

# Evaluasi Produksi Video UMKM Jasijuka di Facebook

Bagas Radityo Wicaksono<sup>1)</sup>, Agustrijanto<sup>2)</sup>

Ilmu Komunikasi, Fakultas Bisnis dan Komunikasi, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis  
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta 13210

<sup>1)</sup> Email: bagasradityo45@gmail.com

<sup>2)</sup> Email: agustrijanto@kalbis.ac.id

**Abstract:** MSME Jasijuka produces videos to convey their videos through Facebook, but the results are not optimal. The purpose of the production of this promotional video is to market the product so that it is well known by the public. This study uses a model theory production of Herbert Zettl and using the basic concept of evaluation, video production, facebook and SMEs. This study uses a post-positivism paradigm, with a methodical approach qualitative (case study). The results of this study indicate that the video production of the Jasijuka MSME is still carried out in conservative ways, namely not yet structured, not using concepts and scripts, and not using proper planning and video production processes. Video production is only limited to recording, so that MSME Jasijuka has the impression of suddenly making videos. Video production materials often contain product processing that is not supported by a structured storyline and messages and graphics are still monotonous.

**Keywords:** Evaluation, Facebook, Production, SMEs, Video

**Abstrak:** UMKM Jasijuka memproduksi video untuk menyampaikan videonya melalui Facebook, namun hasilnya belum maksimal. Tujuan dari produksi video promosi ini adalah untuk memasarkan produk agar dikenal baik oleh masyarakat. Penelitian ini menggunakan teori model produksi Herbert Zettl dan menggunakan landasan konsep evaluasi, video produksi, facebook dan UMKM. Penelitian ini menggunakan paradigma post positivisme, dengan pendekatan metode kualitatif (studi kasus). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa produksi video UMKM Jasijuka masih dilakukan dengan cara-cara konservatif yaitu belum terstruktur, belum menggunakan konsep dan naskah, dan belum menggunakan perencanaan dan proses produksi video yang tepat. Produksi video dilakukan hanya sebatas merekam saja sehingga UMKM Jasijuka berkesan membuat video secara mendadak. Materi produksi video seringkali berisi pengolahan produk yang tidak didukung alur cerita terstruktur serta pesan dan grafik masih bersifat monoton.

**Kata kunci:** Evaluasi, Facebook, Produksi, UMKM, Video

## I. PENDAHULUAN

Secara umum produksi video dapat menghasilkan gambar dengan konsep yang telah dibuat dan direncanakan sebelum melakukan proses produksi video. Kemudian mengambil gambar dengan cara merekam atau memotret sebuah objek dan kejadian di lapangan. Hasil-hasil rekaman yang didapatkan di lapangan kemudian dimasukkan kedalam sebuah *file* untuk mengumpulkan hasil videonya. Kemudian merangkainya menjadi alur cerita seperti yang telah di konsepskan. Konsep yang telah dibuat

dapat dikembangkan kedalam proses editing yang canggih dengan membuang adegan yang tidak perlu, menyambung adegan yang berbeda, dan memberikan efek-efek tertentu seperti *background* dan visual yang menjelaskan makna dari konsep yang disampaikan melalui video.

Dengan adanya produksi video dapat menyampaikan mengenai suatu makna, informasi, ide atau gagasan dari UMKM Jasijuka dalam menyajikan dan mendeskripsikan

produk-produk yang dijual UMKM Jasijuka, proses produksi videonya beserta harga penjualan dari masing-masing produk tersebut. Cara tersebut merupakan bagian dari penyampaian video UMKM Jasijuka. Tujuan dibuatnya produksi video yaitu untuk memberikan gambaran mengenai grafik dan pesan yang disampaikan oleh UMKM Jasijuka agar masyarakat dapat memaknai dan memahami grafik dan pesan yang disampaikan dari video yang disampaikan oleh UMKM Jasijuka.

Video adalah karya seni yang merupakan gabungan dari teknologi dan seni. Teknologi video yang terdiri teknologi mekanik, elektronik, dan optik terus berkembang secepat persaingan pasar. Perkembangan teknologi seperti kamera, grip, tripod, serta peralatan editing untuk mendukung kualitas-kualitas pembuatan video yang akan diproduksi. Video tidak hanya bersifat seni, tetapi bagian dari materi yang berkaitan langsung dengan media sosial, untuk menyampaikan suatu makna dan pesan melalui media sosial (Santoso, 2013 : 89).

Video juga merupakan salah satu untuk usaha produksi di bidang multimedia yang khusus menangani kebutuhan video baik dalam bidang kehidupan, kebutuhan masyarakat, profesi, produk, jasa dan perusahaan. Kemudian video tersebut disampaikan melalui media sosial agar dapat disaksikan oleh audiens.

Fungsi video adalah untuk mengomunikasikan ide atau gagasan, yang digunakan untuk memperkenalkan produk atau cara kerja yang dibuat melalui proses merekam gambar dan suara, menata urutan dan menyambung atau memotong gambar dan menyatukannya menjadi kesatuan yang utuh. Selain itu juga sebagai sarana

untuk mengomunikasikan ide atau gagasan melalui penyajian suatu produk yang telah dihasilkan. Sebagai sarana untuk mengomunikasikan ide atau gagasan, presentasi video harus mengemukakan keunggulan ide atau gagasan yang akan disampaikan. Ide atau gagasan merupakan upaya untuk mengatasi masalah yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari.

Selain sebagai sarana untuk menyampaikan pesan, video juga digunakan sebagai media pemasaran yang meningkatkan, dan memperkenalkan nama perusahaan dan UMKM, dan menjelaskan apa saja yang disampaikan dan dimiliki oleh UMKM Jasijuka melalui media sosial sehingga masyarakat dapat mengetahui isi dari video tersebut dan memberikan tanggapan dari video yang disajikan oleh UMKM Jasijuka.

Video tersebut juga menggunakan audio visual untuk melengkapi penampilan video agar dapat menarik perhatian audiens. Video sebagai media *audio visual* yang menampilkan gerak dan suara, semakin lama semakin populer di masyarakat. Pesan yang disajikan bisa bersifat fakta maupun fiktif. *Audio* dari video tersebut adalah pesan-pesan yang disampaikan oleh UMKM Jasijuka dalam melakukan pemasaran dan pengolahan produk. Kemudian *visual* dari video tersebut adalah tentang penyajian proses pengolahan produk dan proses produksi video di lokasi.

Audio adalah perangkat yang hanya dapat di dengar saja atau dengan kata lain hanya memiliki unsur suara (Sanaky, 2011:105). Kemudian visual adalah sebagai media pandang karena seseorang dapat memahami media yang disajikan melalui penglihatan. Media gambar yang diterapkan dalam

pembelajaran memiliki manfaat antara lain menimbulkan daya tarik bagi penonton, mempermudah pesan yang disampaikan, memperjelas bagian-bagian penting dalam pembuatan video, dan menyingkat suatu uraian yang panjang (Anitah, 2011: 9).

Pesan dalam video tersebut adalah mengomunikasikan pesan yang dapat menggunakan kata-kata maupun isyarat yang didefinisikan melalui ide kreatif, menarik perhatian, mudah diingat dan bahkan dapat menarik perhatian target audiens untuk menyaksikan video dalam rangka mengenali UMKM, proses produksi video yang dilakukan serta mendeskripsikan konten video yang disampaikan oleh UMKM Jasijuka. Untuk menghasilkan video yang tepat, diperlukan evaluasi video yang tepat sesuai dengan tanggapan dari tim UMKM Jasijuka maupun konsumen agar dapat mengembangkan proses produksi video.

Kemudian tahap produksi video adalah proses yang fokus pada pengambilan gambar atau visual beserta audio dari sebuah referensi video. Pengambilan gambar yang dilakukan pada proses ini ditentukan setelah ide atau skenario yang sudah dibuat. Tahap-tahap produksi video yang dilakukan adalah pengambilan gambar atau shooting yang merupakan kegiatan yang dilakukan oleh untuk melakukan pengambilan gambar dalam mengolah rancangan video yang direkam di lokasi. Kemudian memasuki tahap persiapan pengumpulan data video yang merupakan persiapan data video yang direkam oleh videografer untuk memudahkan proses editing video pada tahap pasca produksi (Hendratman, 2017: 717).

Proses pasca produksi video yang dilakukan UMKM Jasijuka adalah membahas kegiatan dan rencana yang akan dilakukan di lokasi baik dilapangan maupun sebelum di lapangan. Namun proses pra produksinya tidak berjalan secara profesional dan membawa peralatan yang dibutuhkan.

Proses produk video yang dilakukan UMKM Jasijuka masih bersifat sederhana yaitu proses produksi videonya berkesan spontan. Kemudian persiapan membuat video yang dilakukan UMKM Jasijuka dilakukan dengan berdiskusi mengenai ide yang dibuat, persiapannya masih belum mendalam, dan perencanaannya dilakukan secara spontan. Kemudian pembuatan idenya berkesan secara mendadak baik di lapangan maupun sebelum di lapangan serta pembuatan idenya tidak menggunakan naskah. Ketika proses produksi video di lapangan, proses perekaman videonya bersifat spontan atau berkesan mendadak, karena proses produksi video yang dilakukan UMKM Jasijuka masih belum bersifat profesional dan hasil videonya bersifat monoton. Kemudian perekaman videonya masih menggunakan *handphone* dan belum memiliki kamera profesional sehingga penampilan visualnya belum bagus.

Isi video yang disajikan UMKM Jasijuka adalah tentang penyajian pengolahan produk di lokasi dimana *talent* menjelaskan bahan baku dan proses pengolahan dari produk UMKM Jasijuka dan berinteraksi dengan petani yang mengolah bahan baku produk UMKM Jasijuka dalam rangka untuk menyampaikan cara-cara yang dilakukan UMKM Jasijuka dalam memproduksi video dan mengolah produknya.

Kemudian di tahap pasca produksi, menyatukan hasil video yang telah direkam di lapangan produksi video. Namun, proses editing video yang dilakukan UMKM Jasijuka masih menggunakan aplikasi editing video yang masih bersifat sederhana dan belum menggunakan aplikasi yang profesional sehingga hasil videonya masih mendapatkan tanggapan dari penonton video di Facebook walaupun penampilan grafik videonya masih bersifat monoton.

Kemudian video tersebut diunggah ke media sosial Facebook, video tersebut ditampilkan melalui media sosial sehingga penonton akan berkomentar mengenai video tersebut, bahkan konsumen dapat mengetahui cara yang dilakukan UMKM Jasijuka dalam memproduksi videonya dan mengolah. Tujuan dibuatnya video ini adalah untuk menyampaikan suatu informasi dan mempromosikan produk tersebut kepada pengguna Facebook.

Melalui media sosial Facebook para penggunanya dapat saling berbagi ilmu pengetahuan, pandangan, dan tulisan. Seiring dengan perkembangannya, media sosial Facebook juga digunakan sebagai sarana penyebaran informasi salah satunya dengan menggunakan video untuk menyampaikan pesan. Video di media sosial Facebook memiliki pengaruh besar dalam membentuk persepsi atau kesan dimata orang lain, tidak peduli apakah yang ditampilkan dalam kehidupan nyata (<http://id.techinasia.com/>, diakses 26 Agustus 2021).

Sesuai perkembangannya pengunggahan video UMKM Jasijuka tidak hanya di Facebook, tetapi juga menggunakan media sosial dan aplikasi-aplikasi lain yang berjalan di internet.

Sebagian dari kegiatan penyampaian video dengan menggunakan media internet, konten periklanan di internet tentunya menjadi pilihan yang menarik bagi para konsumen khususnya dan dunia usaha umum.

Fungsi adanya produksi video dari UMKM Jasijuka adalah menarik perhatian kepada masyarakat dalam membuat konten video UMKM Jasijuka, meningkatkan kreativitas UMKM Jasijuka dan konsumen, dan meningkatkan cara-cara produksi video dan proses penyampaian video UMKM Jasijuka melalui media sosial Facebook.

Oleh karena itu, video sebagai sarana untuk memenuhi kehidupan manusia sehingga masyarakat selalu menyaksikan video untuk melihat grafik dan pesan yang disampaikan serta kebutuhan untuk membuat baik konten maupun proyek video. Hampir semua kalangan dan profesi membutuhkan video untuk memudahkan aktivitas masyarakat untuk mengetahui gambaran dan pesan yang disampaikan dari video tersebut sehingga masyarakat memberikan tanggapan dan penilaian dari video tersebut. Bahkan perusahaan juga membutuhkan video dalam rangka menyampaikan pesan dan grafik dari perusahaannya.

Cara mengatasi masalahnya yaitu produksi video yang dibuat UMKM Jasijuka membutuhkan evaluasi yang mendalam, kreativitas, tahap-tahap yang baru dan jalan keluar untuk menghasilkan sesuatu, mengembangkan inovasi baru penampilan videonya tidak monoton. Kemudian evaluasi yang dilakukan UMKM Jasijuka adalah melihat tanggapan dari orang lain mengenai proses produksi video dan hasil video yang dibuat. Maka dengan adanya evaluasi dapat memperbaiki dan

mengembangkan tahap-tahap dan proses produksi video UMKM Jasijuka agar dapat meningkatkan konsep, grafik dan visual yang menarik agar dapat meningkatkan tahap-tahap produksi video yang dilakukan oleh UMKM Jasijuka.

Kemudian memungkinkan video yang dibuat UMKM Jasijuka untuk menarik perhatian dengan konsumen melalui Facebook dalam rangka mengetahui proses produksi yang dilakukan UMKM Jasijuka melalui video serta memberikan kemudahan untuk melihat tanggapan dan penilaian dari konsumen mengenai video produk UMKM yang disajikan melalui Facebook.

Berdasarkan pemaparan fenomena-fenomena yang terjadi mengenai evaluasi produksi video UMKM Jasijuka untuk mengunggah video UMKM di Facebook. Maka dengan adanya produksi video dapat menyampaikan mengenai tahap-tahap produksi video yang dilakukan oleh UMKM Jasijuka. Kemudian menyampaikan makna, informasi, ide atau gagasan dari UMKM Jasijuka dan mendeskripsikan produk-produk yang dijual UMKM Jasijuka beserta harga penjualan dari produk tersebut. Cara tersebut merupakan bagian dari evaluasi produksi video UMKM Jasijuka.

#### **A. Rumusan Masalah**

Merumuskan rumusan masalah yang menjadi landasan dalam penelitian ini, yaitu bagaimana proses produksi video UMKM Jasijuka Sejahtera yang diunggah pada media sosial Facebook?

#### **B. Batasan Masalah**

- a) Penelitian ini berfokus pada evaluasi video yang diproduksi oleh UMKM Jasijuka secara mandiri
- b) Penelitian ini mengetahui pada tahap-tahap evaluasi produksi video yang dilakukan oleh UMKM Jasijuka.

#### **C. Tujuan Masalah**

Dari perumusan masalah di atas, maka peneliti ingin melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui evaluasi produksi video yang dilakukan UMKM Jasijuka Sejahtera yang diunggah pada media sosial Facebook.

### **I. METODE PENELITIAN**

Paradigma juga merupakan cara pandang atau pola pikir komunitas ilmu pengetahuan dalam fenomena, peristiwa, dan objek yang diteliti, dipelajari, dan dipahami untuk dijadikan pemecahan persoalan. Paradigma penelitian juga merupakan perspektif sudut pandang penelitian yang digunakan oleh peneliti tentang cara peneliti melihat realita, bagaimana mempelajari fenomena, cara-cara yang dilakukan dalam penelitian dan cara yang dilakukan dalam mendefinisikan temuan (Pujileksono, 2016 :26).

Paradigma Penelitian yang digunakan peneliti yaitu paradigma post positivisme. Post Positivisme adalah menekankan pentingnya jenis-jenis dalam pengukuran dan pengamatan. Menurut post positivisme, setiap pengukuran dan pengamatan memiliki potensi penelitian yang salah sehingga dibutuhkan teknik triangulasi dengan menggunakan teknik pengukuran dan pengamatan sekaligus mendapatkan gambaran dan pandangan yang lebih jelas mengenai apa yang terjadi dalam kenyataan. Post Positivisme menunjukkan laporan informasi (misalnya, survei) dan juga eksperimen (di mana kesimpulan diperkuat oleh fenomena yang terjadi) serta pengamatan terhadap karakter manusia sebagai data. Post Positivisme juga percaya bahwa semua penelitian yang dilakukan atas teori yang sudah ada sebelumnya atau setidaknya pendapat peneliti mau tidak mau

dipengaruhi oleh pengalaman budaya dan cara pandangnya terhadap dunia (Morrison, 2019 : 58).

Tujuan menggunakan paradigma Post Positivisme adalah mengevaluasi produksi video yang diunggah ke media sosial facebook dalam membantu UMKM Jasijuka Sejahtera di Belitung Timur. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Pendekatan Kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan penelitian yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan metode statistik atau dengan cara-cara kuantifikasi. Penelitian Kualitatif dapat mendeskripsikan aktivitas masyarakat, sejarah, perilaku, konsep diri, fungsional organisasi, pergerakan sosial, dan hubungan kekerabatan. Penelitian kualitatif juga merupakan penelitian yang menekankan pada *quality* atau hal terpenting suatu barang atau jasa. Hal terpenting suatu barang atau jasa yang berupa kejadian, fenomena, dan gejala sosial adalah makna di balik kejadian tersebut yang dapat dijadikan pelajaran berharga bagi pengembangan konsep teori (Ghony & Almanshur, 2017 :25).

Jenis metode yang digunakan adalah studi kasus. Menurut Morrison (2014: 131), studi kasus bertujuan membuktikan suatu model teoritis dengan cara melihat penerapan suatu teori di dunia sebenarnya. Studi kasus merupakan metode yang bermanfaat untuk membuktikan apakah suatu teori ilmiah atau suatu model ilmiah dapat digunakan di dunia nyata. Seringkali para ilmuwan hanya terpaku dengan teori dan gambaran umum mengenai apa yang diyakininya sebagai kebenaran ilmiah tanpa merasa perlu membuktikan kebenarannya di dunia nyata.

Riset Kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya dan mencoba

menjelaskan bagaimana dan mengapa langkah-langkah tersebut diambil oleh UMKM Jasijuka. Di sini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data (Kriyantono, 2014 : 56-57).

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teknik pengumpulan data secara primer dan sekunder, berikut data primer yang dilakukan peneliti sebagai berikut:

#### 1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara peneliti seseorang yang berharap mendapatkan informasi dan informan seseorang untuk mendapatkan informasi penting secara mendalam dari suatu objek penelitian (Berger, 2000: 111). Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dan informasi yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya (Kriyantono, 2014 : 100).

Dalam penelitian ini, jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam. Wawancara Mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan atau secara online untuk mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif. Selanjutnya dibedakan antara responden dengan informan. Karena itu disebut juga wawancara intensif. Biasanya menjadi alat utama pada riset kualitatif yang dikombinasikan dengan observasi partisipan.

Sehubung masih dalam masa Pandemi Covid19, peneliti melakukan wawancara online melalui Aplikasi *Zoom* dengan informan kunci dan dua informan. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara mendalam kepada narasumber dengan jenis wawancara yaitu wawancara mendalam. Peneliti menyiapkan daftar pernyataan dan kemudian mengembangkan pertanyaan tersebut sejalan dengan jawaban dari narasumber.

Kemudian teknik Peneliti menggunakan Teknik analisis kualitatif, berdasarkan teknik penelitian yang digunakan, peneliti menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman.

#### 1. Miles and Huberman

Analisis data ini dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam waktu tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan pandangan terhadap jawaban atau informasi yang diwawancarai. Bila jawaban yang dijawab terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai tahap tertentu diperoleh data yang memastikan pertanyaan dan penelitian (Sugiyono, 2019: 341).

Setelah semua data terkumpul dan dianalisis, Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber untuk mendapatkan keabsahan dari pernyataan yang dikemukakan dari informan. Teknik Triangulasi yang digunakan peneliti adalah triangulasi sumber untuk mengecek serta membandingkan dan mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang di peroleh dari sumber yang berbeda (Kriyantono, 2014 : 72-73).

Beberapa macam triangulasi, yaitu :

1. Triangulasi Sumber, yaitu membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda.

2. Triangulasi Waktu, yaitu berkaitan dengan perubahan suatu proses dan perilaku manusia, karena perilaku manusia dapat berubah setiap waktu. Karena itu peneliti tidak hanya sekali melakukan penelitian dan observasi.

3. Triangulasi Teori, yaitu memanfaatkan dua atau lebih teori untuk disatukan. Untuk itu diperlukan rancangan riset, pengumpulan data, dan analisis data yang lengkap supaya hasilnya lengkap.

4. Triangulasi Periset, yaitu menggunakan lebih dari satu periset dalam mengadakan observasi atau wawancara. Karena masing-masing peneliti mempunyai gaya, sikap, dan persepsi yang berbeda dalam mengamati fenomena maka hasil pengamatannya bisa berbeda meski fenomenanya sama.

5. Triangulasi Metode, yaitu usaha mengecek keabsahan data atau mengecek keabsahan temuan riset. Triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan data yang lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama.

#### **A. Model Produksi Video Herbert Zettl**

Menurut Herbert Zettl (Fachruddin, 2012: 2-3) menjelaskan tahapan dalam memproduksi sebuah video adalah sebagai berikut:

##### **1. Pra Produksi**

###### *a. Program Ideas*

Seluruh jenis video yang disajikan ke audiens harus diawali dengan ide atau konsep. Mengolah sebuah ide atau konsep menjadi suatu video yang menarik bukan

pekerjaan mudah. Sebuah ide harus unik dan baru sesuai keinginan penonton (target audiensi), ide yang sudah terbentuk dalam sebuah naskah dapat disebut sebagai ide dari sebuah program.

#### b. *Production Models*

Production Models adalah suatu metode untuk melihat langsung keterkaitan antara ide yang sudah ada dan apa yang diharapkan bisa terjadi pada penonton yang dituju. *The Effect to Cause Production Model* yang dikemukakan oleh Zettl sebagai contoh, merumuskan proses pra produksi yang ringkas dan membuat aktivitas produksi video lebih efisien serta langsung mencapai tujuan yang direncanakan.

#### c. *Program Proposal*

Jika sudah mempunyai ide yang jelas tentang program acara apa yang akan dibuat, langkah selanjutnya yaitu dengan menuliskan ide tersebut ke dalam program proposal. Program proposal merupakan dokumen tertulis yang menjelaskan secara detail program acara yang akan diproduksi.

### **2. Produksi**

Tahap Produksi video dimulai pada saat tim menuju lokasi dan mempersiapkan peralatan yang dibawa dan diperlukan pada saat berada di tempat produksi lapangan. Dalam produksi video, tim produksi video menerjemahkan, tujuan program asli ke dalam serangkaian segmen video. Produksi video melibatkan kru dan anggota perusahaan dalam mengkoordinasikan produksi video, orang-orang teknis dan pengoperasian peralatan produksi (Zettl, 2010: 5).

Setiap produksi lapangan memiliki keadaan dan tantangannya sendiri. Meskipun tim produksi berhati-hati terhadap hasil pra produksi yang dibuat kemudian akan mendapatkan masalah yang tidak diduga, dimana ada beberapa pertimbangan yaitu memeriksa kondisi keadaan seperti memeriksa peralatan, memeriksa keadaan luar ruangan, memeriksa keadaan dalam ruangan, dan memberitahu keadaan yang terjadi kepada tim produksi (Zettl, 2010: 330).

Kemudian tim produksi terdiri dari talent, operator cam corder, dan petugas utilitas yang mengurus pencahayaan, audio, dan perangkat perekam video tambahan (Zettl, 2010: 20).

### **3. Pasca Produksi**

Pada tahap pasca produksi, prinsipnya adalah sederhana. Editor memilih gambar yang paling efektif dari sumber asli dan menggabungkannya dengan transisi dalam urutan tertentu. Dalam Peran video editor praktiknya, editing pasca produksi bisa sangat rumit dan memakan waktu, terutama jika dalam prosesnya melibatkan manipulasi audio (Zettl, 2012:432).

Tim pasca produksi biasanya terdiri dari editor video dan sutradara. Editor akan mencoba memahami berbagai segmen rekaman video dan menempatkannya dalam urutan yang ditunjukkan oleh naskah. Sutradara akan memandu editor dalam pemilihan dan urutan pengambilan gambar. Pasca produksi yang kompleks ini dapat mencakup manipulasi



suara yang ekstensif, yang disebut audio yang melengkapi video. Hal ini terdiri dari remixing, menambahkan, atau mengganti sebagian kecil atau besar dari trek suara asli dan dapat mengambil lebih banyak waktu dan usaha daripada mengedit gambar (Zettl, 2012: 26).

### III HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data-data yang dikumpulkan, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif yang menghasilkan data studi kasus berupa kata-kata hasil dari wawancara mendalam dan data yang diperoleh berupa data wawancara dan dokumen yang di dapat dari tim UMKM Jasijuka.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model teori produksi Zettl dalam membahas penelitian tentang evaluasi proses produksi video yang dilakukan UMKM Jasijuka serta evaluasi video yang didapatkan dari Facebook. Produksi video UMKM Jasijuka tanpa menggunakan PH atau bantuan dari tim produksi professional. UMKM Jasijuka membuat video secara mandiri. Ketiga narasumber Bapak Hasbullah Akbar berperan sebagai cameramen dan *talent*, Bapak Hasbullah berperan sebagai Kik Tapa yang merupakan ikon atau model dari UMKM Jasijuka. Kemudian Bapak Abdul Rahim berperan sebagai cameramen dan Bapak Tatan berperan sebagai cameramen dan *editor*.

#### 1. Pra Produksi

Menurut Herbert Zettl, pra produksi yang dilakukan adalah membahas perencanaan seperti konsep, pembiayaan, perekrutan, dan koordinasi keseluruhan kegiatan produksi. Kemudian memperhatikan perencanaan dan koordinasi pra produksi tergantung dengan pembuatan detail produksi yang diperlukan untuk bergerak dengan

ketepatan dan efisiensi dari ide awal ke aktivitas produksi yang sebenarnya. Pra produksi yang dilakukan UMKM Jasijuka adalah melakukan diskusi antara tim UMKM Jasijuka pada saat menuju lokasi, waktu dan ide video yang akan dibuat. UMKM Jasijuka melakukan produksi video tanpa menggunakan bantuan tim produksi video yang professional dan UMKM Jasijuka melakukan produksi video secara mandiri.

Kemudian tim UMKM Jasijuka melakukan pembahasan tentang produknya serta membawa peralatan membuat video untuk di lapangan. Kemudian membuat gambaran untuk mengambil objek yang akan direkam, membuat teks dan narasi walaupun tanpa menggunakan naskah dan persiapannya masih belum mendalam dan masih bersifat spontan. Terkadang tim UMKM Jasijuka merekam gambar berkesan secara mendadak di lokasi tanpa melakukan diskusi terlebih dahulu dan sudah mendapatkan ide dan temanya pada saat dilokasi secara spontan. Kemudian mempersiapkan peralatan yang dibutuhkan di lokasi dan langsung melakukan pengambilan gambar walaupun tidak melakukan diskusi dan persiapan secara mendalam.

#### 2. Produksi

Menurut Zettl, tahap produksi video adalah mempersiapkan peralatan yang dibawa dan diperlukan pada saat berada di tempat produksi lapangan. Kemudian memeriksa kondisi keadaan seperti memeriksa peralatan produksi video, properti, memeriksa keadaan lapangan dan memberitahu keadaan yang terjadi kepada tim UMKM Jasijuka untuk memberitahu propertinya layak digunakan setelah melakukan pengecekan peralatan dan memilih spot untuk pengambilan gambar. Tim UMKM Jasijuka hanya membawa peralatan produksi video seadanya di lapangan seperti membawa

handphone dan belum mempunyai peralatan produksi video yang profesional seperti kamera, lightning dan naskah, dan hanya membawa peralatan yang diperlukan dan disediakan di lokasi.

Cara-cara produksi yang dilakukan UMKM Jasijuka masih menggunakan cara yang spontan yaitu mengambil gambar secara langsung terhadap objek yang diliput di lapangan tanpa menggunakan naskah dan persiapan secara mendalam walaupun tim UMKM Jasijuka sudah mendiskusikannya mengenai gambaran untuk produksi video di lapangan. Model videonya tidak menentukan siapa saja yang menjadi model untuk video, Pak Hasbullah selaku informan kunci menjadi model dalam video UMKM Jasijuka dan berperan sebagai Kik Tapa dimana model dalam video tersebut menjelaskan proses pengolahan produknya dan berinteraksi dengan petani di kebun kopi dan madu. Terkadang model videonya hanya seadanya saja berdasarkan di lapangan dan terkadang tidak harus menggunakan model untuk video.

Proses pengambilan gambar yang dilakukan adalah ketika *talent* dan petani mendiskusikan produk yang sedang diolah. Kemudian merekam tanaman-tanaman kopi dan madu disertakan *talent* menjelaskan tanaman yang akan menjadi produk UMKM Jasijuka. Kemudian *talent* mengkonsumsi produk yang sudah diolah dengan memberikan penjelasan dan penilaian dari produk tersebut. Jalan cerita video tersebut tentang konten video UMKM Jasijuka adalah tentang penyajian cara produksi video di lapangan, pengolahan produk, baku dan proses pemanenan di kebun yang identik dengan konten Belitungnya serta mendeskripsikan proses produksi video dan masing-masing produk secara spesifik walaupun cara produksi video yang dilakukan UMKM Jasijuka masih

belum tepat dan belum terstruktur jalan cerita videonya.

Dengan dibuatnya produksi video UMKM Jasijuka, tujuannya adalah memberikan gambaran mengenai cara-cara yang dilakukan UMKM Jasijuka ketika melakukan pengolahan produk agar konsumen dapat mengetahui gambaran video yang disampaikan dari UMKM Jasijuka melalui Facebook, contohnya seperti aktivitas yang dilakukan UMKM Jasijuka pada saat melakukan pengolahan produk.

### **3. Pasca Produksi**

Menurut Zettl, Pasca Produksi adalah proses editing yaitu memilih gambar yang paling efektif dari sumber asli dan menggabungkannya dengan transisi dalam urutan tertentu berdasarkan hasil gambar dan rekaman yang diambil pada saat di lokasi serta menambahkan suara dan grafik untuk video.

Proses editing yang dilakukan UMKM Jasijuka adalah menggunakan aplikasi editing video seadanya yaitu menggunakan aplikasi editing video dari *playstore* dan belum memiliki aplikasi edit video yang profesional seperti aplikasi Adobe Premier Pro dan Adobe After Effect. Terkadang tim UMKM Jasijuka menggunakan aplikasi Tiktok untuk mengedit video karena aplikasi tersebut memiliki grafik dan *backsound* yang lengkap untuk mengedit dan menggabungkan video. Kemudian tim UMKM Jasijuka memilih video yang mau dipilih untuk diunggah ke Facebook dalam rangka menjalankan promosi. Kemudian melakukan diskusi dengan tim UMKM Jasijuka apabila masih ada yang kurang dari video tersebut.

Kemudian setelah melakukan proses editing video, video tersebut diunggah secara berulang-ulang di Facebook melalui akun Facebook dari Pak Hasbullah Akbar dan Pak Abdul Rahim untuk menyampaikan video

UMKM Jasijuka. Kemudian mencari caption dan tagar agar UMKM Jasijuka dapat dikenal secara luas oleh masyarakat, tujuannya adalah agar dapat memperluas hubungan kepada masyarakat untuk mengenali UMKM Jasijuka.

Setelah melakukan proses editing video, kemudian melakukan evaluasi terhadap produksi video. Evaluasi yang dilakukan UMKM Jasijuka adalah prosediskusinya yang dilakukan belum secara maksimal pada saat proses produksi video, persiapan dan proses produksinya masih bersifat spontan dan belum didiskusikan secara mendalam dari Tim UMKM.

Kemudian hasil evaluasinya masih dilakukan dengan cara-cara yang konservatif yaitu belum terstruktur, belum menggunakan konsep dan naskah, dan belum menggunakan perencanaan dan proses produksi video yang tepat. Kemudian evaluasi yang berikutnya didapatkan adalah proses evaluasi produksi video kondisinya tidak seperti sebelumnya yaitu belum ada lagi waktu untuk memproduksi video.

Dengan adanya evaluasi dapat meningkatkan pemasaran serta menarik perhatian masyarakat UMKM. Kemudian UMKM akan lebih banyak pengunjung sehingga masyarakat banyak yang tahu dan videonya juga bisa disaksikan ke daerah lain. Kemudian UMKM Jasijuka terbuka dengan permasalahan yang terjadi sehingga dapat mengevaluasi kelebihan dan kekurangannya. Tanggapan evaluasi yang didapatkan dari konsumen adalah sesuai tanggapan dari konsumen terkait video tentang produk yang dibuat. Kemudian perlu memperbaiki videonya apabila masih ada yang kurang dalam video tersebut.

## IV. SIMPULAN

### A. Simpulan

Berdasarkan pemaparan dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka peneliti mencoba menyimpulkan sebagai berikut:

1. Produksi video UMKM Jasijuka untuk meningkatkan nilai penjualan, Hasil evaluasinya masih dilakukan dengan cara-cara yang konservatif yaitu belum terstruktur, belum menggunakan konsep dan naskah, dan belum menggunakan perencanaan dan proses produksi video yang tepat. Produksi video dilakukan hanya sebatas merekam saja sehingga UMKM Jasijuka berkesan membuat video secara mendadak. Materi produksi video seringkali berisi pengolahan produk yang tidak didukung alur cerita terstruktur serta pesan dan grafik masih bersifat monoton.

2. Tim UMKM Jasijuka selalu berusaha untuk mempelajari dan menguasai teknik-teknik produksi video walaupun kemampuannya terbatas dan peralatan produksi yang sederhana.

3. UMKM Jasijuka melakukan promosi dengan fokus utama mencapai tujuan pemasaran yaitu untuk meningkatkan penjualan. UMKM Jasijuka bersikap terbuka terhadap permasalahan-permasalahan pemasaran yang terjadi sehingga dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan dari UMKM Jasijuka.

### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang peneliti tarik dari pembahasan yang ada, berikut saran teoritis dan saran praktis yang dapat peneliti sampaikan dalam produksi video untuk meningkatkan penjualan UMKM Jasijuka.

### 1. Saran Akademis

Saran akademis yang dapat peneliti sampaikan untuk peneliti selanjutnya sebagai berikut:

- a. Memperdalam evaluasi produksi video untuk meningkatkan penjualan UMKM Jasijuka, dengan menggunakan konsep tahapan produksi Herbert Zettl.
- b. Peneliti berharap agar hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi penelitian yang akan digunakan atau dilakukan di kemudian hari.

### 2. Saran Praktis

Saran Peneliti kepada UMKM Jasijuka Sejahtera untuk meningkat penjualan melalui video sebagai berikut:

- a. Agar tim UMKM Jasijuka dapat meningkatkan kualitas dan kemampuan untuk membuat produksi video untuk meningkatkan penjualan produknya.
- b. Tim UMKM Jasijuka membutuhkan produksi video dan praktisi video dengan bantuan *production house* atau rumah produksi. Agar pembuatan video untuk menyajikan konsep video yang menarik, fasilitas produksi video yang lengkap untuk meningkatkan inovasi dan hal-hal yang baru dalam penjualan.

### DAFTAR RUJUKAN

- Fachruddin, A. (2012). *Dasar-Dasar Produksi Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Hendratman, H. (2017). *The Magic of Adobe Premiere Pro*. Bandung : Informatika Bandung.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Ghony, D; Almanshur, F. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.
- Morrisan. (2019). *Riset Kualitatif*. Jakarta: Kencana.

- Pujileksono, S. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Kelompok Intrans Publishing.
- Sanaky, H. (2011). *Media Pembelajaran*. Yogyakarta: Kaukaba Dipantara
- Santoso, J.E. (2013). *Bikin Video dengan Kamera DSLR*. Jakarta : Mediakita.
- Zettl, H. (2012). *Eleventh Edition: Television Production Handbook*. California: Wadsworth.
- Zettl, H. (2010). *Video Basics 6*. California: Wadsworth.