananda. Ciri khas dari video Gibran Rakabuming adalah mengenai informasi tentang *event* kota Solo yang diadakan Pemerintah

Kota Solo bahkan event nasional yang diadakan di Kota Solo dalam rangka mempromosikan Kota Solo dalam bentuk *even* kota. Gibran selain aktif di *youtube*, ia juga aktif dalam beberapa media sosial contohnya *tiktok* yang memiliki jumlah 127.4k followers dan 1.7 juta *like*, *twitter* yang memiliki jumlah 352k *followers* dibuat pada februari 2021 dan *instagram* yang memiliki jumlah 855k *followers*. *Channel youtube* Gibran Rakabuming lebih fokus pada bagaimana mempromosikan Kota Solo dalam bentuk *event* kota, maupun *event* nasional yang dilaksanakan di Solo.

Melihat dari beberapa sosial media yang digunakan Gibran Rakabuming, terlihat bahwa sosial media *youtube* yang dimiliki Gibran Rakabuming lebih efektif untuk diteliti karena selain Gibran Rakabuming sebagai Wali Kota Solo menggunakan akun *youtube* pribadi untuk membantu Pemerintah Kota Solo dikarenakan *youtube* dari pihak pemerintah kota yang kurang aktif, maka dari itu Gibran Rakabuming membantu untuk mengenalkan potensi yang ada di kota, lebih detail informasi yang membahas seputar mempromosikan Kota Solo. Sedangkan, alasan peneliti mengambil *youtube*

Gibran Rakabuming ini karena dari beberapa politikus Indonesia yang memasuki dunia *youtube*, Gibran Rakabuming termasuk politikus yang paling banyak menginformasikan tentang kota yang ia tinggali. Beberapa politikus lainnya yang memasuki dunia *youtube* tetapi tidak banyak menginformasikan mengenai potensi kota yang ia tinggali.

Ada beberapa pelaku politik yang menggunakan media baru (media sosial) sebagai sarana komunikasi politik yaitu pertama Ganjar Pranowo tokoh politik yang sudah menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah Periode 2013-2018 dan dipilih kembali untuk periode 2018-2023. Ganjar Pranowo aktif diberbagai sosial media. *Youtube* adalah salah satu media yang digunakan dalam melakukan *personal branding*. Ganjar Pranowo merupakan politisi di Indonesia yang mengoptimalkan peran media sosial dalam mengkampanyekan diri, membentuk citra maupun membangun komunikasi politik kepada masyarakat luas. Sampai dengan makalah ini ditulis, Ganjar Pranowo memiliki akun *youtube* yang mendapatkan 1,52 juta *subscriber*. Hal itu menunjukkan bahwa Ganjar memahami signifikansi dan memanfaatkan media sosial sebagai komunikasi politik dalam arus dan dinamika politik media baru.

*Channel youtube* Ganjar Pranowo, mulai terdaftar di *youtube* pada 20 maret 2018, memiliki total 1,52 juta *subscriber*, memiliki 1.4k video yang diunggah, dan mengunggah puluhan konten setiap bulannya. Konten di *youtube* tersebut dibagi menjadi beberapa *playlist* yaitu mengenai wisata, ruang gajar, kuliner ala Ganjar, Ganjar Pranowo vlog, dan terdapat *playlist* lain yang sudah tidak lagi kembali aktif pada 1-4 tahun yang lalu, diantaranya alam

Ganjar, tutorial hijab, film Indonesia anak negeri. Kisah inspirasi masa kecil Ganjar. Konten *youtube* Ganjar Pranowo fokus pada vlog kegiatan sosial kepada masyarakat yang membutuhkan.

Kedua ada Hj. Anne Ratna Mustika, S.E atau akrab disapa Ambu Anne yaitu bupati Purwakarta periode 2018-2023. Seorang bupati wanita pertama Kabupaten Purwakarta. Pada kontestasi pemilihan bupati dan wakil bupati Purwakarta, Anne Ratna Mustika berpasangan dengan H. Aming sebagai wakil bupati Purwakarta.

Anne Ratna Mustika memiliki *channel youtube* yang bernama Ambu Anne *Channel*, akun *youtube* yang memiliki 116 ribu subscriber, terdapat 159 video yang diunggah, dan akun ini dibuat pada 29 september 2021. Ambu Anne *Channel* mengunggah video 3-4 kali dalam seminggu, bahkan mengunggah video selama satu bulan sekali. Konten yang disajikan yaitu fokus mengenai vlog ikut serta dalam kegiatan bersama masyarakat, bagaimana ia bersikap ramah untuk memambangun citra politik kepada publik.

Penulis memilih penelitian ini dikarenakan Dikarenakan hal tersebut, *channel* Gibran Rakabuming masih belum memiliki kualitas manajemen produksi yang baik di dunia media dan serta banyaknya konten yang akan ditayangkan sehingga mengalami keterlambatan penayangan sehingga kurang tepat waktu dalam penguploadan. Kata kunci dari sebuah produksi atau program adalah ide atau pemikiran. Dengan demikian, setiap program selalu berangkat dari sebuah ide atau gagasan. Ide atau gagasan tersebut kemudian diimplementasikan melalui produksi. Kita tahu bahwa proses manajemen



produksi adalah serangkaian tindakan yang terarah dan teratur untuk memproduksi atau mengelola suatu produk atau program pada tahapan yang berbeda, melibatkan banyak orang dengan keahlian dan peralatan yang berbeda.

Penelitian terdahulu ditulis oleh Muhamad Jafar Sidiq dengan judul “Manajemen Produksi *Channel Youtube* Bram Dermawan Dalam Meningkatkan Jumlah Subscriber *Youtube* Pada Tahun 2018 (Studi Terhadap *Channel Youtube* Bram Dermawan Dalam Meningkatkan Jumlah Subscriber *Youtube* Pada Tahun 2018)” (2020). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan manajemen produksi *channel youtube* Bram Dermawan dalam pertumbuhan *subscriber youtube* tahun 2018. Temuan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan informasi tentang cara mengelola produksi *channel youtube* untuk menumbuhkan pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan model manajemen produksi video untuk *channel youtube* yang nantinya dapat diterapkan oleh youtuber lainnya (Sidiq, 2020). Persamaan penelitian ini dengan Muhamad Jafar Sidiq, metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis penelitiannya yaitu kualitatif deskriptif, pada penelitian yang dilakukan fokus kepada akun *channel youtube*. Perbedaannya penelitian Muhamad Jafar Sidiq fokus terhadap bagaimana meningkatkan jumlah *subscriber* sedangkan penelitian ini fokus terhadap bagaimana *youtube* sebagai media promosi untuk mengenalkan potensi suatu daerah.

Penelitian terdahulu yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon” oleh Jurista Karla Lontoh, Altje Lenny Tumbel, Raymond Kawet (2020). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis pemanfaatan media sosial untuk mengembangkan pemasaran objek wisata di Danau Linow dan menunjukkan bahwa Danau *Linow Resort and Restaurant* mempunyai media sosial (*Facebook, Instagram, Wikipedia/Google, Youtube*) yang digunakan sebagai alat pemasaran produk untuk meningkatkan penjualan (Lontoh et al., 2020). Persamaan penelitian ini dengan Jurista Karla Lontoh, Altje Lenny Tumbel, Raymond Kawet (2020) adalah bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi bagi pengembangan suatu tempat, jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Perbedaan penelitian Jurista Karla Lontoh, Altje Lenny Tumbel, Raymond Kawet (2020) adalah menggunakan beberapa jenis media sosial untuk mempromosikan suatu tempat, sedangkan penelitian ini hanya fokus pada satu media sosial berupa *youtube* untuk ajang mempromosikan.

Penelitian ini merujuk pada penelitian yang ditulis oleh Aditya Prabowo (2021) yang berjudul “Manajemen Produksi *Channel Youtube* Febri Fegan Dalam Meningkatkan Kualitas Konten Gaming Di Media *Youtube*” penelitian tersebut membahas bahwa Manajemen produksi *channel youtube* Febri Fegan khususnya pada tahap pembagian tugas, peneliti mempelajari bagaimana pembagian tugas dan koordinasi antar tim merupakan sistem

organisasi dalam kelompok dan mekanisme tim yang sangat berharga dan harus memiliki. Di sini meja kerja dibagi dengan baik dan tim sangat solid dan cakap. Membantu meminimalkan atau bahkan mengatasi risiko kesalahan pemahaman. Manajemen produksi *channel youtube* Febri Fegan menerapkan konsep strategi manajemen POAC yang dikemukakan oleh G. R. Terry bahwa di *youtube*, pembuat konten Febri Fegan bertanggung jawab untuk membuat dan mendefinisikan semua konten di saluran. Editor bertanggung jawab atas semua penyuntingan (editing) konten *youtube* Febri Fegan. Ketika pengganti bertanggung jawab untuk mengoordinasikan konten, tugas tim kreatif adalah mendukung atau membuat konten berhasil dengan cara yang mewujudkan tujuan atau ide pencipta.

Pada skripsi yang diangkat oleh Aditya Prabowo terdapat perbedaan yang sangat jelas sekali dengan penelitian ini. Perbedaannya adalah dalam penelitiannya membahas tentang bagaimana meningkatkan kualitas konten gaming di media *youtube*, sedangkan penelitian ini terkait *youtube* sebagai sarana mempromosikan Kota Solo. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Aditya Prabowo yaitu pada sama menggunakan manajemen penyiaran dan membahas POAC (*Planning, Organizing, Actuating, and Controlling*) sebagai analisisnya.

Pada penjelasan latar belakang dan beberapa penelitian terdahulu, terkait pentingnya manajemen produksi dalam pembuatan sebuah konten, supaya tidak ada masalah terkait kurangnya manajemen dalam sebuah tim, maka peneliti tertarik untuk meneliti manajemen produksi *channel youtube*

Gibran Rakabuming dalam mempromosikan Kota Solo, dengan mengacu pada teori POAC ( *Planning, Organizing, Actuating, and Controlling* ) terhadap Gibran Rakabuming dalam video yang terkait dengan informasi mempromosikan Kota Solo di *channel youtube* Gibran Rakabuming. Fokus penelitian terhadap manajemen produksi *channel youtube* Gibran Rakabuming pada tayangan *channel youtube* Gibran TV yang menginformasikan *event* Kota Solo.

Oleh karena itulah peneliti tertarik meneliti bagaimana manajemen produksi dari setiap konten yang di buat oleh tim Gibran Rakabuming. Menyadari betapa pentingnya manajemen produksi dalam konten *youtube*, maka penulis tertarik untuk memilih judul: **“Manajemen Produksi *Channel Youtube* Akun Gibran Rakabuming Dalam Mempromosikan Kota Solo”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari masalah diatas dapat disimpulkan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kurang aktifnya unggahan video di *youtube* Gibran Rakabuming.
2. *Youtube* Gibran Rakabuming tidak digunakan untuk kepentingan pribadi saja, namun digunakan sebagai media informasi dan *event* kegiatan Pemerintah Kota Solo.
3. Kurangnya inovasi dan kreatifitas dalam unggahan video di *youtube* Gibran Rakabuming,

## **C. Batasan masalah**

Untuk memfokuskan permasalahan yang diteliti, maka perlu dilakukan pembatasan masalah. Pembatasan masalah dalam penelitian ini mengenai

“Manajemen Produksi *Channel Youtube* Akun Gibran Rakabuming Dalam Mempromosikan Kota Solo.”

#### **D. Rumusan masalah**

Berdasarkan masalah yang telah dipaparkan, dapat ditarik rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “Bagaimanakah manajemen produksi *channel youtube* akun Gibran Rakabuming dalam mempromosikan Kota Solo?”

#### **E. Tujuan penelitian**

Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan manajemen produksi *channel youtube* akun Gibran Rakabuming dalam mempromosikan Kota Solo di media *youtube*.

#### **F. Manfaat penelitian**

##### 1. Secara Teoritis

Penelitian ini dimaksudkan sebagai bahan referensi dan perbandingan bagi sesama mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam di UIN Raden Mas Said Surakarta yang akan melakukan penelitian yang sama di masa yang akan datang. Serta menambah pengalaman dan wawasan peneliti mengenai proses dalam membuat konten *youtube*.

##### 2. Secara Praktis

Penelitian ini sebagai bahan informasi dan sebagai masukan bagi siapa saja yang tertarik pada bidang produksi konten *youtube* terutama di Gibran TV. Untuk penelitian selanjutnya, kami berharap hasil penelitian ini dapat menambah pemahaman dan melengkapi khasanah pustaka, serta dapat

dijadikan sebagai bahan referensi pada penelitian lain dan sebagai bahan referensi pada penelitian selanjutnya yang mengangkat topik yang sama.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Komunikasi**

###### a. Pengertian Komunikasi

Kata "berkomunikasi" berasal dari kata Latin "*communicare*", yang berarti "berpartisipasi atau memberitahukan". Komunikasi secara umum artikan sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator (pengirim pesan) kepada komunikan (penerima pesan), baik melalui media ataupun secara langsung. Setiap orang perlu berkomunikasi dengan orang lain. Hal tersebut tidak jauh dari manusia sebagai makhluk sosial yang sangat perlu berinteraksi dengan orang lain.

Fauzan (2007) mengemukakan bahwa “komunikasi adalah suatu tindakan oleh seseorang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (*noise*), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik. Tidak hanya menyampaikan pesan, tapi berkomunikasi juga perlu memperhatikan teknik berbicara yang baik. Komunikasi yang dikatakan sukses jikalau penerima pesan memberikan umpan balik yang sesuai dengan maksud penyampai pesan (Triningtyas, 2016).

Carl. I. Hovland mengatakan ilmu komunikasi merupakan suatu ilmu yang mempelajari suatu upaya yang sistematis dalam merumuskan

secara tegas mengenai asas penyampaian informasi dan pembentukan pendapat dan sikap. Dengan ini, melalui suatu proses berguna untuk mengubah perilaku orang lain. Seorang komunikator harus memahami segi kejiwaan dari penerima pesan atau komunikan terlebih dahulu.

b. Unsur-Unsur Komunikasi

Harnold. D. Laawell berpendapat bahwa dalam suatu proses komunikasi harus mencakup kelengkapan dari unsur- unsur komunikasi sehingga dapat lebih efektif diterima. Unsur- unsur tersebut yaitu :

- 1) Komunikator (*source/sener/communicator*), yaitu seorang individu atau kelompok yang secara langsung atau tidak langsung menyampaikan pesan kepada *audience* atau khalayak. Seorang komunikator adalah bagian dari sumber informasi atau pesan. Ada beberapa syarat sebagai komunikator agar pesan tersampaikan dengan baik.
- 2) Pesan (*massage*) atau hal yang disampaikan dalam bentuk informasi yang menjadi bahan pembicaraan antara komunikan dan komunikator.
- 3) Media (*chanel saluran*) yaitu sebuah alat atau sarana yang digunakan oleh sebagai penghubung antara komunikator dan komunikan dalam kaitannya dengan pesan.
- 4) Komunikan (*communicant*) adalah seorang individu atau sebuah kelompok yang menerima pesan dari komunikator.
- 5) Efek (*impact/effect*) yaitu Suatu akibat atau akibat yang mempengaruhi syarat diterima atau ditolaknya suatu pesan yang disampaikan dari



komunikator kepada komunikan (Caropeboka, 2017).

## 2. Komunikasi Visual

Komunikasi visual adalah jenis komunikasi yang terdiri dari dua kata yaitu komunikasi dan visual. Pengertian komunikasi telah dijelaskan pada poin sebelumnya. Sedangkan visual merupakan sesuatu yang dapat dilihat melalui indra penglihatan (mata), dan komunikasi visual adalah proses pertukaran pesan visual antara komunikator dengan menghasilkan umpan balik tertentu. Keith Kenney, professor komunikasi dari SJMC (*School of Journalism & Mass Communications*) dari Universitas Carolina Amerika Serikat menerangkan bahwa komunikasi visual adalah proses interaksi antar manusia yang menuangkan idenya melalui media visual. Timbal baliknya berupa pemahaman makna dari penerima pesan sesuai apa yang dimaksud oleh pengirim pesan. Sehingga dua hal yang harus diperhatikan dalam komunikasi visual, pertama dari sisi komunikator berhubungan bagaimana lambang, huruf, warna, foto, gambar, grafis, dan apapun yang sesuai dengan yang dimaksud komunikator (Andhita, 2021).

Sejarah komunikasi visual dimulai dari kemunculan teknik percetakan, perekaman gambar tidak bergerak (fotografi), perekaman gambar bergerak (film), hingga kemunculan olah desain visual melalui perangkat teknologi komputer (Andhita, 2021). Dari sejarahnya, kini media komunikasi memiliki berbagai jenis yaitu:

- a. Media cetak, yaitu media yang berbentuk tulisan, seperti surat, brosur, kalender, spanduk, majalah, tabloid, dan sebagainya.

- b. Media audio visual, merupakan saluran komunikasi yang memuat suara dan gambar, seperti video, film, game dan sebagainya.
- c. Media luar ruangan, adalah media komunikasi yang penggunaannya ada di luar ruang. Media jenis ini biasanya digunakan untuk promosi produk. Contohnya, *billboard*, *neon box*, dan sebagainya.
- d. Media *display* adalah media yang digunakan untuk memajang objek visual tertentu seperti poster, desain gantun dan sebagainya.
- e. Barang kenangan, yaitu suatu benda yang digunakan untuk mengingat pemberi atau penerimanya. Contohnya, kaos, topi, payung dan berbagai jenis *souvenir* lainnya.
- f. *New media*, yaitu sebuah saluran komunikasi yang bersifat integratif, menggabungkan berbagai jenis media. Contohnya, media sosial, situs *web*, dan lain sebagainya (Andhita, 2021).

### **3. Manajemen Produksi**

#### **a. Pengertian Manajemen**

Menurut George R Terry, Manajemen merupakan pengelolaan yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, dan pelaksanaan untuk menggapai sebuah tujuan yang di jalankan oleh manusia dalam proses penentuan kebijakan yang telah di tetapkan dan disepakati bersama. Manajemen adalah proses pengorganisasian membimbing dan mengendalikan usaha yang dibuat oleh anggota organisasi dan memakai sumber daya organisasi lain demi terwujudnya suatu tujuan. Manajemen bisa juga disebut sebagai seni menuntaskan

pekerjaan melalui orang lain. Adapun pada pelaksanaannya George R Terry yang menjelaskan hal ini pada sebuah teori POAC yang dimaksudkan kedalam fungsi-fungsi manajemen.

b. Manajemen produksi

Manajemen produksi adalah suatu kegiatan atau proses untuk melaksanakan suatu produk sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Proses manajemen ini tentang POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*), perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian. Produksi atau produksi adalah istilah untuk tindakan menciptakan suatu peristiwa dan terbagi dalam tiga kategori, pra-produksi atau persiapan, pasca-produksi atau pasca-produksi. Manajemen produksi adalah pengambilan keputusan yang berkaitan dengan manajemen yang mengubah input menjadi output yang diinginkan. Dalam konteks kegiatan produksi media, perlu dipahami bagaimana proses produksi dalam program produksi konten sehingga pembagian kerja menjadi adil (Prabowo, 2021).

Dalam penelitian ini, George R. Terry adalah orang pertama yang memperkenalkan teori manajemen produksi POAC (*Planning Organizing, Actuating, Controlling*). Channel youtube, akun Gibran Rakabuming menerapkan manajemen produksi saluran youtube untuk meningkatkan kualitas konten sekaligus mempromosikan kota Solo di media youtube. Adapun bentuk manajemen produksi POAC yang dilakukan oleh kanal youtube Gibran Rakabuming adalah sebagai

berikut :

1) *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan yaitu langkah-langkah sistematis serta teratur untuk menggapai tujuan organisasi atau memecahkan masalah. Perencanaan juga dapat diartikan sebagai upaya untuk menggunakan sumber daya yang ada, dengan mempertimbangkan segala kendala, untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Perencanaan itu sendiri merupakan langkah awal dari proses manajemen, karena dengan merencanakan kegiatan organisasi masa depan, organisasi berfokus dengan tujuan. Ruang lingkup perancangan ini terdiri dari ide cerita, komunikator perencanaan, casting dan audio, *animatic storyboard*, tujuan, perencanaan, kompetitor, serta anggaran.

2) *Organizing* (Pengorganisasian)

Organisasi adalah pembagian tugas kepada awak kapal yang terlibat dalam kegiatan organisasi sesuai dengan kemampuan personel yang tersedia bagi mereka. Dengan demikian, kegiatan ini dapat dikatakan sebagai keseluruhan proses pemilihan orang dan pengalokasian infrastruktur untuk mendukung tugas orang-orang tersebut dalam organisasi dan mengatur mekanisme kerja untuk menjamin tercapainya program dan tujuan organisasi. Menurut George R. Terry, fungsi pengorganisasian adalah menyelaraskan kelompok orang yang berbeda, menyatukan bidang minat yang berbeda, dan mengarahkan setiap bakat ke arah tertentu. Ruang

lingkup organisasi meliputi pembagian kerja dan koordinasi tim selama proses produksi .

3) *Actuating* (Pelaksanaan)

Tahap *actuating* menjadi tahap perencanaan dan pengorganisasian untuk menghasilkan manajemen yang baik. Oleh karena itu, seluruh sumber daya manusia (SDM) yang ada harus dioptimalkan untuk mewujudkan visi, misi dan program kerja organisasi. Pelaksanaan kerja harus dilakukan sesuai dengan rencana kerja yang telah dibuat. Adapun ruang lingkupnya adalah proses produksi, bumper dan opening tune, kebutuhan produksi, pemilihan media *youtube* serta menganalisa hambatan produksi.

4) *Controlling*(Pengawasan)

*Controlling* yaitu tahap pasca produksi yang tidak hanya sekedar mengendalikan pelaksanaan program atau aktivitas tetapi juga mengawasi sehingga bila perlu dapat mengadakan koreksi. Dengan demikian apa yang dilakukan *crew* dapat diarahkan kejalan yang tepat dengan maksud tercapainya tujuan yang telah direncanakan. Inti dari *controlling* adalah proses memastikan pelaksanaan agar sesuai dengan rencana.

Adapun ruang lingkupnya meliputi evaluasi dan *editing* proses. Membuat video melibatkan lebih dari sekadar memotret dengan kamera dan langsung menyiapkan video, ada beberapa langkah yang perlu diikuti, tetapi ada tiga hal yang perlu dipertimbangkan saat membuat

video yaitu yang diperlukan. Pra produksi, produksi, pasca produksi.

#### 1) Pra Produksi

Mempersiapkan apa saja yang diperlukan mulai berdasarkan ide cerita, konsep produksi. Proses pra produksi masih sebatas merancang produksi program acara. Merencanakan jadwal produksi program, merencanakan biaya produksi, dan merekrut tim produksi. Proses pra produksi meliputi beberapa tahap seperti memutuskan ide dan gagasan, sinopsis, treatment, skenario, pembentukan tim kerja, persiapan biaya produksi, persiapan keperluan administrasi yang meliputi struktur organisasi produksi, persuratan produksi, survei lapangan lokasi, casting pemain, pembacaan dan latihan pemain, membuat *director's treatment* dan *shot list*, membuat *breakdown shot*, membuat *floorplan*, membuat *rundown shooting schedule*, serta membuat desain produksi.

#### 2) Produksi

Pada bagian ini, eksekusi program mengikuti program pada jadwal yang tetap. Proses pembuatannya meliputi pemilihan lokasi, latihan, shooting serta mengirim hasil shooting ke bagian editing library. Ada beberapa proses. Khususnya, lagu pembuka (grafik atau kompleksitas grafis dari pemain, pemeran, sutradara, penulis skenario hingga nama produser eksekutif), bumper (melodi peristiwa dramatis atau non-dramatis yang ditempatkan sebelum atau sesudah iklan) batas atau nama program).

### 3) Pasca Produksi

Pada tahapan ini, dilakukannya penyuntingan dan pelacakan kemajuan produksi. Proses pasca produksi meliputi pengambilan bahan dari *library*, mempelajari skenario, editing kasar dan halus, perakitan narasi, *dubbing* narasi, tambahkan ilustrasi musik, tambahkan efek suara (*sound effect*), penambahan judul (*credit title*), *mixing*, *picture lock*, final edit dan distribusi gambar.

Setiap proyek dari berbagai bentuk tim yang dibuat akan menentukan bagaimana urutan proses manajemen produksi yang akan dilakukan, sehingga isi atau kegiatan dari urutan diatas dapat berbeda-beda dari setiaptim. Langkah-langkah membuat video yang harus dilakukan, bukan hanya merekam dengan kamera kemudian videonya langsung jadi. Ada 3 hal saat membuat video Hal-hal yang perlu diperhatikan adalah pra produksi, produksi dan pasca produksi. Pra-produksi adalah apa yang dipersiapkandiperlukan berdasarkan ide cerita, konsep produksi, rencana kasar, rencana anggaran, sinopsis, catatan sutradara, gambar kamera, lokasi dan lokasi pergerakannya, skrip cerita, sketsa, ide cerita *visual*, *storyboard*, *audio*, dan pemain. Selama proses produksi, beberapa proses, yaitu *opening tune*, *bumper*. Proses selanjutnya yang dilakukan pada tahap pasca produksi, yaitu menyusun, mengedit, mengarahkan, dan menentukan *compositioning codec* (Prabowo, 2021).

#### 4. *New Media*

##### a. Pengertian *New Media*

Era teknologi yang semakin canggih, menyebabkan munculnya istilah *new media* atau media baru. Karena media baru sendiri didefinisikan sebagai media yang tampil lebih canggih dari media lama, beberapa ahli berpendapat bahwa istilah media baru digunakan untuk membedakannya dari media lama dan media tradisional yang pertama kali muncul. Kertas hitam putih, kini tidak hanya di atas kertas, tetapi juga didigitalkan, yang disebut kertas elektronik.

Media baru atau *online* didefinisikan sebagai produk komunikasi melalui teknologi yang hidup berdampingan dengan komputer digital. Pengertian lain dari media *online* adalah media yang merupakan gabungan dari berbagai unsur. Dengan kata lain, ada konvergensi media dimana beberapa media digabung menjadi satu. Media baru adalah media online, media online berbasis teknologi, fleksibel, berpotensi interaktif, dan mampu beroperasi baik secara privat maupun publik. Denis McQuail mendefinisikan *new media* atau media baru sebagai perangkat elektroteknik yang berbeda dengan kegunaan yang berbeda. Media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknis seperti sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pengambilan data, sistem tampilan (menggunakan kombinasi teks dan grafik yang fleksibel), dan sistem kontrol.

Perbedaan media baru dan media lama, yaitu teknologi baru



menentang keterbatasan model cetak dan siaran, memungkinkan percakapan antar banyak pihak, memungkinkan penerimaan simultan, modifikasi dan redistribusi aset budaya, dan mengganggu tindakan berkomunikasi dari posisi pentingnya dalam hubungan lokal dan modernitas, menyediakan kontak *global* secara instan, dan memasukkan informan modern/akhir modern ke dalam mesin aparat yang berjaringan. Membandingkan media baru dengan media cetak, fotografi, dan televisi tidak akan memberi tahu keseluruhan cerita, karena dari satu sudut pandang media baru benar-benar merupakan jenis media yang berbeda, tetapi dari sudut pandang lain itu hanyalah jenis tertentu dari data komputer (Hajar, 2018).

Teori media baru adalah teori yang didukung oleh Pierre Levy, yang menurutnya media baru adalah teori yang berkaitan dengan perkembangan media. Ada dua perspektif dalam teori media baru, perspektif interaksi sosial, yang memisahkan media dari kedekatannya dengan interaksi personal. Pierre Levy melihat World Wide Web (www) sebagai lingkungan informasi terbuka. Ini fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan orang mengembangkan orientasi pengetahuan baru. Pandangan lain adalah integrasi sosial, bukan dalam pengetahuan, interaksi atau mediasi, tetapi dalam ritual atau bagaimana orang menggunakan media untuk menciptakan masyarakat (Prabowo, 2021).

b. Fungsi Media Baru

1) Arus informasi yang dapat diakses dengan mudah dan cepat dimana

saja, kapan saja, dan dimaksudkan untuk memudahkan orang menemukan apa yang mereka cari atau butuhkan, yang biasanya harus melihat langsung ke sumbernya.

- 2) Sebagai media transaksi jual beli. Pesan produk dengan mudah atau hubungi layanan pelanggan (*customer service*) melalui fasilitas internet.
- 3) Sebagai media hiburan. Misalnya: *game online*, jejaring sosial, *streaming* video, dan sebagainya.
- 4) Sebagai sarana pengajaran dengan *e-book* yang sederhana dan praktis. Bagi siswa penyampaian materi pembelajaran menjadi satu kesatuan, proses pembelajaran menjadi lebih jelas dan menarik, lebih interaktif, hemat waktu dan tenaga, proses pembelajaran dapat dilakukan dimana saja, dan peranguru menjadi lebih penting dari arah positif dan produktif.
- 5) Sebagai alat komunikasi yang efisien. Anda dapat berkomunikasi dengan siapa pun tanpa memandang jarak atau waktu, dan *video conference* juga dimungkinkan.

## **5. Media Sosial**

### **a. Pengertian Media sosial**

Media sosial adalah media online yang memungkinkan penggunanya dengan mudah menggunakan, berbagi, dan membuat konten seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah bentuk media sosial yang paling umum digunakan

oleh orang-orang di seluruh dunia. Kami menggunakan teknologi berbasis *web* untuk mendukung interaksi interaktif. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "satu set aplikasi berbasis Internet yang dibangun di atas dasar ideologis dan teknologi *Web 2.0* dan memungkinkan penciptaan dan berbagi konten yang dibuat pengguna." Jejaring sosial adalah situs *web* yang memungkinkan siapa saja membuat halaman *web* pribadi, terhubung dengan teman, berbagi informasi, dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar adalah *facebook*, *myspace* dan *twitter*. Di mana media tradisional menggunakan media cetak dan siaran, media sosial menggunakan *Internet*. Media sosial mengundang semua orang yang tertarik untuk berpartisipasi. Ini dapat dilakukan dengan cepat dan dalam jumlah waktu yang tidak terbatas dengan berkontribusi, secara terbuka memberikan umpan balik, berkomentar, dan berbagi informasi (Cahyono, 2016).

#### b. Jenis-Jenis Media Sosial

Dalam buku yang berjudul *Media Sosial* (Nasrullah, 2015:39) ada enam kategori besar media sosial.

##### 1) *Social Networking*

*Social Networking* adalah sarana yang dapat digunakan yang dapat digunakan untuk berinteraksi, termasuk efek yang dihasilkan dari interaksi tersebut di dunia maya. Ciri utama situs jejaring sosial adalah pengguna membentuk jaringan pertemanan baru. Seringkali, pembentukan jaringan pertemanan baru ini didasarkan pada minat yang

sama, seperti hobi bersama. Contoh jejaring sosial adalah *facebook* dan *instagram*.

## 2) *Blog*

*Blog* merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah, berkomentar, dan berbagi aktivitas sehari-hari mereka *dengan* pengguna lain, seperti berbagi tautan *web*, informasi, dan sebagainya.

## 3) *Microblogging*

*Microblogging* adalah jenis media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk menulis dan mengunggah aktivitas dan opini *mereka*. Secara historis, jenis kehadiran media sosial ini menunjukkan munculnya *twitter*, yang hanya menawarkan ruang khusus hingga 140 karakter.

## 4) *Media Sharing*

Media sosial ini memungkinkan pengguna untuk berbagi dan menyimpan media seperti dokumen, video, *audio* dan gambar secara *online*. Contoh media sosial tersebut adalah *youtube*, *flickr*, *photo-bucket*, atau *snafish*.

## 5) *Social Bookmarking*

*Social Bookmarking* adalah media sosial yang digunakan untuk mengatur, *menyimpan*, mengelola, dan menemukan informasi dan berita secara *online*. Situs social bookmarking yang populer adalah

*delicious.com, stumbleupon.com, digg.com, reddit.com,* dan di Indonesia sendiri *lintasme*.

#### 6) *Wiki*

*Wiki* atau media konten bersama adalah situs *web* yang kontennya merupakan hasil kolaborasi pengguna. Pengguna *web* dapat mengubah atau mengedit konten yang dipublikasikan (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

### 6. *Youtube*

#### a. Pengertian

*Youtube* merupakan portal video yang sering dikunjungi oleh pengguna internet dan juga memiliki kemampuan berbagi video sehingga siapa saja yang ingin menonton video dapat menontonnya. Ini berisi berbagai jenis video seperti tutorial, video musik, berita, dll. Pemirsa tidak perlu mendaftarkan akun untuk melihat postingan video yang tersedia di situs *web* yang sangat sering dikunjungi masyarakat umum saat ini.

Dengan perkembangannya, peran *youtube* telah berkembang menjadi saluran distribusi untuk berbagai kelompok, mulai dari pembuatan konten hingga periklanan, sebagai sarana untuk berbagi, menginformasikan, dan menginspirasi pengguna internet di berbagai belahan dunia. Berikut ini adalah jenis-jenis video yang ada pada situs *youtube* :

#### 1) *Daily Vlogging*

*Daily Vlogging* tentang kehidupan sehari-hari, sebagian besar oleh

pembuat video jenis ini *artis* dan selebritas pertama yang sering menjadi terkenal, meskipun tidak jarang, memulai karir mereka murni sebagai youtuber daripada selebritas.

## 2) Tutorial

Informasi video tentang penggunaan alat, memasak, permainan, komedi *stand-up*, dan otomotif. Para pembuat konten ini memberikan tutorial kepada pengguna *youtube* dan dapat dipercaya terlebih dahulu sebelum menonton, sehingga videonya menarik dan akan ditonton banyak orang, tetapi sulit untuk membayangkan bahwa itu adalah video yang tidak dapat dipercaya tetapi menarik. Lihat juga banyak pengguna *youtube*.

## 3) Komedi

Video yang menampilkan humor mirip parodi youtuber Indonesia yang menampilkan video komedi adalah Edho Zell dan Tim2one ChandraLiow. Untuk video *comedy* ini perlu membuat sketsa terlebih dahulu agar ceritanya lebih menarik dan tidak garing (tidak lucu).

## 4) *Game*

*Game* bukanlah sebuah cuplikan namun, seseorang sedang memainkannya. Seorang youtuber bisa mendapatkan banyak penonton hanya dengan mengunggah video dengan konten *game*.

## 5) *Challenge*

Video ini menampilkan tantangan yang dibuat oleh youtuber sendiri, mulai dari mencoba yang aneh hingga masuk akal. Video ini juga

menarik bagi pengguna *youtube* lainnya. Dari makan makanan super pedas hingga menampilkan *dance* yang sedang viral, youtuber sendiri mengambil tantangan aneh yang tidak semua orang mampu.

6) Prank

Video yang berisikan konten kejahatan yang dilakukan youtuber dengan seseorang atau kelompok yang ditujukan hanya untuk guyonan atau lucu-lucuan. Prank juga biasa diartikan sebagai lelucon praktis yang dapat menghibur orang yang menontonnya.

7) *Teen Life*

Video tentang kehidupan anak muda meliputi persahabatan, cinta, dan sebagainya. Bahkan dalam hidup menjelang dewasa yaitu memasuki dunia masyarakat, bekerja, dikejar *deadline* dan sebagainya.

8) *Review*

Video ini berisi beberapa ulasan suatu barang. Ulasan biasanya untuk peralatan elektronik. Orang yang ingin menggunakan atau membeli sesuatu biasanya terlebih dahulu mencari informasi tentang produk yang ingin dibelinya. Ketahui kualitas, harga, dan fitur produk.

9) Parodi

Konten video yang dapat dijadikan lelucon dengan meniru sesuatu yang dianggap lucu, seperti adegan dari film, animasi, drama, atau kata-kata dan tindakan seorang politisi. Video dengan konten seperti itu banyak dicari karena pemirsa memiliki keinginan untuk melihat sesuatu dari sisi lain.

## b. Fungsi *youtube*

*Youtube* berfungsi sebagai *platform* untuk mencari informasi melalui video yang dilihat secara langsung. *Youtube* kini menjadi salah satu situs berbagi video *online* paling populer di berbagai belahan dunia, terutama di kalangan generasi muda. Pengguna *youtube* lebih dari sekadar pengguna, mereka juga dapat secara aktif menghasilkan uang dan berbagi konten. Kemudahan akses tersebut menjadikan *youtube* sebagai salah satu media digital yang dapat dijadikan sebagai landasan pendidikan, bahkan *youtube* telah memanfaatkan sepenuhnya keunggulannya di lingkungan belajar di luar negeri. *Youtube* telah menjadi media interaktif yang menghubungkan guru dan siswa (Surandika, 2020). Media *youtube* memiliki beberapa manfaat meliputi:

- 1) Informasi, *youtube* dapat digunakan untuk berita hiburan, budaya, pendidikan, dll.
- 2) Praktis, nyaman dan mudah digunakan untuk segala usia dari anak-anak hingga orang dewasa. Oleh karena itu *youtube* dilengkapi dengan menu pencarian video lebih mudah ditemukan.
- 3) Potensial, artinya situs yang paling terkenal di internet dikarenakan *youtube* dapat digunakan untuk menonton video dan mengupload video yang dibuat oleh penggunanya.
- 4) *Shareable*, *Youtube* memiliki fitur HTML jadi bisa dibagikan ke sosmed yang lain.
- 5) *Education*, *youtube* menyediakan berbagai macam



videoyang bermanfaat, contohnya video pendidikan yang dapat digunakan untuk media pembelajaran.

c. Kekurangan *youtube*

Kelemahan media *youtube* selain manfaat, *youtube* media memiliki manfaat sebagai berikut:

- 1) *Youtube* membutuhkan koneksi jaringan yang bagus jika koneksi jaringan tidak lancar anda akan mengalami kendala saat menonton video.
- 2) Waktu tampilan video tidak sama pelajaran dikelas ada video pendek dan durasi ini panjang.
- 3) Banyak berita *hoax*, kepada pihak tidak bertanggung jawab.
- 4) Video tidak semuanya memiliki kualitas yang baik, kualitas dan konten video tergantung oleh youtuber atau kreatornya.
- 5) *Youtube* terlalu bebas sehingga banyak konten yang berbau pornografi, sehingga tidak cocok untuk anak- anak (Ulya, 2021).

## B. Kajian Pustaka

Tinjauan pustaka dalam hal ini merupakan dasar untuk menentukan status penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Ada beberapa referensi yang digunakan sebagai referensi dari hasil penelitian tentang topik penelitian :

1. Penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini yaitu pada penelitian dari Aditya Prabowo (2021) yang berjudul “**Manajemen Produksi**

***Channel Youtube Febri Fegan Dalam Meningkatkan Kualitas Konten Gaming Di Media Youtube***” yaitu menunjukkan bahwa Manajemen produksi *channel youtube* Febri Fegan khususnya pada tahap pembagian tugas, peneliti mempelajari bagaimana pembagian tugas dan koordinasi antar tim merupakan sistem organisasi dalam kelompok dan mekanisme tim yang sangat berharga dan harus dimiliki. Di sini meja kerja dibagi dengan baik dan tim sangat solid dan cakap. Membantu meminimalkan atau bahkan mengatasi risiko kesalahan pemahaman. Manajemen produksi *channel youtube* Febri Fegan menerapkan konsep strategi manajemen POAC yang dikemukakan oleh G. R. Terry bahwa di *youtube*, pekerjaan pembuat konten Febri Fegan adalah membuat dan menentukan ide untuk setiap konten di saluran. Tugas umum editor adalah menyunting (edit) konten *youtube* Febri Fegan. Ketika pengganti bertanggung jawab untuk mengoordinasikan konten, tugas tim kreatif adalah mendukung atau membuat konten berhasil dengan cara yang mewujudkan tujuan atau ide penulis. Pada skripsi yang diangkat oleh Aditya Prabowo terdapat perbedaan yang sangat jelas sekali dengan penelitian ini. Perbedaannya adalah dalam penelitiannya membahas tentang bagaimana meningkatkan kualitas konten gaming di media *youtube*, sedangkan penelitian ini terkait *youtube* sebagai sarana mempromosikan Kota Solo. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Aditya Prabowo yaitu pada sama menggunakan manajemen penyiaran dan membahas POAC (*Planning, Organizing, Actuating, and Controlling*) sebagai analisisnya.

2. Penelitian yang berjudul **“Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi**

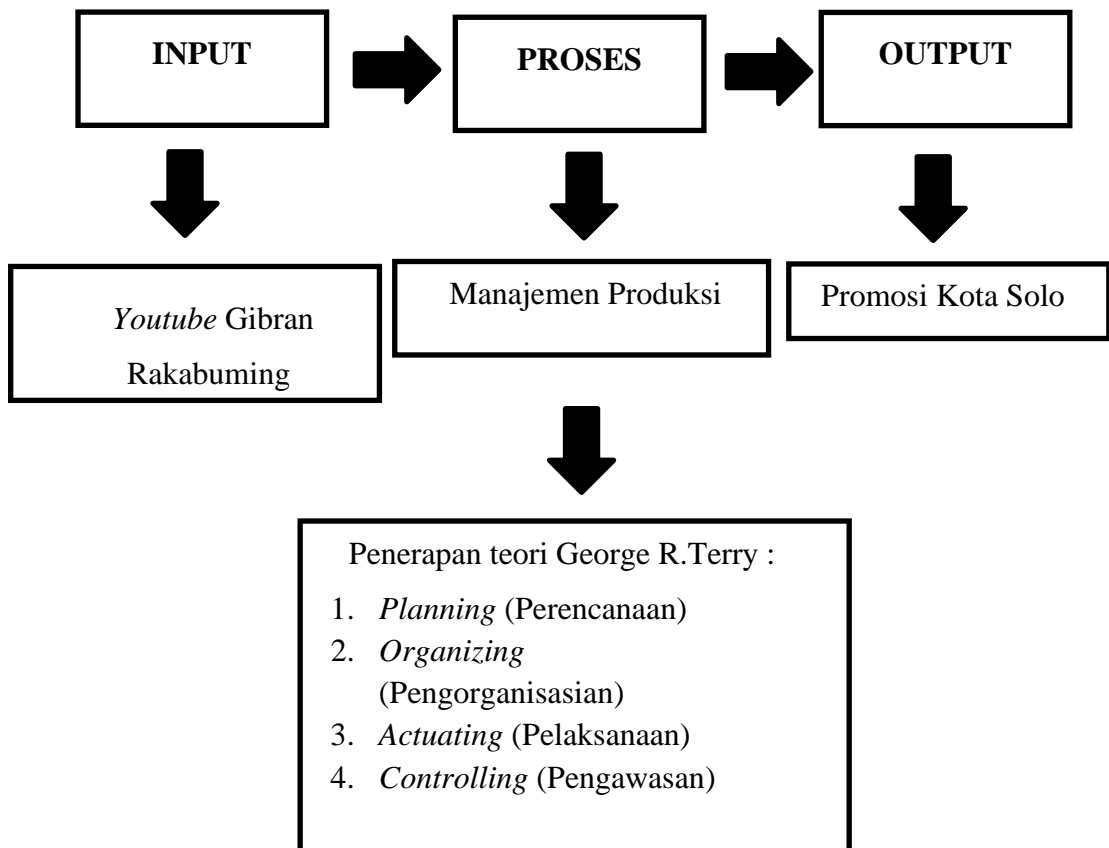
**Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon”** oleh Jurista Karla Lontoh, Altje Lenny Tumbel, Raymond Kawet (2020). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis pemanfaatan media sosial untuk mengembangkan pemasaran objek wisata di Danau Linow dan menunjukkan bahwa Danau Linow *Resort and Restaurant* mempunyai media sosial (*Facebook, Instagram, Wikipedia/Google, Youtube*) yang digunakan sebagai alat pemasaran produk untuk meningkatkan penjualan. Persamaan penelitian ini dengan Jurista Karla Lontoh, Altje Lenny Tumbel, Raymond Kawet (2020) adalah bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi bagi pengembangan suatu tempat, jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Perbedaan penelitian Jurista Karla Lontoh, Altje Lenny Tumbel, Raymond Kawet (2020) adalah menggunakan beberapa jenis media sosial untuk mempromosikan suatu tempat, sedangkan penelitian ini hanya fokus pada satu media sosial berupa *youtube* untuk ajang mempromosikan.

3. Skripsi ditulis oleh Muhamad Jafar Sidiq dengan judul **“Manajemen Produksi Channel Youtube Bram Dermawan Dalam Meningkatkan Jumlah Subscriber Youtube Pada Tahun 2018** (Studi Terhadap *Channel Youtube* Bram Dermawan Dalam Meningkatkan Jumlah Subscriber *Youtube* Pada Tahun 2018)” (2020). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan manajemen produksi *channel youtube* Bram Dermawan dalam

pertumbuhan *subscriber youtube* tahun 2018. Temuan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan informasi tentang cara mengelola produksi *channel youtube* untuk menumbuhkan pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan model manajemen produksi video untuk *channel youtube* yang nantinya dapat diterapkan oleh youtuber lainnya. Persamaan penelitian ini dengan Muhamad Jafar Sidiq, metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis penelitiannya yaitu kualitatif deskriptif, pada penelitian yang dilakukan fokus kepada akun *channel youtube*. Perbedaannya penelitian Muhamad Jafar Sidiq fokus terhadap bagaimana meningkatkan jumlah *subscriber* sedangkan penelitian ini fokus terhadap bagaimana *youtube* sebagai media promosi untuk mengenalkan potensi suatu daerah.

### **C. Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir adalah kajian teoritis tentang pentingnya antar variabel dalam dalam menjawab atau memecahkan masalah penelitian. Kerangka pemikiran dibuat berdasarkan hasil penelitian teoritis dan studi terkait untuk memecahkan pertanyaan penelitian sesuai dengan fokus penelitian. Pembuatan kerangka kerja ini menggambarkan proses berpikir peneliti untuk melakukan penelitian tentang “Manajemen Produksi *Channel Youtube* Gibran Rakabuming.” Kerangka konseptual penelitian ini secara sistematis dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.  
Kerangka Berpikir

Dari kerangka berpikir diatas sudah jelas bahwa peneliti akan melakukan pengamatan tentang proses manajemen produksi *youtube* Gibran Rakabuming dan data-data diperoleh dari berbagai sumber. Dalam penelitian ini yang akan dibahas adalah manajemen produksi dari teori POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) oleh George R. Terry yang menjadi kunci untuk tercapainya manajemen produksi *channel youtube* akun Gibran Rakabuming. Maka dari itu, kerangka pemikiran yang digunakan berupaya menggambarkan bagaimana proses manajemen produksi *channel youtube* akun Gibran Rakabuming dalam mempromosikan Kota Solo.

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam Penelitian ini peneliti mengambil lokasi di Loji Gandrung, rumah dinas Wali Kota Solo, Gibran Rakabuming Raka yang beralamat di Jalan Slamet Riyadi, Penumping, Kecamatan Laweyan, Kota Surakarta, Provinsi Jawa Tengah.

Tabel 1.  
Waktu Penelitian

Uraian Kegiatan	Tahun 2022				Tahun 2023		
	September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari	Maret
Pengajuan Judul	■						
Penyusunan Proposal		■					
Pra Penelitian		■					
Seminar Proposal			■				
Revisi			■				
Penelitian				■	■		
Penyusunan Skripsi						■	
Analisa Data						■	
Sidang Munaqosah							■

##### B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hal ini dianggap tepat karena data kualitatif dapat digunakan untuk memantau dan

memahami jalannya peristiwa dari waktu ke waktu. Data kualitatif lebih cenderung menghasilkan hasil yang tidak terduga. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif. Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan fakta atau karakteristik populasi atau subjek tertentu secara sistematis, objektif, dan tepat. Penelitian ini hanya menggambarkan satu situasi atau peristiwa (Rakhmat, 2004). Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yaitu laporan penelitian akan berisi data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Jenis penelitian kualitatif deskriptif yang digunakan oleh peneliti bertujuan untuk menjelaskan informasi mengenai konten yang mengandung unsur mempromosikan Kota Solo yang ada di *channel youtube* Gibran TV tentang manajemen *channel youtube* akun Gibran Rakabuming dalam mempromosikan Kota Solo.

### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

Adapun subjek penelitian yang diteliti adalah:

#### **1. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian yaitu sesuatu yang diteliti baik orang, benda atau organisasi. Subjek penelitian pada dasarnya yaitu yang akan dikenai simpulan hasil penelitian. Didalam subjek penelitian inilah terdapat objek penelitian (Surokim et al., 2016). Subjek dari penelitian ini yaitu tentang *channel youtube* akun Gibran Rakabuming.

#### **2. Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah permasalahan yang diteliti. Objek penelitian yaitu sifat keadaan dari suatu benda, orang, atau yang menjadi pusat

perhatian dan sasaran penelitian, sifat keadaan tersebut dimaksud dapat berupa sifat, kuantitas, dan kualitas yang bisa perilaku, kegiatan, pendapat pandangan penilaian, sikap pro-kontra, simpati-antipati (Surokim et al., 2016). Objek penelitian ini yaitu tentang manajemen produksi *channel youtube* akun Gibran Rakabuming untuk mempromosikan Kota Solo.

#### **D. Sumber Penelitian**

##### **1. Data Primer**

Sumber data primer adalah data yang masuk atau terkumpul. Sumber asli atau sumber selain media, sumber data primer berupa opini yang diperoleh dari subjek atau individu secara individu atau kelompok (Prabowo, 2021). Maka sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan dari hasil wawancara dan observasi partisipan atau secara langsung dengan *crew* dari pihak *channel youtube* akun Gibran Rakabuming.

##### **2. Data Sekunder**

Data Sekunder yaitu data yang didapatkan melalui publikasi dan informasi yang telah tersedia dikeluarkan organisasi atau perusahaan (Prabowo, 2021). Data sekunder dalam penelitian ini adalah konten *channel youtube* akun Gibran Rakabuming.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti yaitu, meliputi:

##### **1. Wawancara**

Wawancara, disebut juga angket lisan, adalah suatu dialog yang



dilakukan oleh pewawancara (interviewer) untuk memperoleh informasi dari pihak yang diwawancarai (interviewee). Peneliti menggunakan wawancara untuk menilai kondisi seseorang. Wawancara (interview) yaitu pengumpulan data dengan bertanya langsung antara (petugas) peneliti dengan responden. Wawancara yaitu alat yang baik untuk meneliti: pendapat, keyakinan, motivasi, perasaan, proyeksi seseorang terhadap masa depan.

Menurut Esterberg dalam bukunya (Sugiyono, 2020), wawancara diartikan sebagai: “Pertemuan antara dua orang yang bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, yang mengarah ke komunikasi dan konstruksi makna bersama pada subjek tertentu.” Pertemuan dua orang yang bertukar informasi dan ide. Wawancara adalah salah satu bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Karena komunikasi berbentuk sesi tanya jawab tatap muka, gerakan dan ekspresi wajah responden menjadi bola media yang melengkapi bahasa. Oleh karena itu, wawancara tidak hanya dapat menangkap pemahaman dan gagasan, tetapi juga perasaan, pengalaman, emosi, dan motivasi responden yang bersangkutan.

Wawancara yaitu Teknik pengumpulan data dilakukan melalui interaksi dan komunikasi untuk mengungkapkan sikap, perilaku, pengalaman, aspirasi dan harapan responden. Peneliti secara tatap muka mengajukan pertanyaan langsung kepada setiap informan sesuai dengan petunjuk wawancara yang telah disiapkan yaitu Farid Muttaqin sebagai *digital content manager*, Is Ariyanto, Putra Pratama sebagai videografer, Andry Sarwoto sebagai *editor*.

## 2. Observasi

Observasi adalah sebuah metode mengumpulkan informasi tentang objek atau peristiwa terlihat atau dapat dirasakan oleh panca indera. Dalam bagian informasi yang diperoleh melalui observasi adalah lebih akurat dan dapat diandalkan daripada informasi diperoleh melalui wawancara. Dalam wawancara kecenderungan informan untuk memberikan jawaban normatif. Sementara itu, pengamatan sang observer (pengamat) dapat langsung mengetahui keberadaan suatu objek peristiwa yang dia amati. Dengan kata lain, data yang diperoleh adalah wawancara sambil mendengarkan “apa yang dikatakan orang”, sedangkan data yang diperoleh melalui pengamatan adalah “apa yang dilakukan orang” (Pujaastawa, 2016).

Dalam penelitian ini, penulis melakukan observasi partisipan yang dilakukan dimana peneliti mengamati langsung perilaku dari jarak dekat dengan adanya interaksi dengan subjek yang sedang diteliti, mencatat dan mengamati hal yang berkaitan dengan manajemen produksi *channel youtube* akun Gibran Rakabuming. Pada tahap observasi ini, peneliti akan terjun langsung ke lokasi Gibran TV untuk mengikuti, mengamati dan memperoleh data pada strategi manajemen produksi *channel youtube* akun Gibran Rakabuming yang dimulai dari tahap pra produksi hingga pasca produksi.

## 3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen dapat berupa tulisan manusia, foto, atau karya monumental. Dokumen tertulis seperti buku harian, kisah hidup, sejarah, biografi, dan peraturan politik.

Dokumen dalam format gambar, seperti foto, gambar langsung, dan sketsa. Dokumen berupa karya seni, seperti karya seni rupa, yang dapat berupa foto, patung, film, dan lain-lain. Penelitian dokumen melengkapi penggunaan teknik observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2020). Keterampilan dokumentasi ditujukan untuk melengkapi data diperoleh dari teknik observasi dan wawancara (Kriyantono, 2008). Oleh karena itulah peneliti bersikap kritis terhadap apa yang akan di cari dan di dokumentasikan dalam penelitian ini. Dokumen dari penelitian ini diperoleh dari arsip foto-foto dan video, dari hasil observasi dan wawancara terkait manajemen produksi yang ada pada Gibran TV.

#### **F. Keabsahan Data**

Untuk mendapatkan keabsahan data pada penelitian ini, diperlukan pemeriksaan guna mendapat data validitas yang *valid* agar memberikan validitas kepada peneliti tentang keabsahan datanya. Sehingga mempermudah peneliti dalam hal penirakan kesimpulan.

Dalam penelitian ini dilakukan teknik triangulasi data. Triangulasi data merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Ada empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori (Mekarisce, 2020). Dalam penjelasan itu, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi adalah membandingkan kembali kebenaran informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dan pengamatan.

## **G. Teknik Analisis Data**

Data keterangan dalam penelitian ketika sudah terkumpul maka langkah selanjutnya adalah analisis data dan pembuatan laporan penelitian. Noeng Muhadjir menjelaskan pentingnya analisis data: “Upaya sistematis untuk mencari dan mengatur catatan dari observasi, wawancara, dan lain-lain dalam rangka meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya kepada orang lain sebagai wawasan. Untuk mengembangkan pemahaman ini, kita perlu melanjutkan analisis kita mencoba menemukan makna (Rijali, 2018).”

Setelah semua data terkumpul dan diolah sesuai dengan tahapan masalah selanjutnya, analisis data dilakukan dengan teknik analisis data kualitatif (model analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman) :

### **1. Reduksi Data**

Reduksi data diartikan sebagai proses seleksi yang difokuskan padapenyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data 'mentah' yang diperoleh dari catatan penulis di lapangan. Reduksi data ini akan terus berlanjut selama proyek berorientasi kualitatif. Selama proses pengumpulan data, langkah-langkah reduksi berikut dilakukan (penggabungan, pengkodean, pelacakan tema, pembentukan klaster, pemisahan, dan pencatatan). Reduksi data ini berlanjut setelah penelitian lapangan selesai dan laporan akhir lengkap dihasilkan (Prastowo & Andi, 2014).

### **2. Penyajian Data**

Penyajian data di sini adalah kumpulan informasi terstruktur yang

menarik kesimpulan dan memberikan kesempatan untuk bertindak. Dengan menonton presentasi, akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang perlu Anda lakukan berdasarkan pemahaman yang didapatkan dari presentasi tersebut (Prastowo & Andi, 2014).

### **3. Menarik Kesimpulan/Verifikasi**

Menurut Miles dan Huberman, langkah ketiga ini dimulai dengan mencari makna pada sesuatu dengan melihat keteraturan, pola, penjelasan, kemungkinan konstruksi, jalur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan dari studi kualitatif ini adalah wawasan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Temuan dapat berupa deskripsi atau deskripsi objek yang sebelumnya gelap atau bahkan lebih gelap, mengungkapkan kemungkinan kausalitas atau korelasi, hipotesis atau teori setelah diperiksa (Prastowo & Andi, 2014).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum**

##### **1. Profile Gibran Rakabuming**



Gambar 3.

Foto Gibran Rakabuming

*Sumber : <https://suaranusantara.com/wp-content/uploads/2023/01/WhatsApp-Image-2023-01-03-at-11.47.05-1.jpeg>*

Gibran Rakabuming Raka, lahir 1 Oktober 1987 di Solo, adalah seorang pengusaha catering yang bernama Chilli Pari sejak Desember 2010 dan merupakan pendiri perusahaan kuliner martabak bernama Markobar. Gibran merupakan putra sulung Presiden Republik Indonesia Joko Widodo periode 2014-2019 dan 2019-2024. Sejak kecil Gibran menetap di Solo, namun saat duduk di Sekolah Menengah Pertama (SMP) ia pindah ke Singapura untuk lulus dari jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA) pada tahun 2002 di Orchid Park Secondary School, Singapura untuk melanjutkan. Selain itu, Gibran lulus dari Management Development Institute of Singapore (MDIS) pada tahun 2007 dan

melanjutkan studi program Insearch di University of Technology Sydney (UTS Insearch), Sydney, Australia hingga lulus pada tahun 2010. Beliau menjabat sebagai President of the Institut Indonesia. Asosiasi Perusahaan Jasaboga (APJBI) Kota Solo.

Pada 9 Juni 2018, Gibran ikut mendirikan aplikasi pencarian pekerja lepas dan paruh waktu bernama kerjaholic bersama Leonard Hidayat, Josh Ching, Michael, dan Daniel Hidayat. kerjaholic adalah aplikasi yang dapat menghubungkan pencari kerja dengan pihak yang mencari pekerja lepas dan paruh waktu. Pada 20 Juli 2019, Gibran dan adiknya Kaesang Pangarep, chef Arnold Poernomo, dan Randy Julius memulai sebuah restoran bernama Mangkokku. Pada Pilkada 2020, Gibran mencalonkan diri sebagai calon Wali Kota Solo dari PDIP pada pemilihan Wali Kota Solo 2020-2025, yang kemudian dikritik pengamat karena dugaan praktik dinasti politik di keluarga Joko Widodo yang masih menjabat Presiden. Gibran sendiri pada masanya menyangkal adanya dinasti politik di Indonesia. Ada juga aturan pemilu yang melarang Gibran mencalonkan diri sebagai kepala daerah. Karena menurut aturan PDIP-DPP, anggota partai yang mencalonkan diri harus memiliki KTA dengan syarat telah menjadi anggota selama 3 (tiga) tahun berturut-turut. Dan itu bisa menghambat pencalonan Gibran sebagai kepala daerah (Febriyanti & Karina, 2021).

Gibran Rakabuming Raka yang kini menjabat menjadi Wali Kota Solo yang dilantik pada 26 Februari 2021. Ia sangat aktif dimedia

sosialnya yang meliputi youtube Gibran TV menyebarkan informasi terkait promosi Kota Solo yang terdiri *event* kota maupun event nasional yang diadakan di Kota Solo, *twitter* @gibran\_tweet yang berisi ungkapan dari urusan personal Gibran, *instagram* @gibran\_rakabuming, *facebook* Gibran Rakabuming, dan *tiktok* @gibran\_rakabuming memberikan potongan informasi atau cuplikan yang kelak akan tanyang di *youtube*. Hampir dari semua sosial media Gibran menyuguhkan terkait promosi potensi yang ditunjukkan Kota Solo.

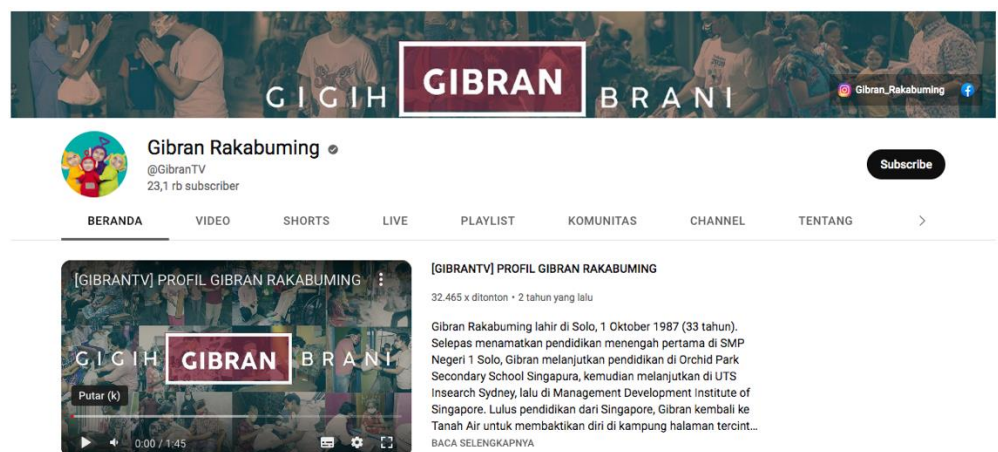
## 2. **Channel youtube Gibran Rakabuming Gibran TV**

Gibran Rakabuming aktif memberikan informasi terkait promosi Kota Solo di *channel youtube* miliknya yang diberi nama Gibran TV *Channel* ini dibuat sejak kurang lebih 2 tahun lalu, tepatnya pada 14 Februari 2020. Tercantum di bagian about *channel*, *channel* ini memiliki deskripsi sebagai berikut:

*“GibanTV merupakan channel youtube resmi dari Gibran Rakabuming sebagai media untuk menyebarkan informasi, kegiatan, pandangan, ide, gagasan serta ruang komunikasi dengan pengguna sosial media. Lapor Mas Wali +6281225067171.”*

Sejak bergabung di *youtube*, kini terhitung pada 6 Februari 2023 channel Gibran TV memiliki 23K *subscriber* dengan jumlah video 393 dengan rata-rata ratusan hingga ribuan penonton, menyajikan dengan berbagai konten seperti yang dijelaskan pada *about channel*.



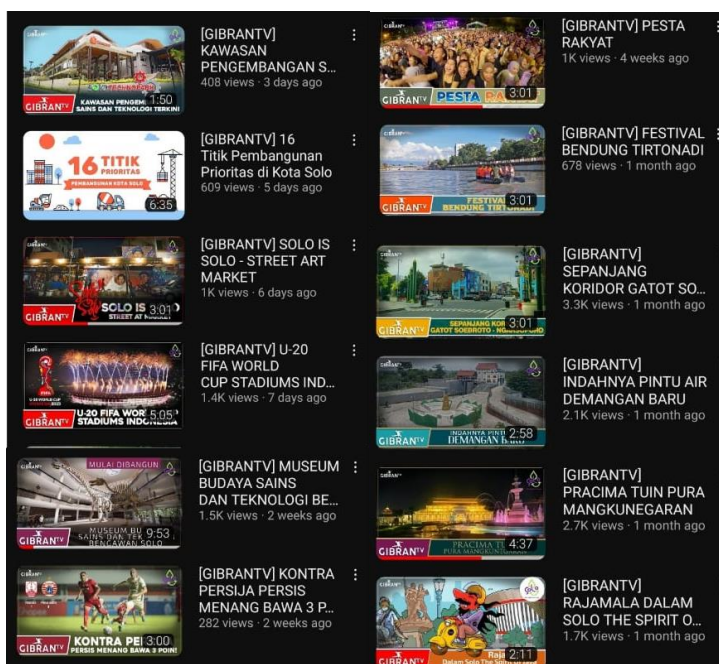


Gambar 4.

*Channel Youtube Gibran Rakabuming*

*Sumber : Screenshoot channel youtube Gibran Rakabuming*

*Channel youtube Gibran TV memiliki intensitas mengunggah video yang cukup baik. Tahun 2020 telah mengunggah kurang lebih 50 video, tahun 2021 mengunggah 97 video, tahun 2022 telah mengunggah video sebanyak 75 video, sedangkan tahun 2023 mengunggah video sebanyak 19 video terhitung sampai 6 Februari 2023, beberapa di antaranya membahas seputar mempromosikan wisata Kota Solo. Detail judul dan waktu unggah video tentang promosi wisata Kota Solo yaitu sebagai berikut:*



Gambar 5.

Contoh Konten Mempromosikan Kota Solo

Sumber : Tangkap layar channel youtube Gibran Rakabuming

Tabel 2.

Data Terkait Mempromosikan Kota Solo di Channel Youtube Gibran Rakabuming Terhitung Sampai 6 Februri 2023

Tahun 2020					
No	Judul Video	Like	Comment	View	Waktu Upload
1	Lompatan Pariwisata Kota Solo	7	0	283	3 Maret 2020

Tahun 2021					
No	Judul Video	Like	Comment	View	Waktu Upload
1	Desain Masjid Raya Sheikh Zayed Solo	37	5	1.280	31 Maret 2021
2	[Live Premiere Gibrantv] Panggung Budaya Seni Tari    Sanggar Metta Budaya    1 Mei 2021	28	5	507	1 Mei 2021
3	[Gibrantv] Intangible Culture Heritage	144	1	3,3k	30 Mei 2021

4	[Gibrantv] Ayo Ke Solo #1	36	10	2.670	12 Juni 2021
5	[Gibrantv] Ayo Ke Solo #2	18	4	692	13 Juni 2021
6	[Gibrantv] Skate Park Purwosari	31	2	3.382	1 September 2021
7	[Gibrantv] Lapangan Kota Barat	18	4	741	26 September 2021
8	[Gibrantv] Prajurit Keraton Surakarta	75	18	7.481	18 Oktober 2021
9	[Gibrantv] Tumurun Private Museum	26	1	2.428	8 November 2021
10	[Gibrantv] Prajurit Solo, Daya Tarik Wisata Budaya	25	3	3.130	9 November 2021
11	[Gibrantv] Ndalem Doyotmojo    Warisan Abad 18 Yang Terjaga Di Solo	64	4	2.242	28 November 2021
12	[Gibrantv] Ke Solo Aja	23	6	416	3 Desember 2021
13	[Gibrantv] Intangible Cultural Heritage - Versi 2.0	142	5	2.749	13 Desember 2021

Tahun 2022					
No	Judul Video	Like	Comment	View	Waktu Upload
1	[Gibrantv] Solo Dalam Ikonik    Ke Solo Aja	34	5	604	7 Januari 2022
2	Gibrantv] Sepur Kluthuk Jaladara    Kereta Uap Tertua	50	2	1.397	14 Januari 2022

	Menembus Kota Solo				
3	[Gibrantv] Museum Batik Danar Hadi	41	1	816	21 Januari 2022
4	[Gibrantv] Kota Solo Punya Bmx Park	25	7	800	27 Januari 2022
5	[Gibrantv] Gumbregah Jumangkah Kota Solo Ku	19	3	535	21 Februari 2022
6	[Gibrantv] Kendaraan Wisata Berbasis Listrik    Cara Baru Menikmati Kota Solo	25	6	754	11 Maret 2022
7	[Gibrantv] Loji Gandrung, Dulu Dan Kini	42	7	2.263	26 Maret 2022
8	[Gibrantv] Semaraknya Kampung Ramadan	34	3	929	23 April 2022
9	[Gibrantv] Hari Tari Internasional, Solo Mendunia	41	2	839	3 Mei 2022
10	[Gibrantv] Cfd Dibuka Kembali    Warga Antusias Sambut	62	8	993	21 Mei 2022
11	[Gibrantv] Kota Solo Dalam Film Nagih Janji Cinta	94	16	3.067	3 Juni 2022
12	[Gibrantv] Kereta Bandara Solo - Mudah & Cepat	48	3	1.187	8 Juni 2022

13	[Gibrantv] Cerita Sejarah Tentang Java In Paris    Solo Dan Paris Dalam Sejarah	49	9	1.960	22 Juni 2022
14	[Gibrantv] Solo Fashion Week	52	13	1.187	20 Juli 2022
15	[Gibrantv] Krl Solo-Yogya    Akses Mudah Eksplor Pariwisata	30	3	978	31 Juli 2022
16	[Gibrantv] Kirab Pusaka Mangkunegaran, Gelaran Tahun Baru Islam	19	2	831	14 Agustus 2022
17	Gibrantv] Asean Paragames 2022 Di Solo-Indonesia Juara Umum	22	5	521	19 Agustus 2022
18	[Gibrantv] Iwtcf G20 Digelar - Wisata Kebugaran Solo Jadi Sorotan	27	4	498	21 Agustus 2022
19	[Gibrantv] Bengawan Solo Travel Mart, Bangkitnya Pariwisata Solo	34	4	600	24 Agustus 2022
20	[Gibrantv] Pawai Pembangunan Pulih Lebih Cepat-Bangkit Lebih Kuat	28	5	1.058	26 Agustus 2022
21	[Gibrantv] Hari Batik Nasional 2022 Meriah - Solo Mambatik Dunia	34	7	916	17 Oktober 2022

22	[Gibrantv] Mangkunegaran Royal Dinner - Wisata Makan Malam Ala Kerajaan Di Solo	73	12	4.072	25 Oktober 2022
23	[Gibrantv] Batik Solo Trans - Tetap Gratis Sampai Akhir Tahun	48	3	1.202	2 November 2022
24	Gibrantv] Revitalisasi Puro Mangkunegaran	60	5	2.999	12 November 2022
25	[Gibrantv] Rock In Solo 2022	39	6	1.928	16 November 2022
26	[Gibrantv] Rajamala Dalam Solo The Spirit Of Java	55	2	1.729	13 Desember 2022
27	[Gibrantv] Pracima Tuin Pura Mangkunegaran	97	17	2.783	20 Desember 2022
28	[Gibrantv] Indahnya Pintu Air Demangan Baru	76	8	2.109	24 Desember 2022

Tahun 2023					
No	Judul Video	Like	Comment	View	Waktu Upload
1	[Gibrantv] Sepanjang Koridor Gatot Soebroto - Ngarsopuro	92	21	3.320	1 Januari 2023
2	[Gibrantv] Festival Bendung Tirtonadi	32	5	666	10 Januari 2023
3	[Gibrantv] Museum Budaya Sains Dan Teknologi	88	13	1.505	25 Januari 2023

	Bengawan Solo Mulai Dibangun				
4	[Gibrantv] Solo Is Solo - Street Art Market	36	6	551	5 Februari 2023

Sumber: *channel youtube @gibranTV*

Dilihat dari *channel youtube* Gibran TV, paling banyak memberikan informasi terkait mempromosikan Kota Solo pada tahun 2022, video dengan judul [Gibrantv] Mangkunegaran Royal Dinner - Wisata Makan Malam Ala Kerajaan Di Solo. Video tersebut memiliki jumlah *like, comment, view* terbanyak yaitu dengan 73 *like*, 12 *comment*, dan 4.072 *view*, video tersebut diunggah pada 25 Oktober 2022.

### 3. Profile GIBRAN TV

Nama *Channel Youtube* : Gibran TV  
 Alamat Kantor : Loji Gandrung, Jl. Slamet Riyadi,  
 Penumping, Kec. Laweyan, Kota  
 Surakarta, Jawa Tengah.  
 Telepon : 081225067171  
 Email : gibranrakabuming@surakarta.go.id  
 Twitter : @gibran\_tweet  
 Facebook : Gibran Rakabuming  
 Instagram : gibran\_rakabuming  
 Tiktok : @gibran\_rakabuming

#### 4. Visi, Misi, Logo

a. Visi :

Menjadi media *official* Wali Kota Solo Gibran Rakabuming yang kredibel dan responsif. Berdiri sebagai media antiintervensi, fokus pada pemberitaan kinerja berprestasi, hingga cepat tanggap pada issue hoax yang mencederai citra.

b. Misi :

- 1) Menyajikan informasi final yang bersifat resmi dari Wali Kota Solo.
- 2) Menyajikan konten-konten progres pembangunan yang sedang berjalan di Kota Solo.
- 3) Menyajikan berbagai konten sosialisasi terkait hal-hal yang perlu masyarakat Solo tahu mengenai rencana pembangunan ke depan.
- 4) Responsif pada keluhan warga yang disampaikan melalui media sosial untuk kemudian diteruskan pada pihak terkait sebagai bahan evaluasi.

c. Logo

Arti dari logo Gibran TV adalah Lompatan untuk percepatan agar Kota Solo lebih maju. Yaitu percepatan untuk pembangunan Kota Solo.





Gambar 6. Logo Gibran TV

*Sumber: Dokumen Gibran TV*

## 5. *Job Description*

Pada intansi Gibran TV terdapat berbagai divisi atau jabatan yang telah dibentuk dan memiliki tugas dari masing-masing divisi. Berikut adalah deskripsi divisi dari Gibran TV:

- a. Owner, kepemilikan akun *youtube* Gibran TV dipegang oleh owner tersendiri, menyetujui dan bertanggung jawab atas semua konten yang akan tanyang di *youtube*.
- b. *Digital Content Manager*, bertanggung jawab atas semua dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi. *Digital Content Manager* bertugas untuk koordinasi tim, dan mempunyai wewenang memegang akun Gibran TV, sehingga *Digital Content Manager* juga bertugas untuk upload konten.
- c. *Content Writer*, bertugas untuk membuat konsep konten, *script* konten, membuat narasi untuk kebutuhan *voice over video*, dan membuat *caption* yang tertera di deskripsi box.
- d. Videografer, bertugas untuk mengambil gambar berupa video yang ada dilapangan saat liputan maupun saat pembuatan konten yang akan diproduksi.

- e. Video Editor, bertugas dibagian pasca produksi yaitu mengedit video yang telah diambil saat proses produksi berlangsung.
- f. Graphic Designer, bertugas untuk membuat cover desain video atau thumbnail *youtube*, dan membuat desain poster konten.
- g. Photographer, bertugas untuk mengambil gambar berupa foto yang ada dilapangan saat liputan maupun saat pembuatan konten yang akan diproduksi.



Gambar 7.  
Struktur Organisasi Gibran TV  
*Sumber: Dokumen Gibran TV*

## B. Sajian Data

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan tiga jenis penelitian data yang terdiri dari observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mengetahui manajemen penyiaran yang diterapkan oleh Gibran TV. Peneliti melakukan wawancara dan analisis *POAC* untuk mengetahui manajemen produksi yang diterapkan di Gibran TV dalam memberikan informasi terkait mempromosikan Kota Solo, sebagai penunjang dalam mendapatkan informasi dan data pada penelitian ini yakni Farid Muttaqin

sebagai *digital content manager*, Is Ariyanto, Putra Pratama sebagai videografer, Andry Sarwoto sebagai *editor* sebagai *editor* sebagai *editor*. Hasil wawancara dengan beliau data yang diperoleh berupa gambaran umum mengenai gambaran Gibran TV dan manajemen produksi yang diterapkan dalam produksi konten *youtube* untuk mempromosikan Kota Solo.

Mengenai manajemen produksi yang diterapkan di Gibran TV dalam video konten *youtube* tentang mempromosikan Kota Solo, pada saat proses produksi terdapat 2 point penting yaitu; (1) Manajemen produksi yang dilaksanakan Gibran TV, dan (2) Informasi terkait mempromosikan atau mengenalkan Kota Solo melalui *youtube*. Data yang didapat oleh peneliti akan disesuaikan dengan 4 fungsi manajemen produksi dan hasil dari kualitas konten, peneliti berhasil mengumpulkan data dimulai dari proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan, didapat data sebagai berikut:

### **1. Tahap Perencanaan (*Planning*)**

Tahap perencanaan merupakan kegiatan yang berhubungan dengan persiapan sebelum melakukan produksi. Perencanaan dalam sebuah manajemen produksi konten merupakan sebuah langkah awal yang dilakukan oleh *content creator* dengan menggunakan sumber daya manusia untuk mencapai suatu tujuan dan sasaran di masa yang mendatang. Penentuan ide dalam setiap konten sangat penting. Referensi itu dapat berupa membaca artikel, membaca buku, maupun membaca berita. Hal ini dijelaskan oleh Andry Sarwoto sebagai *editor* sebagai *editor* pada 28 januari 2023 pukul 10.00.

*“Ya, kita melakukan riset dulu sebelum memproduksi konten untuk menentukan topik/tema. Tema yang akan di produksi biasanya adalah sesuatu yang sedang hype, atau bisa juga sesuatu yang baru di Kota Solo. Proses risetnya ya kita banyak membaca, misal membaca berita, membaca buku, membaca artikel-artikel, trus membaca yang sifatnya tidak tekstual seperti membaca kondisi yang sedang terjadi”*

Langkah pertama sebelum membuat konsep adalah pencarian ide. Ide yang dihasilkan bisa datang dari mana saja. Mencari penelitian tentang topik hangat atau sesuatu yang menarik berdasarkan hasil wawancara, peneliti memahami bahwa penemuan ide adalah langkah awal yang sangat penting yang dikembangkan dan didiskusikan bersama oleh tim yang terlibat dalam proses produksi. Dari hasil diskusi ide, muncul sebuah konsep yang diangkat dalam konten *youtube* Gibran TV.

Tim produksi *youtube* Gibran TV harus melakukan persiapan matang untuk menghasilkan konten yang menarik. Setelah mengembangkan ide dengan mengidentifikasi kemungkinan ini, tim produksi *youtube* Gibran TV pematangan ide tersebut. Meskipun proses perumusan ide sudah digali terlebih dahulu, namun pematangan ide sangat diperlukan agar proses produksi selanjutnya dapat berjalan lancar. Tim produksi *youtube* Gibran TV kemudian menulis wawancara dan survei lokasi. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan hasil wawancara dengan Is Aryanto selaku videografer pada 30 januari 2023 pukul 11.00.

*“Biasanya kita awal bulan sudah membuat daftarnya, ya tema konten dan jadwal produksinya. Tapi kadang juga kondisional, contoh Kota Solo sedang banyak pembangunan, nah kita buat konten promosi dengan tema 17 titik pembangunan di Kota Solo. Tapi sebelum itu kita berdiskusi dulu dengan tim untuk mematangkan ide.”*



Gambar 8.  
Diskusi untuk penyusunan konsep  
*Sumber: Dokumentasi peneliti*

Pada tahap perencanaan juga menentukan jenis pola dan format apa yang cocok pada konsep yang akan di produksi. Dalam melaksanakan perencanaan tersebut, langkah-langkah yang biasa dilakukan adalah pembuatan *storyline* agar alur dalam konten jelas dan terarah. Hal ini dijelaskan oleh Putra Pratama sebagai videografer pada 25 januari 2023 pukul 10.00.

*“Biasanya sih tim produksi youtube Gibran TV diskusi kembali mengenai alur lalu memilih menggunakan pola dokumentasi, stok footage, vlog atau sharing experience. membuat story line atau konsep kasar sebagai pegangan teknis agar sesuai.”*

Perencanaan produksi *channel youtube* Gibran TV disusun saat adanya agenda event yang diadakan Pemerintah Kota Solo dan agenda yang akan dimeriahkan oleh Wali Kota Solo, Gibran Rakabuming. Setiap bulannya Pemerintah Kota Solo memberikan jadwal untuk kegiatan satu bulan kedepan, untuk acara yang diadakan Pemerintah Kota Solo merupakan acara tahunan yang selalu ada dan hanya saja untuk tanggalnya tidak selalu sama setiap tahunnya. Namun sering kali ada event nasional yang diadakan di Kota Solo dan tidak masuk kedalam agenda pemerintah

kota, menjadikan penambahan *schedule* secara mendadak, sehingga untuk crew diharuskan *standby whatsapp* grup untuk mendapatkan briefing secara mendadak. Hal ini dijelaskan oleh Farid Muttaqin selaku *digital content manager* pada 25 januari 2023 pukul 11.00.

*“Terkait dengan perencanaan itu pembagian event kepada tim yang telah dishare di whatsapp grup, sebelum terjun ke lapangan tim selalu menyiapkan konsep yang akan dibuat terlebih dahulu, lalu tim yang akan terjun ke lapangan memastikan kepada pihak panitia terkait tanggal dan rowndown. Apabila hal tersebut sudah dipastikan untuk pengecekan alat yang akan dibawa saat akan terjun ke lapangan.”*

Konten terkait mempromosikan Kota Solo merupakan konten yang memberikan informasi mengenai dokumentasi acara tempat wisata, event kota yang terdiri dari mengenalkan budaya dan tradisi Kota Solo, event nasional yang diadakan di Kota Solo, dan konten yang dibuat terkhusus untuk mempromosikan kota, produksi dilakukan diluar event yang diacarakan. Sebelum membuat konten tersebut hal yang perlu dipersiapkan adalah pembuatan konsep dan script, pengecekan alat dan property yang perlu dipersiapkan, koordinasi dengan tim yang akan terjun dilapangan. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan hasil wawancara dengan Is Aryanto selaku videografer pada 30 januari 2023 pukul 11.00.

*“Saat kami produksi konten untuk mempromosikan Kota Solo, pembuatan konsep dari tim adalah hal terpenting untuk mengihupkan sebuah konten sebelum kami terjun ke lapangan, lalu pengecekan alat seperti kamera, lensa, gimbal, batrai yang perlu di chas terlebih dahulu, dan alat kebutuhan shooting yang lain.”*

Berbicara mengenai keberhasilan *channel youtube* Gibran TV, pastinya *channel youtube* Gibran TV memiliki ciri khusus sehingga *channel youtube* Gibran TV dengan meningkatnya jumlah subscriber dan meningkatnya

jumlah wisatawan Kota Solo. Hal ini dapat dilihat bahwa sampai saat ini hanya *youtube* Gibran TV yang masih aktif dan terus produktif. Hal ini dijelaskan oleh Farid Muttaqin selaku *digital content manager* pada 25 januari 2023.

*“Keberhasilan channel youtube Gibran TV yaitu dengan meningkatnya jumlah subscriber, viewers, dan meningkatnya jumlah wisatawan di Kota Solo.”*

Gibran TV juga memiliki ciri khas dalam konten *youtubanya* agar berbeda dan mampu bersaing dengan para politikus Indonesia lainnya, dikarenakan Gibran Rakabuming memiliki kesukaan *genre* musik metal maka di konten video yang disajikan Gibran TV memiliki ciri khas menggunakan *backsound* metal dan beberapa menggunakan *backsound* yang keluar dari *genre* dari video yang ditayangkan. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan hasil wawancara dengan Is Aryanto selaku videografer pada 30 januari 2023 pukul 11.00.

*“Di Gibran TV genre backsoundnya kami ambil berdasarkan kesukaan mas Gibran yaitu musik metal, karena hal tersebut menjadikan ciri khas dari sebuah konten yang disajikan. Terkadang kami juga menggunakan backsound memasak, padahal video yang ditampilkan adalah pertandingan sepak bola. Semua hal tersebut bertujuan agar video yang disajikan Gibran TV terlihat nyleneh, itulah yang menarik minat penonton untuk berdatangan.”*

## 2. Tahap Pengorganisasian (*Organizing*)

Dalam proses produksi konten *channel youtube* Gibran TV pastinya tidak terlepas dari siapa saja yang terlibat di dalamnya sehingga menghasilkan sebuah konten yang berkualitas. Mulai dari penulisan naskah wawancara, pengambilan gambar atau video, dan editing. Selain itu sebelum pelaksanaan *shooting*, tim produksi *channel youtube* Gibran TV melakukan koordinasi terlebih dahulu agar tidak terjadi mis komunikasi (kesalahpahaman) nantinya.

Meskipun tidak adanya pembagian khusus mengenai *jobdesk* tim produksi *youtube* Gibran TV tetapi mereka saling percaya dan saling mendukung satu sama lain demi hasil yang maksimal. Dalam proses produksi konten *youtube*, dibutuhkan kerjasama yang solid dalam tim agar menghindari masalah-masalah yang terjadi di lapangan sehingga dapat diselesaikan dengan baik. Hal ini dijelaskan oleh Andry Sarwoto sebagai *editor* sebagai *editor* pada 28 januari 2023 pukul 10.00.

*“Untuk produksi konten-konten pembagian jobdesk kita gantian ya pokoknya kita kerjakan bersama mulai dari penulisan naskah, pengambilan gambar dan editing. Kalau untuk miskom (kesalahpahaman) jarang ya, soalnya kita pasti diskusi dulu sebelum mulai.”*

Ditinjau dari struktur organisasi dan kinerja crew, Gibran TV belum teratur terhadap peraturan struktur organisasi yang sudah ditetapkan. Terdapat divisi editor yang merangkap ke divisi videografi apabila tim kualahan saat dilapangan, begitupun tim videografi selalu membantu tim editor apabila ada konten kejar tayang yang pengerjaannya harus lebih cepat



dari biasanya. Hal tersebut sering terjadi dikarenakan banyaknya event yang ada di Kota Solo dan kurangnya SDM yang ada di Gibran TV. Banyaknya event di Solo dan crew mempunyai tanggung jawab untuk mendokumentasikan semua acara yang ada di Kota Solo, karena itu semua adalah bentuk dan wujud sebagai mempromosikan maupun mengenalkan potensi yang ada di Solo, sewaktu-waktu akan dijadikan konten di *youtube* Gibran TV. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan hasil wawancara dengan Is Aryanto selaku videografer pada 30 januari 2023 pukul 11.00.

*“Kalau struktur organisasi disini dikatakan belum tertata sesuai bagiannya masing-masing. Tapi karena orangnya yang di sini tidak terlalu banyak, masih ada struktur organisasi yang bagiannya merangkap atau lebih dari satu. Seperti contohnya tim editor selalu membantu tim videografi apabila kualahan saat terjun ke lapangan, begitupun tim videografi selalu membantu tim editor apabila ada konten kejar tayang yang pengerjaannya harus lebih cepat dari biasanya.”*

### **3. Tahap Pelaksanaan (*Actuating*)**

Tim produksi di *youtube* Gibran TV juga memikirkan bagaimana agar proses *shooting* dapat berjalan dengan baik. Mereka berusaha untuk melengkapi peralatan *shooting* yang akan di butuhkan seperti lighting, kamera, microphone dll. Apabila membutuhkan alat yang lebih, tim produksi menggunakan alat pribadinya. Dalam mengelola peralatan *shooting*, Gibran TV memberikan tanggung jawab sepenuhnya kepada divisi atau bagian masing-masing untuk menjaga peralatannya. Hal ini dijelaskan oleh Putra Pratama sebagai videografer pada 25 januari 2023 pukul 11.00.

*“Kalau alat perlengkapan shooting, sudah disediakan oleh Gibran TV, seperti lighting, kamera, microphone, laptop untuk edit dll. Untuk perawatan alat-alat tersebut itu tanggung jawab kita. Sebelum shooting kita prepare dulu, alat-alat apa aja yang akan di perlukan di lokasi. Tapi kalau butuh alat tambahan dan kita belum punya biasanya menggunakan alat pribadi dari crew. Misal butuh kamera tiga, nah kita kan kamera cuma ada dua ya sisanya menggunakan alat pribadi.”*

Pada proses *shooting*, tim produksi *youtube* Gibran TV biasanya membutuhkan waktu 1-3 hari untuk pengambilan gambar. Proses *shooting* di lakukan pada jam kerja. Dalam satu bulan biasanya mereka *shooting* 2-3 kali. Namun, berbeda ketika ada event tertentu yang sifatnya mendadak, mereka bisa *shooting* lebih dari 10 kali dalam sebulan. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan hasil wawancara dengan Is Aryanto selaku videografer pukul 11.00.

*”Kalau proses syuting kita kerjakan pada jam kerja, sangat jarang jika syuting pada malam hari. Biasanya kita syuting 1-3 hari tergantung materi. Dalam satu bulan kita biasanya syuting 2-3 kali. Tapi juga kondisional ya, kadang ada event dadakan atau permintaan dari atasan.”*



Gambar 9.

Pembuatan konten HUT Kota Solo ke-278

*Sumber: Dokumentasi peneliti*

Bagi yang bertugas dilapangan saat melakukan liputan *event* Kota Solo maupun pembuatan konten promosi kota, crew harus datang 1 jam lebih awal sebelum acara dimulai, dikarenakan apabila sebuah *event* sudah dimulai dan crew belum datang momen tidak akan bisa diulangin, sebagai tim dokumentasi pasti akan kekurangan bahan untuk konten yang akan diedit. Maka dari itu crew harus selalu *standby* dengan ponsel apabila ada *breafing* dadakan yang disampiakan di *whatsapp* grup. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan hasil wawancara dengan Is Aryanto selaku videografer pada 30 januari 2023 pukul 11.00.

*“Semua crew harus selalu standby ponsel apabila ada breafing dadakan whatsapp grup, ketika ada perintah dadakan untuk meliput event Kota Solo yang sebagai bahan untuk mempromosikan potensi yang ada di Solo, crew siapapun bisa berangkat apabila ada acara yang sebelumnya tidak terdapat didaftar acara yang akan diliput Gibran TV yaitu yang fast respon membuka breafingan digrup, jadi tidak sesuai divisi yang ditetapkan sebelumnya.”*

Tidak hanya fokus pada proses *shooting*, tim produksi *youtube* Gibran TV juga memaksimalkan pada proses editing video untuk memberikan tayangan yang menarik. Untuk proses editing video, tim produksi *youtube* Gibran TV membuat jadwal agar selesai tepat waktu. Hal ini dapat dikatakan sebagai salah satu manajemen produksi *youtube* Gibran TV sehingga dapat menghasilkan konten yang menarik dan juga berharap dapat meningkatkan wisatawan di Kota Solo. Hal ini dijelaskan oleh Andry Sarwoto sebagai *editor* pada 28 januari 2023 pukul 10.00..

*“Untuk software editing video kita pakai adobe premiere sama after effect, dua software itu yang biasanya kita pakai karena mudah di gunakan. Selain itu, sebenarnya proses editing itu penting banget jadi kita harus maksimal. Karena nggak mungkin kita upload video mentah*

*tidak di edit pasti penonton tidak tertarik. Biasanya proses editing sendiri satu hari. Setelah di edit, di koreksi dulu sama atasan. Ya sama kayak produksi siaran tv pasti melewati quality control dulu sebelum di publikasikan.”*

Sebelum dilakukan editing, tim produksi *youtube* Gibran TV melakukan *file-ing* dan *Logging*. *File-ing* adalah memindahkan materi hasil *shooting* ke hardisk secara rapi untuk kemudian di edit, sedangkan *Logging* merupakan proses *preview* dan pemilihan gambar hasil *shooting* hal tersebut untuk memudahkan editor dalam mengedit gambar. Hal ini dijelaskan oleh Andry Sarwoto sebagai *editor* pada 28 januari 2023 pukul 10.00.

*“Sebelum masuk dalam proses editing, kami melakukan file-ing materi dulu, yaitu memindahkan materi ke hardisk untuk editing dan file-ing harus rapih sesuai dengan masing-masing kamera dengan menggunakan 2 buah kamera kemudian logging yaitu preview dan pemilihan gambar yang mau di edit.”*

Proses editing adalah langkah terakhir dalam tahap pelaksanaan. Proses editing sangat penting karena merupakan tahap akhir sebelum sebuah konten akan diunggah dan dilihat oleh penonton. Panjangnya proses editing bisa memakan waktu yang cukup lama tergantung seberapa banyak materi konten yang harus disunting. Proses editing sangat penting karena proses ini adalah tahap terakhir yang sering kali menentukan menarik tidaknya sebuah konten sehingga diharapkan penonton untuk mengikuti konten dari awal hingga akhir.

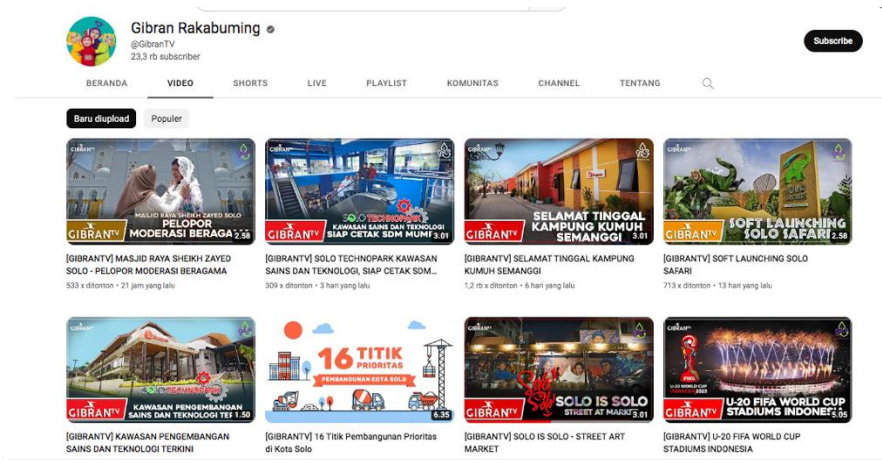


Gambar 10.  
Proses editing video  
*Sumber: Dokumentasi peneliti*

Sebelum video di unggah pada *channel youtube* Gibran TV, video yang telah di edit kemudian harus melewati proses quality control, dengan memberikan hasil tayangan kepada *digital content manager* untuk ditinjau owner Gibran TV yaitu Gibran Rakabuming, sebelum dipublikasikan secara luas. Dari proses penayangan ini, *digital content manager* dan owner Gibran TV akan memberi tanggapan balik berupa kesalahan atau kekurangan dari tayangan yang telah diproduksi. Hal ini dijelaskan oleh Andry Sarwoto sebagai *editor* pada 28 januari 2023 pukul 10.00.

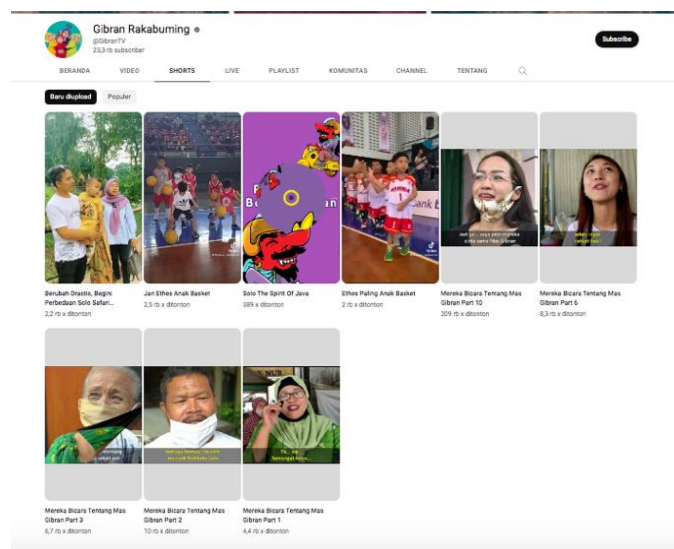
*“Ya seperti yang saya katakan tadi, setelah di edit kemudian melakukan content preview dengan atasan kemudian melakukan revisi content preview sebelum upload.”*

Setelah di lakukan quality control dan konten telah di anggap layak untuk di publikasikan secara luas, kemudian tim produksi Gibran TV siap untuk menggunggah konten ke dalam *channel youtube* Gibran TV.



Gambar 11.  
Konten yang telah di unggah  
Sumber : Channel youtube Gibran TV

Selain dalam bentuk tayangan video di *channel youtube*, Gibran TV juga menggunakan *youtube short*, namun kurang aktif dalam mengunggah konten berbentuk *shorts* dalam *channel youtube*. Dikarenakan kurangnya SDM dalam mengurus *youtube short* tersebut.



Gambar 12.  
Video *shorts* yang di unggah dalam *channel youtube* Gibran TV  
Sumber : Channel youtube Gibran TV

Setelah proses produksi selesai dan video telah di unggah di *channel youtube* Gibran TV, tim produksi *youtube* Gibran TV juga turut membagikan tautan video konten *youtube* pada akun media sosial Gibran Rakabuming seperti Instagram. Tujuannya agar setiap pengguna Instagram juga tertarik dengan konten yang di sajikan oleh *channel youtube* Gibran TV. Hal ini dijelaskan oleh Farid Muttaqin selaku *digital content manager* pada 25 januari 2023 pukul 11.00.

*“Setelah semuanya selesai dan video sudah di upload di youtube, kita juga promosikan video tersebut di Instagram, Twitter, Tiktok, dan Facebook milik pribadi mas Gibran biasanya, tujuannya ya biar pengguna media sosial lain juga tidak ketinggalan info”*



Gambar 13.

Screenshoot Gibran TV di Instagram Gibran Rakabuming  
Sumber : Instagram gibran\_rakabuming



*Gambar 14.*  
 Screenshot konten Gibran TV  
 Sumber : Twitter gibrantweet



*Gambar 15.*  
 Screenshot konten Gibran TV di Facebook Gibran Rakabuming  
 Sumber : Facebook Gibran Rakabuming





Gambar 16.

*Screenshoot* konten Gibran TV di TikTok Gibran Rakabuming

*Sumber : TikTok gibran\_rakabuming*

Tahapan pelaksanaan berperan penting terhadap perkembangan *channel youtube* Gibran TV. Tidak jarang tim produksi *youtube* Gibran TV juga mengalami kendala seperti salah satunya terkait dengan masalah waktu dan jumlah tim yang terbatas, apabila Kota Solo sedang dibanjiri *event* setiap harinya dan bahkan perhrainya terdapat 3-4 *event*, sedangkan jumlah tim videografi yang seharusnya berjumlah 2 orang sehingga keseluruhan tim dari divisi lainnya ikut membantu untuk pengambilan gambar ke lapangan. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan hasil wawancara dengan Is Aryanto selaku videografer pada 30 januari 2023 pukul 11.00.

*“Apabila Solo lagi rame-ramenya event, dan setiap harinya dibagi 3-4 titik, kami crew yang total terdapat 6 orang mau tidak mau yang dari divisi lain tetap harus ikut membantuk tim yang tejun ke lapangan, disisi lain tim juga sangat minimal tetapi harus bisa mengamankan gambar semua event yang dilaksanakan. Sebenarnya tidak semua event akan kami edit, hanya saja jaga-jaga apabila atasan menghendaki video tersebut diproses lebih lanjut.”*

Saat melakukan liputan untuk mempromosikan Kota Solo diwaktu adanya event Kota Solo yang diadakan Pemerintah Kota Solo maupun event nasional yang diadakan di Kota Solo banyak dimudahkannya terkait akses yan diberikan panitia event kepada crew Gibran TV. Hal ini dijelaskan oleh Farid Muttaqin selaku *digital content manager* pukul 11.00.

*“Ketika mau liputan terkait konten promosi Kota Solo kami selalu mendapatkan akses dari panitia untuk menghadiri dan membuat konten diacara, walaupun terkadang peraturan panitia yang sedikit rumit namun kami tetap akan mendapatkan kesempatan ikut andil dalam event tersebut.”*

#### 4. Pengawasan (*Controlling*)

Pada tahap pengawasan, tim produksi youtube Gibran TV selalu melakukan evaluasi pada setiap kontennya. untuk evaluasi yang dilakukan crew Gibran TV dilakukan setelah produksi dilapangan dengan ngobrol santai sembari beristirahat setelah *shooting*, bisa juga dihari lain ketika para crew berkumpul dikantor.



Gambar 17.  
Evaluasi

*Sumber: Dokumentasi peneliti*

Beberapa hal yang dievaluasi antara lain evaluasi terkait informasi saat *breafing* apakah sudah tersampaikan dengan baik, kendala saat dilokasi liputan maupun lokasi *shooting*, memeberikan solusi saat mendapatkan kendala apabila kelak terjadi lagi. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan

hasil wawancara dengan Is Aryanto selaku videografer pada 30 januari 2023 pukul 11.00.

*“Evaluasi biasanya membahas terkit komunikasi, kendala saat berada dilapangan, evaluasi dilakukan setelah tim yang dilapangan menyelesaikan tugasnya akan diadakan evaluasi dengan makan siang atau malam, ya sesuai kapan crew menyelesaikan liputan atau shooting pembuatan konten untuk promosi Kota Solo. Terkadang apabila crew sudah kelelahan seharian dilapangan evaluasinya dilanjut apabila crew sedang berada dikantor, evaluasinya tidak yang pakem kaku seperti diperusahaan biasanya, hanya evaluasi ringan saja, yang penting solusi dari masalah dan kendala dapat teratasi.”*

### **C. Analisis Data**

Setelah melakukan penelitian dari keseluruhan data yang diperoleh peneliti dalam penyajian data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi telah memberikan informasi yang penting bagi peneliti. Berangkat dari hal tersebut, peneliti menggunakan analisis *POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling)*, untuk meneliti bagaimana manajemen produksi di *channel youtube* Gibran TV dalam menyajikan konten informasi untuk mempromosikan Kota Solo yang merupakan tujuan dari penelitian ini. Adapun data yang diperoleh peneliti terkait dengan manajemen produksi menggunakan empat fungsi manajemen dari (Terry, 2016) yaitu :

#### **1. Planning (Perencanaan)**

Perencanaan itu sendiri merupakan langkah pertama dalam proses manajemen karena perencanaan kegiatan organisasi masa depan membuat organisasi tetap fokus pada tujuan. Ruang lingkup perancangan ini meliputi ide cerita, komunikator desain, *casting* dan *sound*, *storyboard* animasi, tujuan, desain, pesaing dan anggaran. (Prabowo, 2021). Perencanaan ialah

sebuah langkah awal dalam proses manajemen produksi yang merupakan tahap awal produksi yaitu pra produksi. Tahap pra produksi yaitu mempersiapkan apa saja yang diperlukan mulai berdasarkan ide cerita, konsep produksi. Proses pra produksi masih sebatas merancang produksi. Merencanakan jadwal produksi, merencanakan biaya produksi.

Dengan melakukan perancangan terhadap aktivitas organisasi kedepan, maka organisasi akan terfokus pada tujuan. Fungsi perencanaan sangat penting bagi organisasi. Pada tahap fungsi perencanaan ini sangat penting dilakukan oleh Gibran TV dimana perencanaan tersebut bertujuan untuk menghasilkan konten yang berkualitas dan memenuhi selera dari penonton *channel youtube* Gibran TV, terlebih dalam menghadapi maraknya *content creator* yang terjun di dunia *youtube*.

Perencanaan Gibran TV dalam menayangkan informasi mengenai potensi Kota Solo, dimulai dengan pra produksi yaitu dengan pemunculan ide sebelum produksi konten, pembuatan konsep, dan ide tersebut dituangkan didalam *script conten* yang akan dibuat crew *script content*, *script content* tersebut digunakan untuk *dubbing* atau *voice over* video konten yang akan diproduksi. Sembari pembuatan konsep yang akan diproduksi tim juga melakukan riset terlebih dahulu, apakah konten yang akan diproduksi sedang sensitive untuk dibahas atau tidak, apabila objek tersebut tidak adanya kasus maupun permasalahan maka akan diproses untuk tahap selanjutnya, dan apabila objek tersebut terdapat isu yang panas maka produksi tidak dapat dilanjutkan.

Adanya pembagian tim berdasarkan jumlah titik lokasi *event*, pembagian tersebut diserahkan kepada divisi videografi, selaku tim yang bertugas dilapangan. Sebelum tim terjun kelapangan akan diadakannya *breafing* secara langsung dikantor maupun via *whatsaap* grup, setelah itu tim mempersiapkan alat-alat yang digunakan untuk *shooting* maupun liputan yang berupa kamera, lensa, audio recorder, dan alat pendukung lainnya untuk kebutuhan produksi.

## **2. Organizing (Pengorganisasian)**

Pengorganisasian adalah keseluruhan proses pemilihan orang dan pengalokasian infrastruktur untuk mendukung peran orang-orang tersebut dalam organisasi, serta mengatur mekanisme kerja untuk memastikan tercapainya program dan tujuan organisasi. Menurut George R. Terry, fungsi pengorganisasian adalah menyelaraskan kelompok orang yang berbeda, menyatukan bidang minat yang berbeda, dan mengarahkan setiap bakat ke arah tertentu. Struktur organisasi dan sumber daya yang terkait dengan produksi *youtube* adalah salah satu fungsi manajemen produksi, yang dulunya merupakan tahap praproduksi, dan tahap ini adalah tahap produksi. (Prabowo, 2021).

Kinerja dari setiap bagian struktur organisasi menjadi tanggung jawab masing-masing individu sesuai dengan tugas dalam organisasi tersebut. Berikut adalah pengorganisasian yang terdapat pada Gibran TV:

### **a. Kondisi Struktur Organisasi pada *channel youtube* Gibran TV**

Pengorganisasian pada Gibran TV sudah sesuai dengan tanggung jawab setiap anggota organisasi. Namun masih terdapat beberapa *crew* di Gibran TV yang menempati divisi lebih dari satu. Terdapat divisi videografi yang merangkap kedalam divisi editor dan begitupun sebaliknya, divisi editor merangkap kedalam divisi videografi. Hal tersebut disebabkan karena kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada di Gibran TV. Merangkapnya beberapa bagian *job desk* di Gibran TV bukan menjadi masalah yang serius bagi Gibran TV, sebab *crew* dari Gibran TV sudah benar-benar memahami kinerja dari masing-masing *job desk* satu sama lain.

Kemudian untuk permasalahan teknis, *crew* Gibran TV merasa bahwa alat yang sudah disediakan dari kantor lebih dari cukup, terkait dengan kamera, lensa, gimbal, *audio recording*, dan laptop untuk editor. Namun, apabila dalam perharinya Kota Solo sedang banyak *event* maka harus banyak *crew* yang keluar terjun kelapangan dan mengharuskan banyak alat yang harus dikeluarkan, sedangkan masalah yang sangat krusial yang dialami *crew* Gibran TV adalah fasilitas dari kantor hanya terdapat satu kamera saja. Namun, Gibran TV dapat mengatasi masalah tersebut dengan cara tersebut para *crew* inisiatif untuk mengorbankan alat pribadinya untuk kepentingan liputan saat pengambilan gambar ketika terjun kelapangan.

b. Crew pada *channel youtube* Gibran TV

Gibran TV juga memiliki crew yang bisa dikatakan profesional yang dimana crew selalu *ontime* saat akan bertugas untuk pembuatan konten yang sudah direncanakan sebelumnya, crew juga dapat memisahkan ataupun memilih mana saja konten yang menjadi prioritas terlebih dahulu, ketika saat pengambilan gambar dilokasi *shooting*, crew Gibran TV mengambil gambar dengan secukupnya, berdasarkan konsep yang telah dibuat sebelumnya, sehingga gambar yang diambil tidak akan sia-sia saat proses pegeditan berlangsung, dan juga dapat menghemat waktu serta tenaga.

Crew Gibran TV juga mengalami hambatan saat proses produksi berjalan. Adapun faktor penghambat yang mempengaruhi proses produksi dalam mempromosikan Kota Solo yaitu ketika *event* berlangsung para crew mendatangi lokasi tersebut untuk pengambilan gambar kebutuhan konten di *channel youtube* Gibran TV, saat event berlangsung terkendala terkait akses yang diberikan panitia kepada tim terkadang harus menempuh jalur yang rumit untuk mendapatkan akses panitia. Hal tersebut sering terjadi karena kelalaian panitia event terhadap komunikasi yang tidak tersampaikan ke panitia yang lain, sehingga keputusan panitia inti yang memiliki wewenang memberikan akses kepada tim Gibran TV berbeda dengan keputusan panitia lainnya. Kejadian semacam itu dapat menghambat proses produksi konten untuk mempromosikan Kota Solo di *channel youtube* Gibran TV.

Kemudian apabila saat proses produksi dilakukan di ruang *outdoor* dan disitulah terjadi hujan, maka dari itu crew harus memberhentikan pengambilan gambar dilokasi tersebut. Pemberhentian pengambilan gambar tersebut dilakukan karena menghindari rusaknya alat yang digunakan untuk *shooting* akibat terkena air hujan. Apabila hal tersebut terjadi di sebuah *event*, solusi yang dilakukan crew adalah dengan meminta file rekaman dari pihak panitia yang menyelenggarakan *event* tersebut, dan apabila itu produksi *full* pembuatan konten tentang promosi Kota Solo, maka *shooting* pembuatan konten tersebut ditunda dan diganti hari lain.

Ditinjau dari struktur organisasi yang sudah ada dan kinerja crew, Gibran TV belum teratur terhadap peraturan struktur organisasi yang sudah ditetapkan. Terdapat divisi editor yang merangkap ke divisi videografi apabila tim kualahan saat dilapangan, begitupun tim videografi selalu membantu tim editor apabila ada konten kejar tayang yang pengerjaannya harus lebih cepat dari biasanya. Hal tersebut sering terjadi dikarenakan banyaknya event yang ada di Kota Solo dan kurangnya SDM yang ada di Gibran TV

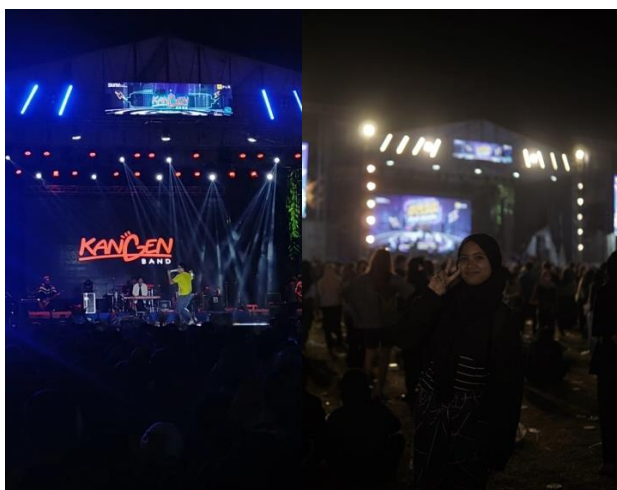
### **3. Actuating (Pelaksanaan)**

Pelaksanaan merupakan pemberian arahan dan pengaruh kepada suatu individu dalam sebuah organisasi yang bertujuan untuk melakukan tugas dan kewajiban dari masing-masing individu tersebut. Tahap *actuating* menjadi penyempurna dari tahap perencanaan dan pengorganisasian



sehingga dapat menghasilkan manajemen produksi yang baik (Prabowo, 2021).

Keberhasilan proses pelaksanaan produksi tergantung dari bagaimana kekompakan teamnya. Artinya, manajemen konten *channel youtube* Gibran TV dikatakan berhasil jika selama proses pelaksanaan dilaksanakan sudah sesuai rencana dan dengan baik dan lancar. Koordinasi juga dilakukan dengan isyarat atau saling mengkode ketika sudah proses di lapangan. Jika memang nantinya ada suatu kekurangan dalam team tersebut maka akan dibantu oleh team lain yang tidak memiliki kerepotan. Upaya team untuk terus mengembangkan *channel youtube* Gibran TV sehingga tujuan utama dapat terpenuhi adalah perjalanan yang tidak mudah. Upaya-upaya yang dilakukan tim produksi *channel youtube* Gibran TV dalam manage konten *channel youtube* adalah disiplin waktu, fokus terhadap yang sudah dikerjakan, konsisten dalam bekerja, dan saling bekerjasama



Gambar 18.

Pembuatan konten event konser PLN di Benteng Vastenburg

*Sumber: Dokumentasi peneliti*

Dalam penelitian yang telah dilakukan peneliti pada tahap pelaksanaan ini, pada proses *shooting*, tim produksi *youtube* Gibran TV biasanya membutuhkan waktu 1-3 hari untuk pengambilan gambar. Proses *shooting* dilakukan pada jam kerja. Dalam satu bulan biasanya mereka *shooting* 2-3 kali. Namun, berbeda ketika ada event tertentu yang sifatnya mendadak, mereka bisa *shooting* lebih dari 10 kali dalam sebulan.



Gambar 19.  
Pembuatan konten di Solo Safari  
*Sumber: Dokumentasi peneliti*

Tim produksi di *youtube* Gibran TV juga memikirkan bagaimana agar proses *shooting* dapat berjalan dengan baik. Mereka berusaha untuk melengkapi peralatan *shooting* yang akan di butuhkan seperti lighting, kamera, microphone dll. Apabila membutuhkan alat yang lebih, tim produksi menggunakan alat pribadinya. Dalam mengelola peralatan *shooting*, Gibran TV memberikan tanggung jawab sepenuhnya kepada divisi atau bagian masing-masing untuk menjaga peralatannya

Dalam proses produksi *youtube*, tahap editing sangat berperan penting karena video yang akan di tampilkan di *youtube* pun harus di buat menarik, seperti penambahan opening video, mixing, penyesuaian warna, dll. Proses editing adalah tahap terakhir dalam manajemen produksi pada

tahap pelaksanaan. Proses editing merupakan hasil keseluruhan dari proses *shooting* akan diolah oleh editor untuk menghasilkan sebuah tayangan yang layak untuk disajikan. Tapi sebelum memasuki proses editing, tim produksi *youtube* Gibran TV melakukan beberapa rangkaian untuk memudahkan dalam proses editing seperti file-ing dan logging, yaitu :

1. File-ing : Memindahkan materi ke hardisk untuk editing dan file-ing harus rapih sesuai dengan masing-masing kamera.
2. Logging : merupakan proses pemilihan gambar hasil *shooting*. Hal tersebut untuk memudahkan editor dalam mengedit gambar.

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan, setelah proses editing telah selesai, sebelum video di unggah pada *channel youtube* Gibran TV, video yang telah di edit kemudian harus melewati proses *quality control*, dengan memberikan hasil tayangan kepada *digital content manager* untuk ditinjau owner Gibran TV yaitu Gibran Rakabuming, sebelum dipublikasikan secara luas. Dari proses penayangan ini, *digital content manager* dan owner Gibran TV akan memberi tanggapan balik berupa kesalahan atau kekurangan dari tayangan yang telah diproduksi. Dalam penelitian yang telah peneliti lakukan, tidak ada aturan khusus mengenai durasi di setiap video, karena tim produksi *youtube* Gibran TV, lebih mengutamakan pesan yang di sampaikan di setiap video agar penonton tertarik.

Menurut peneliti, paparan data di atas bisa dikaitkan dengan teori tahap pelaksanaan manajemen produksi konten *youtube*. Dalam tahap

pelaksanaan manajemen produksi yang di lakukan tim produksi *youtube* Gibran TV, sudah terselenggara dengan baik yang meliputi pembuatan jadwal, pengelolaan peralatan *shooting* dan proses editing video. Selain itu pada proses editing, tim produksi *youtube* Gibran TV, tidak memiliki aturan khusus mengenai durasi karena lebih mengutamakan pesan yang terdapat pada setiap konten. Hal itu sangat baik di lakukan agar penonton lebih tertarik dengan konten yang di sajikan.

#### 4. *Controlling (Pengawasan)*

*Controlling* adalah tahap pasca produksi yang tidak hanya memantau pelaksanaan program atau fungsi, tetapi juga memeriksanya untuk melakukan koreksi jika diperlukan. Pada pengawasan inilah adalah tahap terakhir dari proses produksi, yaitu tahap pasca produksi. Pada tahapan ini, dilakukannya penyuntingan dan pengecekan, kemajuan produksi. Proses pasca produksi meliputi pengambilan bahan dari *library*, mempelajari skenario, editing kasar dan halus, perakitan narasi, *dubbing* narasi, tambahkan ilustrasi musik, tambahkan *sound effect*, penentuan judul, *mixing*, *picture lock*, final edit dan distribusi gambar (Prabowo, 2021).

Dengan manajemen evaluasi konten *channel youtube*, Gibran TV ingin mengetahui apa saja yang perlu diperbaiki dalam pembuatan konten *youtube* ke depannya. Pengawasan atau *controlling* dilakukan mulai dari tahapan perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan. Hasil evaluasi tersebut nantinya menjadi bahan motivasi untuk pengembangan selanjutnya. Saat menerapkan langkah-langkah evaluasi, diperiksa apakah

manajemen konten yang diterapkan sesuai dengan hasil yang diinginkan. Berdasarkan pemaparan data di atas, tim produksi *youtube* Gibran TV mengadakan diskusi untuk memecahkan masalah yang dihadapi di lokasi dan mencari solusinya. Evaluasi ini dilakukan kondisional, biasanya dilakukan pasca *shooting*.

*Digital content manager* saat pasca produksi yang menentukan kapan konten harus *final edit* dan kapan konten akan ditayangkan. Sebelum konten tersebut diserahkan kepada *digital content manager* maka akan dipantau bagaimana proses perkembangannya maupun progress pengeditannya. *Digital content manager* berhak atas ketentuan layak tidaknya konten tersebut dipublikasi, hal tersebut *digital content manager* sudah mendapatkan arahan sebelumnya dari pihak pemilik akun yaitu Gibran Rakabuming.

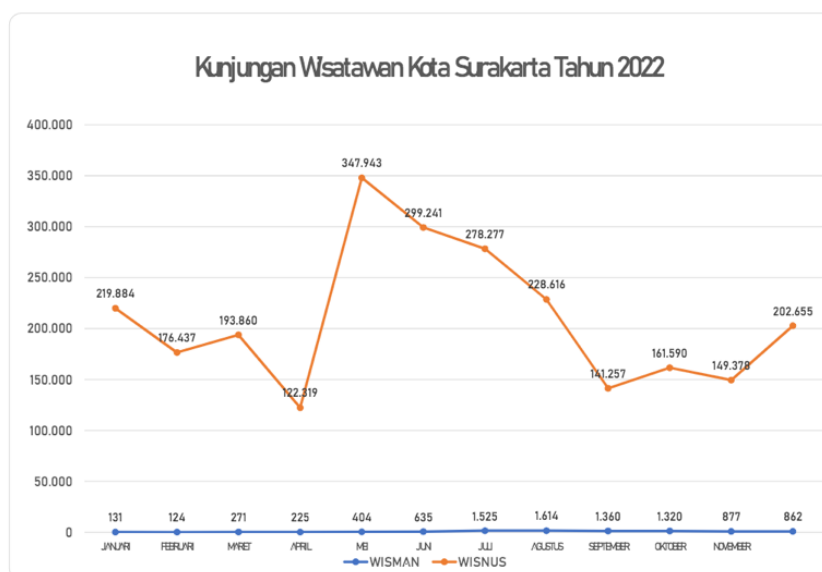
Selain melakukan pengawasan, *digital content manager* melakukan evaluasi terhadap kinerja *crew* yang ada di Gibran TV. Hal ini dilakukan agar mengetahui kesalahan-kesalahan atau kekurangan yang dilakukan oleh seluruh *crew* yang bertugas dalam melakukan kinerja ataupun saat proses produksi berlangsung, supaya kesalahan atau kekuarangan tidak terulang kembali. Evaluasi di Gibran TV dilakukan setelah para *crew* produksi maupun liputan terkait konten mempromosikan Kota Solo, apabila *crew* merasa sangat kelelahan dihari itu, maka evaluasi dilakukan dihari setelahnya, ketika para *crew* sedang datang maupun berkumpul di kantor.

Di kantor Gibran TV tidak setiap hari ada tim yang datang ke kantor, hanya saja saat akan ada produksi maupun diadakannya evaluasi secara bersama, crew mengerjakan pekerjaan diperbolehkan dimana saja, asalkan pekerjaan tersebut dapat distorkan ke pihak *digital content manager*. Beberapa hal yang di evaluasi adalah terkait informasi saat *breafing* saat pembuatan konten mempromosikan Kota Solo apakah sudah tersampaikan dengan baik, kendala saat dilokasi liputan maupun lokasi *shooting*, memeberikan solusi saat mendapatkan kendala apabila kelak terjadi lagi.

Keberhasilan produksi konten *youtube* Gibran TV tentunya tidak lepas dari hasil kerja keras tim produksi *youtube* Gibran TV dan manajemen produksi yang baik. Keberhasilan tersebut di nilai dari tercapainya tujuan yang di harapkan yaitu peningkatan jumlah viewers, subscribers dan peningkatan wisatawan di Kota Solo. Tim produksi *youtube* Gibran TV berharap dapat terus menghasilkan konten-konten yang berkualitas pada *channel youtube* Gibran TV.

Tabel 3.  
Kunjungan wisatawan Surakarta tahun 2022

BULAN	WISMAN	WISNUS
JANUARI	131	219.884
FEBRUARI	124	176.437
MARET	271	193.860
APRIL	225	122.319
MEI	404	347.943
JUNI	635	299.241
JULI	1.525	278.277
AGUSTUS	1.614	228.616
SEPTEMBER	1.360	141.257
OKTOBER	1.320	161.590
NOVEMBER	877	149.378
DESEMBER	862	202.655
<b>JUMLAH</b>	<b>9.348</b>	<b>2.521.457</b>
<b>TOTAL WISATAWAN</b>	<b>2.530.805</b>	



Sumber : [pariwisatasolo.surakarta.go.id](http://pariwisatasolo.surakarta.go.id)

Dari paparan yang sudah peneliti paparkan di atas mengenai manajemen produksi konten *youtube* Gibran TV mulai dari tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. Tim produksi *youtube* Gibran TV telah melakukan manajemen produksi konten *youtube* yang kurang baik, hal tersebut dikarenakan masih adanya crew

yang menjalankan jobdesk lebih dari satu, sehingga tujuan utama yang di harapkan pun belum tercapai yaitu terkait jumlah wisatawan Kota Solo masih terdapat penurunan, atau kurang stabilnya jumlah wisatawan di Kota Solo. Dari satu tahun terakhir yang telah di tunjukan oleh grafik kunjungan wisatawan Kota Surakarta tahun 2022 di atas.

Pada awal bulan tahun 2023 wisatawan Kota Solo mengalami peningkatan karena adanya 17 titik pembangunan baru yang ada di Kota Solo, beberapa contoh pembagunan yang sudah jadi hingga penelitian ini dilakukan yaitu Masjid Seikh Zayed, Solo Safari, Pracima Tuin, Ngarsopuro dan Koridor Gatot Subroto, dan Shelter Manahan, hal ini dibuktikan oleh libur panjang Imlek 2023, wisatawan memilih tak berlama-lama di Yogyakarta dan langsung pindah ke Solo, Jawa Tengah. Hal tersebut disampaikan oleh Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran (PHRI) Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) Deddy Pranowo Eryono. Ia mengatakan bahwa pada libur panjang Imlek 2023 okupansi hotel masih belum bisa menyamai saat libur Natal 2022 dan tahun baru 2023. Terutama tanggal 24 dan 31, sempat turun tapi enggak tajam lalu meningkat lagi. PHRI DIY sempat bertanya langsung kepada tamu hotel saat libur Imlek. Kebanyakan para tamu setelah menginap di Yogyakarta, langsung pindah ke Solo. Hal ini dijelaskan oleh Deddy Pranowo Eryono selaku Perhimpunan Hotel dan Restoran (PHRI) Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) (Seto, 2023).

Setelah di Yogya, kebanyakan stay-nya di Solo. Ini kan menjadi catatan penting bagi DIY. Alasan mereka pengen pindah ke Solo,



kenapanya karena ingin melihat suasana Solo. Selain itu, gencarnya promosi wisata di Kota Solo mampu menarik minat wisatawan yang ada di Yogyakarta. Hal ini dijelaskan oleh Deddy Pranowo Eryono selaku Perhimpunan Hotel dan Restoran (PHRI) Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).

Ia mencontohkan bentuk dukungan Pemerintah Kota Solo yakni memberikan diskon pembayaran pajak kepada pelaku usaha hotel, normalnya pajak hotel sebesar 10 persen. Setelah membayar pajak 10 persen, Pemerintah Kota Solo mengembalikan pajak yang dibayarkan sebesar 5 persen. Hal ini dijelaskan oleh Deddy Pranowo Eryono selaku Perhimpunan Hotel dan Restoran (PHRI) Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Menurut Deddy Pranowo Eryono selaku Perhimpunan Hotel dan Restoran (PHRI) Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) apa yang dilakukan Pemerintah Kota Solo dapat ditiru oleh pemerintah kota maupun kabupaten di DIY. Bantuan pemerintah dapat menimbulkan multiplier effect pada industri pariwisata.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Bedasarkan dari hasil pembahasan dan analisis peneliti tentang pelaksanaan manajemen produksi dalam menayangkan informasi terkait mempromosikan potensi yang ada di Kota Solo, dapat disimpulkan bahwa dalam proses produksi sudah menerapkan manajemen produksi, walaupun Gibran TV telah menerapkan empat fungsi manajemen produksi, yaitu *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Pelaksanaan), dan *Controlling* (Pengawasan) namun untuk pembagian jobdeks para crew tidak sesuai struktur organisasi awal yang sudah ditetapkan, dikarenakan kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) sehingga kurang aktifnya unggahan video, dari segi kontennya juga terlihat kurang inovasi dan kreatifitas. Peneliti mengetahui bagaimana manajemen produksi konten *youtube* Gibran TV dalam mempromosikan Kota Solo dengan teori manajemen produksi yang dikemukakan oleh George Robert Terry.

Hasil yang diperoleh kemudian melalui analisis data terhadap manajemen produksi konten *youtube* Gibran TV yang menjadi fokus penelitian ini yaitu:

1. Tahap perencanaan adalah tahap dari semua pekerjaan dan kegiatan yang berlangsung sebelum realisasi ide/konsep. Tahap perencanaan berupa persiapan, pertimbangan dari konsep yang akan disampaikan kepada ke publik. Tim produksi *youtube* Gibran TV dalam membuat ide/konsep selalu

mengidentifikasi adanya peluang agar konten yang mereka buat dapat dinikmati masyarakat luas. Mereka selalu mengandalkan momentum dan mempelajari isu-isu yang sedang ramai dibicarakan, kemudian nantinya dapat dituangkan menjadi ide konten.

2. Pelaksanaan yang dilakukan oleh tim produksi *youtube* Gibran TV dengan menyusun jadwal dapat memaksimalkan hasil dan sekaligus dapat melatih kedisiplinan.
3. Evaluasi, beberapa hal yang di evaluasi adalah terkait informasi saat *breafing* saat pembuatan konten mempromosikan Kota Solo apakah sudah tersampaikan dengan baik, kendala saat dilokasi liputan maupun lokasi *shooting*, memeberikan solusi saat mendapatkan kendala apabila kelak terjadi lagi.

## **B. Saran**

Perkembangan *youtube* di era saat ini merupakan perubahan yang positif bagi masyarakat. Teknologi yang lebih maju dan canggih juga membuat para kreator *youtube* terus berkembang mengikuti perubahan zaman. Persaingan antara *conten creator* kan terus terjadi dan tidak dapat dihindari. Namun setiap *channel youtube* memiliki kelebihan dan ciri khas masing-masing sesuai dengan segmentasi penontonnya. Maka dari itu *channel youtube* terutama Gibran TV mampu bersaing dengan *conten creator* lainnya, saran saya adalah:

1. Gibran TV perlu melakukan *pe-recruitan* karyawan/*crew*, agar tidak ada yang menduduki lebih dari satu divisi. Dengan itu akan mempermudah kinerja dari

setiap karyawan/*crew* dan akan lebih terfokus dalam menjalankan tugas dari setiap divisi.

2. Gibran TV dalam memberikan data terkait penelitian sebaiknya welcome kepada peneliti dalam pengumpulan data, dan tidak hanya penjelasan singkat.

Dalam penelitian ini, penulis juga ingin memberikan saran terhadap pembaca. Jika pembaca menjadikan penelitian ini sebagai rujukan tentang penerapan Manajemen Produksi, pembaca juga harus memahami apa *konsep* Manajemen Produksi itu sendiri supaya dapat memilah mana yang benar dan mana yang salah. Karena penelitian ini masih jauh dari kata sempurna.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Bedasarkan pada penelitian langsung oleh peneliti dalam prosesnya, ada beberapa keterbatasan yan dialami dan dapat menjadi faktor agar dapat lebih diperhatikan lagi bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam menyempurnakan penelitiannya. Penelitian ini tentu memiliki kekurangan yang perlu untuk terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Pihak crew Gibran TV banyak yang sulit untuk ditemui, dikarenakan crew tidak selalu berada dikantor, ketika dihubungi via whatsapp selalu tidak ada waktu yang tepat, dan tidak ada konfirmasi lebih lanjut oleh pihak crew.
2. Peneliti hanya mewawancari 4 crew dari total 6 crew, yaitu *digital content manager* yang mengepalai Gibran TV dan juga mengetahui urutan

keseluruhan proses produksi Gibran TV, dan mewawancarai videografer yang mengetahui kondisi proses produksi saat dilapangan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andhita, P. (2021). *Komunikasi Visual*. CV. ZT CORPORA.
- APJI. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. *Apji.or.Od, June*. apji.or.id
- Cahyono, A. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. 9.
- Caropeboka, R. (2017). *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. CV. ANDI OFFSET.
- Febriyanti, Z., & Karina, N. . N. (2021). *Kontruksi Berita CNN Indonesia Tentang Gibran Rakabuming Raka Pasca PILKADA Serentak Kota Solo 2020 : Analisis Framing Perspektif Zhongdang PAN - Gerald M Kosicki*. 2.
- Hajar, I. (2018). Youtube sebagai Sarana Komunikasi Dakwah di Kota Makassar (Analisis Sosial Media). *Jurnal Al-Khitabah, Vol. V, No(Komunikasi dan Penyiaran Islam), 79 – 94*.  
<http://search.proquest.com/docview/218921399?accountid=12008>
- Kriyantono, R. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Lontoh, J. K. ... Kawet, R. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon*. 8.
- Mahardika, R. (2021). *Manajemen Produksi Video Youtube Akun Kang Pardi Prabowo Dalam Mempromosikan Kota Ponorogp*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Mekarisce, A. A. (2020). *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Dibidang Kesehatan Masyarakat*. 12.
- Prabowo, A. (2021). *Manajemen Produksi Channel Youtube Febri Fegan Dalam Meningkatkan Kualitas Konten Gaming Di Media Youtube*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Prastowo, & Andi. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Ar-ruzz Media.
- Pujaastawa, I. (2016). *Teknik wawancara dan observasi untuk pengumpulan bahan informasi* [Universitas Udayana].  
[https://simdos.unud.ac.id/uploads/file\\_penelitian\\_1\\_dir/8fe233c13f4addf4cee15c68d038aeb7.pdf](https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/8fe233c13f4addf4cee15c68d038aeb7.pdf)
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media*

*Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). 3.*

Rakhmat, J. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.

Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif*. 17.

Seto, W. (2023). *Wisatawan Banyak Pindah ke Solo Saat Libur Imlek 2023, Pemda DIY Diminta Tiru Cara Pemkot Solo*. Kompas.Com.

Sidiq, M. (2020). *YouTube Bram Dermawan Dalam Meningkatkan Jumlah Subscriber YouTube Pada Tahun 2018 ( Studi Terhadap Channel YouTube*.

Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.

Surandika, A. A. A. G. S. A. J. (2020). Penggunaan Youtube sebagai Media Pembelajaran Jarak Jauh pada Kelas III Sekolah Dasar Islam An – Nizomiyah. *Prosiding SEMNASLIT LPPM UMJ*, 161–171. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit/article/view/8781>

Surokim ... Camelia, A. (2016). *Riset Komunikasi Strategi Praktis Bagi Peneliti Pemula*. Pusat Kajian Komunikasi Publik.

Terry, G. R. (2016). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Bumi Aksara.

Triningtyas, D. (2016). *komunikasi antar pribadi*. CV. AE MEDIA GRAFIKA.

Ulya, A. (2021). *Pengaruh Media Youtube Dengan Kombinasi Mind Mapping Pada Materi Struktur Dan Fungsi Jaringan Tumbuhan Terhadap PENGETAHUAN Siswa MAN 2 Pati*. Institut Agama Islam Negeri Kudus.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH  
Jl. Pandawa Pucangan Kartasura Sukoharjo Telp. (0271) 781516 Fax. (0271) 782774  
Homepage : www.iain-surakarta.ac.id E-mail: [lud\\_uin@iain-surakarta.ac.id](mailto:lud_uin@iain-surakarta.ac.id)

Nomor : B- 4819/Un.20/F.I/PP.01.1/12/2022 Surakarta, 20 Desember 2022  
Lampiran : -  
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.  
Pimpinan Gibran TV  
Jl. Slamet Riyadi, Penumping, Kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Islah, M. Ag  
NIP : 19730522 200312 1 001  
Pangkat : Pembina/(IV/a)  
Jabatan : Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
UIN Raden Mas Said Surakarta

Memohon izin Penelitian bagi mahasiswa kami:

Nama : Aniza Fitrianingrum  
NIM : 191211014  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Waktu Penelitian : 23 Desember 2022 - 23 Februari 2023  
Lokasi : Gibran TV  
Judul Penelitian : Manajemen Produksi Channel YouTube Akun "Gibran Rakabuming" Dalam Mempromosikan Kota Solo.


Demikian surat ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**





## Lampiran 2 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian



**SURAT KETERANGAN**  
Nomor : 002/TNKDG/SKP/II/2023



Yang bertanda tangan di bawah ini, Digital Content Manager Tim Narasi Konten Digital Rakabuming, menerangkan bahwa :

- Nama : Aniza Fitrianingrum
- NIM : 191211014
- Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah (UIN Raden Mas Said Surakarta)

Bahwa nama tersebut di atas, telah melakukan penelitian skripsi yang berjudul Manajemen Produksi Channel Youtube Akun "Gibran Rakabuming" Dalam Mempromosikan Kota Solo di GibranTV.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Solo, 27 Februari 2023

Farid Muttaqin  
(Digital Content Manager Tim Narasi Konten Digital Rakabuming)

**TNKDG**  
TIM NARASI KONTEN DIGITAL GIBRAN RAKABUMING

LOJI GANDRUNG Jl. Slamet Riyadi 261, Solo 57141, Jawa Tengah, Indonesia  
gibrantvsolo@gmail.com

### **Lampiran 3 Transkrip Wawancara 1**

Nama : Farid Muttaqin

Jabatan : Digital Content Manager

Tanggal : 25 Januari 2023 pukul 10.00

#### **1. Apa saja tugas *digital content manager* di GIBRAN TV?**

*Digital Content Manager*, bertanggung jawab atas semua dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi. *Digital Content Manager* bertugas untuk koordinasi tim, dan mempunyai wewenang memegang akun Gibran TV, sehingga *Digital Content Manager* juga bertugas untuk upload konten.

#### **2. Bagaimana tanggapan GIBRAN TV tentang persaingan *channel youtube* kompetitor sesama pesaing politik?**

Politikus di Indonesia yang terjun ke media *youtube* untuk menuangkan atau menunjukkan citranya di dunia politik, namun hanya Gibran Rakabuming yang membahas mengenai potensi daerahnya sendiri, dimana ia menjabat. Dengan itulah yang mendorong Gibran TV untuk membuat *channel youtube* Gibran TV harus memperhatikan benar-benar manajemennya agar tetap tidak kalah dengan kompetitor.

#### **3. Manajemen seperti apa yang dilakukan oleh GIBRAN TV dalam konten video mengenai promosi terhadap Kota Solo?**

Yaitu dengan pemunculan ide sebelum produksi konten, adanya pembagian tim berdasarkan jumlah titik lokasi *event*. Struktur organisasi pada Gibran TV masih ada beberapa divisi yang posisinya dirangkap, adanya faktor

pendukung dan penghambat menjadi hal dihadapi dalam menayangkan informasi terkait mempromosikan Kota Solo, memberi arahan atau pengaruh kepada seluruh crew berupa *briefing*, dilakukan adanya evaluasi untuk seluruh crew, tahap terakhir dari proses produksi, yaitu tahap pasca produksi. Pada tahapan ini, dilakukannya penyuntingan dan pengecekan, kemajuan produksi.

**4. Bagaimana pengorganisasian yang diterapkan GIBRAN TV dalam membuat konten dalam hal mempromosikan Kota Solo?**

Pengorganisasian pada Gibran TV sudah sesuai dengan tanggung jawab setiap anggota organisasi. Namun masih terdapat beberapa *crew* di Gibran TV yang menempati divisi lebih dari satu. Terdapat divisi videografi yang merangkap kedalam divisi editor dan begitupun sebaliknya, divisi editor merangkap kedalam divisi videografi.

**5. Bagaimana bentuk evaluasi yang diterapkan GIBRAN TV?**

Evaluasi biasanya membahas terkait komunikasi, kendala saat berada dilapangan, evaluasi dilakukan setelah tim yang dilapangan menyelesaikan tugasnya akan diadakan evaluasi dengan makan siang atau malam, ya sesuai kapan crew menyelesaikan liputan atau shooting pembuatan konten untuk promosi Kota Solo. Terkadang apabila crew sudah kelelahan seharian dilapangan evaluasinya dilanjut apabila crew sedang berada dikantor, evaluasinya tidak yang pakem kaku seperti diperusahaan biasanya, hanya evaluasi ringan saja, yang penting solusi dari masalah dan kendala dapat teratasi.

**6. Apa saja tahap perencanaan yang dilakukan GIBRAN TV dalam mempromosikan Kota Solo?**

Perencanaan Gibran TV dalam menayangkan informasi mengenai potensi Kota Solo, dimulai dengan pra produksi yaitu dengan pemunculan ide sebelum produksi konten, yang ide tersebut dituangkan didalam *script conten* yang akan dibuat, *script content* tersebut digunakan untuk *dubbing* atau *voice over* video konten yang akan diproduksi. Adanya pembagian tim berdasarkan jumlah titik lokasi *event*, pembagian tersebut diserahkan kepada divisi videografi, selaku tim yang bertugas dilapangan. Sebelum tim terjun kelapangan akan diadakannya *breafing* secara langsung dikantor maupun via *whatsaap* grup, setelah itu tim mempersiapkan alat-alat yang digunakan untuk *shooting* maupun liputan yang berupa kamera, lensa, audio recorder, dan alat pendukung lainnya untuk kebutuhan produksi.

**7. Apakah konten mengenai promosi Kota Solo dapat menambah ketertarikan penonton terhadap *channel youtube* GIBRAN TV?**

Di Gibran TV *genre backsoundnya* kami ambil berdasarkan kesukaan mas Gibran yaitu musik metal, karena hal tersebut menjadikan ciri khas dari sebuah konten yang disajikan. Terkadang kami juga menggunakan *backsound* memasak, padahal video yang ditampilkan adalah pertandingan sepak bola. Semua hal tersebut bertujuan agar video yang disajikan Gibran TV terlihat nyleneh, itulah yang menarik minat penonton untuk berdatang.

**8. Apa yang dilakukan setelah proses produksi selesai?**

Video di unggah di *channel youtube* Gibran TV, tim produksi *youtube*

Gibran TV juga turut membagikan tautan video konten *youtube* pada akun media sosial Gibran Rakabuming seperti Instagram, Facebook, Tiktok, Twitter. Tujuannya agar setiap pengguna tidak ketinggalan info dengan konten yang di sajikan oleh *channel youtube* Gibran TV.

**9. Berapa lama jangka *upload youtube* GIBRAN TV?**

Tidak menentu, dikarenakan tujuan kami upload konten ketika dimana pada momen yang sesuai dengan isi konten tersebut maka disitulah waktu yang tepat untuk upload konten, intinya berdasarkan momen yang datang.

**10. Bagaimana GIBRAN TV menyikapi perkembangan media yang semakin pesat?**

Mas Gibran tidak pernah membatasi crew untuk berkarya, sehingga kami para crew bisa mengesplor dan mengembangkan potensi dalam memproduksi konten agar daya kreatifitas para crew dapat berkembang dan dapat mengikuti perkembangan media yang pesat.

**11. Apa yang menjadi tolak ukur keberhasilan *channel youtube* GIBRAN TV?**

Keberhasilan *channel youtube* Gibran TV yaitu dengan meningkatnya jumlah subscriber, viewers, dan meningkatnya jumlah wisatawan di Kota Solo.

**12. Apakah GIBRAN TV mempunyai platform lain selain *youtube*?**

Setelah semuanya selesai dan video sudah di upload di *youtube*, kita juga promosikan video tersebut di Instagram, Twitter, Tiktok, dan Facebook milik pribadi mas Gibran biasanya, tujuannya ya biar pengguna media sosial

lain juga tidak ketinggalan info.

**13. Apa yang menjadi faktor pendukung dan penghambat saat liputan event Kota Solo?**

Ketika mau liputan terkait konten promosi Kota Solo kami selalu mendapatkan akses dari panitia untuk menghadiri dan membuat konten diacara, walaupun terkadang peraturan panitia yang sedikit rumit namun kami tetap akan mendapatkan kesempatan ikut andil dalam event tersebut.

**Transkrip Wawancara 2**

Nama : Is Ariyanto

Jabatan : Videografer

Tanggal : 30 Januari 2023 pukul 10.00

**1. Apa saja tugas videografer GIBRAN TV?**

Bertugas untuk mengambil gambar berupa video yang ada dilapangan saat liputan maupun saat pembuatan konten yang akan diproduksi.

**2. Apa saja yang dipersiapkan tim GIBRAN TV sebelum proses produksi berlangsung ?**

Biasanya kita awal bulan sudah membuat daftarnya, ya tema konten dan jadwal produksinya. Tapi kadang juga kondisional, contoh Kota Solo sedang banyak pembangunan, nah kita buat konten promosi dengan tema 17 titik pembangunan di Kota Solo. Tapi sebelum itu kita berdiskusi dulu dengan tim untuk mematangkan ide. Saat kami produksi konten untuk mempromosikan Kota Solo, pembuatan konsep dari tim adalah hal

terpenting untuk mengihupkan sebuah konten sebelum kami terjun ke lapangan, lalu pengecekan alat seperti kamera, lensa, gimbal, batrai yang perlu di cas terlebih dahulu, dan alat kebutuhan shooting yang lain.

**3. Sebagai tim videografer apa saja yang perlu dipersiapkan sebelum terjun ke lapangan?**

Adanya pembagian tim berdasarkan jumlah titik lokasi *event*, pembagian tersebut diserahkan kepada divisi videografi, selaku tim yang bertugas dilapangan. Sebelum tim terjun kelapangan akan diadakannya *breafing* secara langsung dikantor maupun via *whatsaap* grup, setelah itu tim mempersiapkan alat-alat yang digunakan untuk *shooting* maupun liputan yang berupa kamera, lensa, audio recorder, dan alat pendukung lainnya untuk kebutuhan produksi.

**4. Bagaimana pengkoordinasian saat terjun ke lapangan?**

Semua crew harus selalu standby ponsel apabila ada breafing dadakan whatsapp grup, ketika ada perintah dadakan untuk meliput event Kota Solo yang sebagai bahan untuk mempromosikan potensi yang ada di Solo, crew siapapun bisa berangkat apabila ada acara yang sebelumnya tidak terdapat didaftar acara yang akan diliput Gibran TV yaitu yang fast respon membuka breafingan digrup, jadi tidak sesuai divisi yang ditetapkan sebelumnya. Pemastian kepada pihak panitia terkait akses pengambilan gambar, saat event berlangsung.

**5. Apakah struktur organisasi sudah berjalan semestinya?**

Kalau struktur organisasi disini dikatakan belum tertata sesuai bagiannya masing-masing. Tapi karena orangnya yang di sini tidak terlalu banyak, masih ada struktur organisasi yang bagiannya merangkap atau lebih dari satu. Seperti contohnya tim editor selalu membantu tim videografi apabila kualahan saat terjun ke lapangan, begitupun tim videografi selalu membantu tim editor apabila ada konten kejar tayang yang pengerjaannya harus lebih cepat dari biasanya.

**6. Berapa lama proses *shooting* dilaksanakan?**

Kalau proses syuting kita kerjakan pada jam kerja, sangat jarang jika syuting pada malam hari. Biasanya kita syuting 1-3 hari tergantung materi. Dalam satu bulan kita biasanya syuting 2-3 kali. Tapi juga kondisional ya, kadang ada event dadakan atau permintaan dari atasan.

**7. Bagaimana bentuk evaluasi yang diterapkan videografer GIBRAN TV?**

Evaluasi biasanya membahas terkait komunikasi, kendala saat berada dilapangan, evaluasi dilakukan setelah tim yang dilapangan menyelesaikan tugasnya akan diadakan evaluasi dengan makan siang atau malam, ya sesuai kapan crew menyelesaikan liputan atau shooting pembuatan konten untuk promosi Kota Solo. Terkadang apabila crew sudah kelelahan seharian dilapangan evaluasinya dilanjut apabila crew sedang berada dikantor, evaluasinya tidak yang pakem kaku seperti diperusahaan biasanya, hanya evaluasi ringan saja, yang penting solusi dari masalah dan kendala dapat teratasi.



**8. Apa yang membedakan konsep video dalam konten terkait mempromosikan Kota Solo Gibran TV dengan *channel youtube* yang lain?**

*Genre backsoundnya* diambil berdasarkan kesukaan mas Gibran yaitu musik metal, Terkadang kami juga menggunakan *backsound* memasak, padahal video yang ditampilkan adalah pertandingan sepak bola.

**9. Apa saja faktor penghambat dan pendukung yang dialami videografer GIBRAN TV dalam membuat konten promosi Kota Solo?**

Faktor penghambat Apabila Solo lagi rame-ramenya event, dan setiap harinya dibagi 3-4 titik, kami crew yang total terdapat 6 orang mau tidak mau yang dari divisi lain tetap harus ikut membantuk tim yang tejun ke lapangan, disisi lain tim juga sangat minimal tetapi harus bisa mengamankan gambar semua event yang dilaksanakan. Sebenarnya tidak semua event akan kami edit, hanya saja jaga-jaga apabila atasan menghendaki video tersebut diproses lebih lanjut.

Faktor Pendukung ketika mau liputan terkait konten promosi Kota Solo kami selalu mendapatkan akses dari panitia untuk menghadiri dan membuat konten diacara, walaupun terkadang peraturan panitia yang sedikit rumit namun kami tetap akan mendapatkan kesempatan ikut andil dalam *event* tersebut.

### **Transkrip Wawancara 3**

Nama : Putra Pratama

Jabatan : Videografer

Tanggal : 27 Januari 2023 pukul 10.00

**1. Apa saja tugas videografer GIBRAN TV?**

Bertugas untuk mengambil video yang ada dilapangan saat liputan maupun saat pembuatan konten yang akan diproduksi.

**2. Sebagai tim videografer apa saja yang perlu dipersiapkan sebelum terjun ke lapangan?**

Adanya pembagian tim berdasarkan jumlah titik lokasi *event*, pembagian tersebut diserahkan kepada divisi videografi, selaku tim yang bertugas dilapangan. Sebelum tim terjun kelapangan akan diadakannya *breafing* secara langsung dikantor maupun via *whatsaap* grup, setelah itu tim mempersiapkan alat-alat yang digunakan untuk *shooting* maupun liputan yang berupa kamera, lensa, audio recorder, dan alat pendukung lainnya untuk kebutuhan produksi.

**3. Bagaimana pengkoordinasian saat terjun ke lapangan?**

Tim yang akan terjun ke lapangan memastian kepada pihak panitia terkait akses pengambilan gambar, tanggal dan rowndown. Pembagian titik posisi dan kebutuhan pengambilan gambar.

**4. Bagaimana cara supaya proses produksi berjalan dengan lancar?**

Kalau alat perlengkapan shooting, sudah disediakan oleh Gibran TV, seperti lighting, kamera, microphone, laptop untuk edit dll. Untuk perawatan alat-alat tersebut itu tanggung jawab kita. Sebelum shooting kita prepare dulu, alat-alat apa aja yang akan di perlukan di lokasi. Tapi kalau butuh alat tambahan dan kita belum punya biasanya menggunakan alat pribadi dari crew. Misal butuh kamera tiga, nah kita kan kamera cuma ada dua ya sisanya menggunakan alat pribadi.

**5. Apa saja yang dilakukan setelah proses produksi berlangsung?**

Proses pasca produksi meliputi pengambilan bahan dari *library*, mempelajari skenario, editing kasar dan halus, perakitan narasi, *dubbing* narasi, tambahkan ilustrasi musik, tambahkan *sound effect*, penentuan judul, *mixing*, *picture lock*, final edit dan distribusi gambar.

**6. Bagaimana terkait pengelolaan alat?**

Dalam mengelola peralatan *shooting*, Gibran TV memberikan tanggung jawab sepenuhnya kepada divisi atau bagian masing-masing untuk menjaga peralatannya.

**7. Bagaimana bentuk evaluasi yang diterapkan videografer GIBRAN TV?**

Evaluasi di Gibran TV dilakukan setelah para crew produksi maupun liputan terkait konten mempromosikan Kota Solo, apabila crew merasa sangat kelelahan dihari itu, maka evaluasi dilakukna dihari setelahnya, ketika para crew sedang datang maupun berkumpul di kantor.

**8. Apa yang membedakan konsep video dalam konten terkait mempromosikan Kota Solo Gibran TV dengan *channel youtube* yang lain?**

*Genre backsoundnya* diambil berdasarkan kesukaan mas Gibran yaitu musik metal, karena hal tersebut menjadikan ciri khas dari sebuah konten yang disajikan. Terkadang kami juga menggunakan *backsound* memasak, padahal video yang ditampilkan adalah pertandingan sepak bola. Semua hal tersebut bertujuan agar video yang disajikan Gibran TV terlihat nyleneh, itulah yang menarik minat penonton untuk berdatang.

**9. Jenis pola dan format apa yang cocok pada konsep yang akan di produksi?**

Dalam melaksanakan perencanaan tersebut, langkah-langkah yang biasa dilakukan adalah pembuatan *storyline* agar alur dalam konten jelas dan terarah. Biasanya tim produksi *youtube* Gibran TV diskusi kembali mengenai alur lalu memilih menggunakan pola dokumentasi, stok footage, vlog atau sharing experience. membuat story line atau konsep kasar sebagai pegangan teknis agar sesuai.

**10. Berapa ketentuan durasi konten yang ditetapkan?**

Untuk durasi kita gak ada batasan sih, minimal berapa menit atau maksimal berapa menit gitu gak ada. Karena yang penting itu poin nya sampai dan di terima sama penonton, jadi penonton gak cuma nonton aja tapi juga tertarik dengan produk yang di tawarkan.

**11. Apa saja faktor penghambat dan pendukung yang dialami videografer GIBRAN TV dalam membuat konten promosi Kota Solo?**

Faktor penghambat Apabila Solo lagi rame-ramenya event, dan setiap harinya dibagi 3-4 titik, kami crew yang total terdapat 6 orang mau tidak mau yang dari divisi lain tetap harus ikut membantuk tim yang tejun ke lapangan, disisi lain tim juga sangat minimal tetapi harus bisa mengamankan gambar semua event yang dilaksanakan. Sebenarnya tidak semua event akan kami edit, hanya saja jaga-jaga apabila atasan menghendaki video tersebut diproses lebih lanjut.

Faktor Pendukung ketika mau liputan terkait konten promosi Kota Solo kami selalu mendapatkan akses dari panitia untuk menghadiri dan membuat konten diacara, walaupun terkadang peraturan panitia yang sedikit rumit namun kami tetap akan mendapatkan kesempatan ikut andil dalam *event* tersebut.

## **Transkrip Wawancara 4**

Nama : Andry Sarwoto

Jabatan : Editor

Tanggal : 28 Januari 2023 pukul 10.00

### **1. Apa saja tugas editor GIBRAN TV?**

Tugas video editor Gibran TV adalah dibagian pasca produksi yaitu mengedit video yang telah diambil saat proses produksi berlangsung.

### **2. Apa yang menjadi tahap awal proses produksi?**

Kita melakukan riset dulu sebelum memproduksi konten untuk menentukan topik/tema. Tema yang akan diproduksi biasanya adalah sesuatu yang sedang hype, atau bisa juga sesuatu yang baru di Kota Solo. Proses risetnya ya kita banyak membaca, misal membaca berita, membaca buku, membaca artikel-artikel, terus membaca yang sifatnya tidak tekstual seperti membaca kondisi yang sedang terjadi.

### **3. Apa pentingnya tahap editing di GIBRAN TV?**

Untuk software editing video kita pakai adobe premiere sama after effect, dua software itu yang biasanya kita pakai karena mudah digunakan. Selain itu, sebenarnya proses editing itu penting banget jadi kita harus maksimal. Karena nggak mungkin kita upload video mentah tidak di edit pasti penonton tidak tertarik. Biasanya proses editing sendiri satu hari. Setelah di

edit, di koreksi dulu sama atasan. Ya sama kayak produksi siaran tv pasti melewati quality control dulu sebelum di publikasikan.

**4. Sebagai editor apa saja yang perlu dipersiapkan sebelum masuk ke dapur editing?**

Sebelum dilakukan editing, tim produksi *youtube* Gibran TV melakukan file-ing dan Logging. File-ing adalah memindahkan materi hasil *shooting* ke hardisk secara rapi untuk kemudian di edit, sedangkan Logging merupakan proses preview dan pemilihan gambar hasil *shooting* hal tersebut untuk memudahkan editor dalam mengedit gambar.

**5. Bagaimana tahap pengkoordinasian dengan tim divisi lainnya?**

Untuk produksi konten-konten pembagian jobdesk kita gantian ya pokoknya kita kerjakan bersama mulai dari penulisan naskah, pengambilan gambar dan editing. Kalau untuk miskom (kesalah pahaman) jarang ya, soalnya kita pasti diskusi dulu sebelum mulai.

**6. Apa yang membedakan konsep editan dalam konten terkait mempromosikan Kota Solo dengan *channel youtube* yang lain yang sama terkait mempromosikan kota?**

Di Gibran TV *genre backsoundnya* diambil berdasarkan kesukaan mas Gibran yaitu musik metal, karena hal tersebut menjadikan ciri khas dari sebuah konten yang disajikan. Terkadang juga menggunakan *backsound* memasak, padahal video yang ditampilkan adalah pertandingan sepak bola. Semua hal tersebut bertujuan agar video yang disajikan Gibran TV terlihat nyleneh, itulah yang menarik minat penonton untuk berdatangan.

**7. Apa saja faktor penghambat dan pendukung yang dialami editor GIBRAN TV dalam membuat konten promosi Kota Solo?**

Faktor penghambat terkait masalah personal saja, yang berhubungan dengan mood dalam mengedit. Faktor pendukung adalah tidak adanya tuntutan dalam hasil editan, yang terpenting informasi dapat tersampaikan secara lengkap ke penonton.

**8. Berapa lama proses editing berlangsung?**

Tidak dapat dipastikan, semua tergantung perintah atasan, konten akan dinaikkan kapan.

**9. Apa yang dilakukan setelah proses editing?**

Setelah di edit kemudian melakukan content preview dengan atasan kemudian melakukan revisi content preview sebelum upload.



**Lampiran 4 Dokumentasi**



**Foto Gedung Kantor Gibran TV  
30 Januari 2023 pukul 12.00 WIB**



**Foto ketika setelah wawancara dengan Is Ariyanto Videografer Gibran TV  
30 Januari 2023 pukul 11.00 WIB**



**Foto ketika wawancara dengan Putra Pratama Videografer Gibran TV  
25 Januari 2023 pukul 10.00**



**Foto ketika wawancara dengan Farid Muttaqin sebagai Digital Content  
Manager  
25 Januari 2023 pukul 11.00**



**Foto ketika wawancara dengan Andry Sarwoto sebagai Video Editor  
28 Januari 2023 pukul 10.00**

