

Strategi Produksi Konten Visual @Creativismstudio di Instagram

Ismu Putra Herdrianto¹ Jokhanan Kristiyono²
Ilmu Komunikasi Stikosa-AWS
Nginden Inten Timur 1/18, Surabaya
Email: ismuputraa@gmail.com

Abstract

This study aims to understand how the production process of visual content Production House @creativismstudio on Instagram. This research uses POAC management theory and new media. The method used is a case study with a descriptive qualitative approach. Data collection techniques were obtained by interviewing the owner of the Production House, conducting direct observations and collecting data in the form of supporting documents. The results of this study are 1) @creativistudio is very instrumental in maintaining and maximizing individual creative abilities to progress and develop and generate benefits for these individuals and clients who have entrusted the services of @creativismstudio, 2) @creativismstudio really takes advantage of convergence in POAC management at the Production House these, 3) @creativismstudio also utilizes new media in creating its audio visual production content by converging on the Instagram platform, 4) @creativismstudio optimizes convergence efforts on other social media such as TikTok

Keywords: *Production Process, Visual Content, New Media, POAC Theory.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana proses produksi konten visual Production House @creativismstudio di Instagram. Penelitian ini menggunakan teori manajemen POAC dan new media. Metode yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data diperoleh dengan cara wawancara terhadap pemilik Production House, menjalankan observasi secara langsung dan melakukan pengumpulan data yang berupa dokumen pendukung. Hasil dari penelitian ini adalah 1) @creativistudio sangatlah berperan dalam mempertahankan dan memaksimalkan kemampuan kreatif individu untuk maju dan berkembang serta menghasilkan manfaat bagi individu tersebut serta client yang sudah mempercayakan jasa @creativismstudio, 2) @creativismstudio sangatlah memanfaatkan konvergensi dalam manajemen POAC di Production House tersebut, 3) @creativismstudio juga memanfaatkan media baru dalam membuat konten produksi audio visualnya dengan melakukan konvergensi di platform Instagram, 4) @creativismstudio mengoptimalkan upaya konvergensi pada media sosial lainnya seperti TikTok

Kata Kunci: *Proses Produksi, Konten visual, Media baru, Teori POAC*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi seperti adanya kehadiran internet membawa perubahan dalam cara manusia berkomunikasi, baik secara personal maupun yang ditujukan kepada banyak orang. Informasi dapat dengan mudah diperoleh dan disampaikan dalam waktu yang singkat, melalui saluran komunikasi berbasis internet atau dikenal sebagai media baru. Internet sebagai bagian dari *new media of communication*, sekarang berada pada tingkat pemakaian yang lebih tinggi dan variatif dibandingkan dengan sebelumnya. Menurut Al-Rahmi & Zeki (2017) menjelaskan tentang komunikasi menggunakan internet menjadikan arus informasi dunia menjadi seakan tanpa batas. Beragam saluran komunikasi yang dikenal sebagai media sosial, dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi.

Media sosial memiliki potensi pengguna lebih tinggi daripada pengguna media konvensional, berupa media cetak maupun media elektronik. Salah satunya karena didukung oleh kemudahan dalam mengaksesnya, yang antara lain bisa melalui telepon seluler yang terhubung dengan jaringan internet. Media sosial merupakan salah satu dari bentuk media baru, yang muncul sebagai inovasi teknologi dalam bidang media. Media sosial merupakan media partisipasi kolektif yang digunakan untuk berbagi dan bertukar informasi, pendapat, pengalaman, serta dapat menimbulkan afeksi dan emosional (McQuail, 2005).

Instagram adalah salah satu platform yang populer dalam kalangan pengguna *smartphone*. Indonesia sendiri adalah salah satu negara dengan jumlah pengguna *instagram* terbanyak dengan 89 persen *Instagrammers* yang berusia 18-34 tahun mengakses IG (*Instagram*) setidaknya seminggu sekali. *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video dengan berbagai fitur yang salah satunya bisa sebagai aplikasi editing sebelum dibagikan kepada *followers*. Sebuah platform yang dirilis pada tahun 2010 ini semakin berkembang kepopulerannya.

Industri yang mulai mengalami perkembangan yang pesat dan terjadinya persaingan yang kompetitif adalah industri jasa. Terdapat berbagai macam- macam dari industri jasa, yaitu salah satunya adalah *production house*. Laksono (2008) menjelaskan tentang *Production House* adalah "Sebuah badan usaha yang mempunyai organisasi dan keahlian dalam memproduksi program-program audio dan audio *visual* untuk disajikan kepada khalayak, sasarannya baik secara langsung maupun melalui *broadcasting house*. *Production house* juga mengelola informasi gerak atau statis dimana informasi yang didapat bersumber dari manusia ataupun peristiwa yang ada.

@creativismstudio merupakan salah satu production house berasal dari Gresik, Jawa Timur, sebelumnya didirikan oleh Alfian Karuniawan, seorang remaja yang berprofesi sebagai photographer. Tidak berselang lama pandemic covid-19 pun melanda di seluruh Indonesia, Alfian Karuniawan mencetuskan ide dengan berapa temanya untuk mendirikan suatu production house yang berbasis online atau daring, yang bernama Creativismstudio, artinya menuntut Individunya untuk berpikir kreatif dalam posisi yang terhalang oleh keadaan di sekitar. Dan hal itulah nama Creativism terjadi, dengan terhalangnya pandemic Covid-19 menuntut kita untuk menjadi pribadi yang kreatif dalam hal apapun, dan bagaimana caranya agar individunya bisa bertahan hidup untuk makan dan survive dalam pandemic covid-19.

Kegiatan @creativismstuido itu sendiri meliputi dari audio visual seperti video, foto dan desain grafis, dalam hasil audio visual tersebut tidak luput dari proses kreatif konten visual yang menarik dan kreatif. Hasil dari audio visual tersenut di bagikan dalam sosial media Instagram dari @creativismstudio, konten-konten yang di berikan adalah berupa konten yang sudah berkerja sama dengan @creativismstuido itu sendiri mulai dari produk,interior maupun salon. Instagram dari @creativismstudio pun memiliki 127 postingan yang berupa produk audio visual, dengan pengikut sejumlah 1.677k, dari beranda @creativismstudio itu sendiri sudah memiliki beberapa informasi mengenai production housenya yang bisa di lihat dari sorotan Instagrammnya.

Production house adalah salah satu industri kreatif yang menawarkan jasa *audio visual*. Terdapat juga alasan peneliti yang sangat menarik untuk diteliti karena @creativismstudio mampu menunjukkan production house yang berkualitas dengan konten visualnya walaupun masih bisa di kata kan production house baru melalui new media pada media sosial Instagram. Hal ini didasari karena @creativismstudio mampu memberikan konten visual yang berbeda dari yang lain melalui behind the scene proses produksi yang di kontenkan untuk mempercayakan kepada khalayak bahwasannya @creativismstudio ini bukanlah insudtri kreatif yang biasa saja. Faktor pendukung lainnya karena berdasarkan fakta yang dikemukakan oleh salah satu portal artikel yaitu Siedoo (2018) menjelaskan tentang tingkat konsumsi video dan film yang tinggi di era saat ini mendorong semakin terbukanya peluang bisnis di bidang industri kreatif. Di samping itu, kini video, foto dan desain grafis telah menjadi salah satu sektor unggulan @creativismstudio.

Penelitian ini menggunakan teori POAC yaitu dari perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan (actuiting), dan pengawasan / evaluasi (controling). Objek pada penelitian ini adalah proses kreatif konten *visual* @creativismstudio di Instagram.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian kualitatif merupakan metode ilmiah yang digunakan oleh peneliti dalam bidang ilmu sosial. Penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan pengetahuan melalui sisi pemahaman dan penemuan. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak bisa dijelaskan menggunakan pendekatan kuantitatif (Saryono, 2010:1).

Penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti suatu permasalahan yang belum jelas, untuk mengetahui makna yang tersembunyi, memahami interaksi sosial, mengembangkan teori, memastikan kebenaran data, dan meneliti perkembangan sejarah. Dalam penelitian kualitatif peneliti merupakan sebuah kunci utama dalam mengumpulkan data dan menafsirkan data. Pengumpulan data biasanya menggunakan beberapa cara, yaitu; pengamatan langsung, dokumentasi dan studi dokumen. Hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan pendekatan secara deskriptif kualitatif.

Subjek penelitian merupakan bagian yang penting dalam sebuah penelitian. Subjek dipilih oleh peneliti dan dianggap memiliki kapasitas untuk menjawab dan memberikan informasi dan data kepada peneliti yang sesuai dengan permasalahan pada penelitian, karena subjek pada hakikatnya adalah sasaran penelitian. Adapun subjek penelitian ini adalah production house creativismstudio. Dimana production house merupakan jasa pembuatan konten visual di Instagram. Hal ini @creativismstudio dijadikan key Informan. Dalam penelitian ini teknik sampling bersifat purposive. Sampel ini tidak mewakili populasi dengan dikaitkan pada generalisasi, tetapi lebih mewakili informasi untuk memperoleh kedalaman studi sesuai konteks penelitian. Melihat dari jenis data dan jenis penelitian serta tujuan penelitian yang ingin dicari dan diketahui oleh peneliti, maka peneliti menyiapkan sasaran penelitian (Key informan), yaitu orang yang memiliki production house atau owner yang sudah terjun di bidang industri kreatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini didapat dari proses pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam terstruktur, serta dokumentasi. Setelah melewati beberapa proses, akhirnya penulis menemukan beberapa hasil temuan yang dapat penulis sajikan dan analisis, Peneliti menguraikan hasil penelitian dengan mengacu kepada identifikasi masalah yang peneliti buat yakni pemanfaatan New media dalam konten visual @creativismstudio di Instagram dan strategi @creativismstudio dalam proses produksi konten visual di instagram pada tahap Perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), penggerakan (Actuating) dan terakhir pengawasan (Controlling).

Pemanfaatan Instagram ini dianalisis melalui setiap tahapan proses produksi konten visual berdasarkan (Effendy, 2003). Dimana, keseluruhan penelitian ini menggunakan pendekatan pada teori POAC milik (Effendy, 2003). Untuk mencapai suatu tujuan, tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Dengan menggunakan teori POAC, hasil penelitian ini yang pertama :

a).Planning atau perencanaan adalah kegiatan yang menentukan sasaran yang hendak dicapai, dan memikirkan cara serta penentuan penggunaan sarana dalam pencapaian sarana tersebut. Alokasi sumberdaya yang amat terbatas, merupakan prinsip dan landasan dasar dalam merumuskan perencanaan dan pengorganisasian. Dalam menyusun perencanaan harus ditentukan terlebih dahulu apa yang harus dilakukan, bagaimana cara melakukannya dan siapa yang akan melakukan kegiatan dalam suatu organisasi.

Dalam planning tersebut @creativismstudio terdapat tahap-tahapan yaitu : Tahap pra-produksi, produksi dan pasca produksi.

b).Organizing atau pengorganisasian merupakan pengurusan dan penataan semua sumberdaya yang tersedia dalam organisasi tersebut, baik sumberdaya manusia maupun sumberdaya material. Penataan sumberdaya organisasi didasarkan atas konsep yang tepat melalui masing-masing fungsi seperti persyaratan tugas, tata kerja, penanggung jawab, dan relasi antar fungsi. Dalam organizing tersebut @creativismstudio mempunyai struktur organizing, yaitu : Brand strategis, koordinator konten production, koordinator layouting dan editing, produksi konten production, layouting dan editing yang terakhir adalah admin.

c).Actuating atau penggerakan merupakan kegiatan menggerakkan dan mengendalikan semua sumberdaya organisasi dalam usaha pencapaian sasaran. Dalam penggerakan (actuating) dilakukan penyatuan semua kegiatan dan penciptaan kerjasama dari seluruh lini, sehingga tujuan organisasi dapat dicapai dengan lancar dan efisien. Dalam penggerakan ini @creativismstudio menggerakkan beberapa tim dari konten production yang terjun ke lapangan atau memproduksi video maupun foto, untuk produksi layouting dan editing @creativismstudio tidak menggerakkan ke lapangan, karena memang alat untuk editing sudah di sediakan di rumah produksi @creativismstudio itu sendiri.

d).Controlling atau pengawasan, merupakan sesuatu yang perlu dilaksanakan agar para anggota organisasi dapat bekerjasama dengan baik, dan pergerakan yang sama ke arah pencapaian sasaran dan tujuan umum organisasi. Pengawasan dilakukan untuk mengukur hasil pekerjaan, guna menghindari penyimpangan-penyimpangan, dan jika diperlukan segera melakukan tindakan yang tegas terhadap berbagai penyimpangan yang terjadi. Dalam pengawasan ini @creativismstudio berfokus dalam revisi konten visualnya mulai video,foto dan desain grafis yang sudah di produksi oleh tim konten production.

Pemanfaatan New Media @creativismstudio dalam konten visual

@creativismstudio menggunakan media Instagram untuk mempromosikan hasil konten visual yang sudah di lakukannya saat proses produksi, @creativismstudio sudah memposting sebanyak 127 postingan, 1.672k pengikut, dari postingan @creativismstudio ini ada beberapa kriteria di feed intstagramnya, mulai dari desain grafis, foto dan video. Instagram

@creativismstudio ini juga menggunakan pemanfaatan fitur-fitur dari Instagram, mulai dari reels, sorotan, instastory dan instalive, dengan memanfaatkan fitur-fitur intagram tersebut @creativismstudio tidak pusing lagi akan halnya mempromosikan atau memposting hasil konten visualnya, tidak hanya konten visual tetapi juga memposting price list dari @creativimstuido itu sendiri yang mau menggunakan jasanya. Dan tidak lupa @creativismstudio menggunakan caption yang sederhana dan bisa di mengerti oleh khalayak, caption juga merupakan hal penting dalam Instagram, di dalam caption juga terdapat hashtag atau tagar, hahstag atau tagar digunakan untuk ditambahkan pada postingan berupa teks, foto, video, event, dan lain-lain. Dengan menyertakan hashtag atau tagar pada postingan tersebut, maka nanti semua update tentang postingan yang kamu buat akan terorganisir dan terkelompok dengan baik.

Pemanfaatan new media @creativismstudio dalam proses produksi

@creativismstudio sendiri memanfaatkan fitur Instagram highlight atau sorotan dari Instagram, Highlight Instagram merupakan fitur baru yang ada pada Instagram, dengan adanya fitur baru ini, maka para pengguna Instagram pun bisa membagikan stories favoritnya kepada pengguna lain. tories highlight merupakan penambahan fitur pada profil pengguna. Para pengguna Instagram bisa membuat rangkuman story. Dengan tujuan untuk menunjukkan beberapa stories menjadi satu cuplikan. Stories highlight yang sudah dibuat tentunya bisa bertahan lebih dari 24 jam. Selain itu, pengguna juga bisa membiarkan stories tersebut tetap ada hingga memiliki keinginan untuk menghapusnya. @creativimstudio membuat highlight lebih dari satu, yang berisikan behind the scene, project, knowledge, portofolio dan pricelist, dengan adanya highlight tersebut khalayak bisa membuka atau melihat lebih dari satu kali. Proses produksi @creativismstudio dapat dilihat dari highlight instagramnya yaitu behind the scene saat produksi, behind the scene tersebut dimanfaatkan oleh @creativismstudio sebagai kepercayaan kepada clien atau pun calon clien yang ingin menggunakan jasanya. Highlight tersebut memudahkan kepada followers atau calon clien untuk melihatnya yang di sajikan berupa audio visual, hal ini dapat dilihat dari pemanfaatan instagran yang di lakukan oleh production house @creativismstudio dalam proses produksinya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai “Strategi Proses Produksi Konten Visual @creativismstudio di Instagram”, dapat disimpulkan sebagai berikut :

Proses Planning dalam proses produksi konten visual @creativismstudio Planning dalam @creativismstudio adalah proses produksi, mulai dari tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi. Untuk proses tersebut yang akan nantinya menjadi konten visual karya dari @creativimstudio yang nantinya di posting di instagram.

Proses Organizing dalam proses produksi konten visual @creativismstudio Proses organizing yang di lakukan dalam proses produksi ini yaitu struktur atau jobdesk. Struktur atau jobdesk ini meliputi dari Brand strategis, coordinator konten produksi, coordinator layouting, editing, produksi dan admin, agar terjadinya alur birokrasi yang mudah dan efisien. Dalam proses ini seluruh tim harus mepertanggung jawabkan dan melakukan kwajibannya apa yang sudah di berikan oleh atasannya.

Proses Actuating dalam proses produksi konten visual @creativismstudio Actuating yang di lakukan @creativismstudio adalah proses produksi oleh timnya, proses produksi tersebut menjalankan tugasnya yang sudah di berikan oleh coordinator konten produksi dan coordinator layouting dan editing. Proses produksi tersebut tidak lepas dari scriptwrite yang sudah di brainstorming dan di buat oleh coordinator. Tim produksi dari @creativismstudio terdiri dari Videographer, Fotographer dan editor.

Proses controlling dalam proses produksi konten visual @creativismstudio

Pengawasan dalam proses produksi konten visual dari @creativismstudio ini adalan proses revisi, dimana menyelaraskan atau menyempurnakan konten visual yang nantinya akan di upload @creativismstudio di Instagram sesuai dengan apa yang cliet inginkan. Pemanfaatan new media @creativismstudio dalam konten visual Pemanfaatan Instagram dari @creativismstudio adalah postingan feed Instagram yang berupa foto, video dan desain grafis, @creativismstudio juga memanfaatkan beberapa fitur dari Instagram, seperti highlight story, instastory dan reels untuk kebutuhan konten visualnya yang bisa di nikmati para khalayak dan followers.

Pemanfaatan new media dala proses produksi

Pemanfaatan new media di Instagram ini @creativismstudio mengupload beberapa behind the scene saat produksi itu berlangsung, dari highlight story yang bisa di lihat berulang kali, sebagai kepercayaan kepada client atau calon client yang ingin menggunakan jasa audio visualnya.

DAFTAR PUSTAKA

- McQuail, Denis. 2011. Teori Komunikasi. Jakarta: Salemba Humanika.
- Cv, D. I., & Communication, S. (2009). *Proses Kreatif Dalam Pembuatan Visual Merchandising Indosat*.
- Damayanti, S., Chan, A., & Barkah, C. S. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Image My Pangandaran Tour and Travel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 852–862.
<https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p852-862>
- Fadlurrahman, R. (2018). *Pembuatan Konten Visual Kreatif Harian Untuk Media Sosial Produk Pt. Sinar Sosro Menggunakan Adobe Creative Cloud 2017*. 1–7.
<https://zenodo.org/record/1313422#.YFTYOYkzbDd>
- Firdaus Haidar, N. (2021). ANALISIS KONTEN VISUAL POST INSTAGRAM RiliV DALAM MEMBENTUK

- CUSTOMER ENGAGEMENT. *Jurnal Barik*, 2(2), 121–134.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Hanindharputri, M. A. (2020). *Analisa Branding Melalui Konten Visual Pada*. 3, 296–302.
- Hanindharputri, M. A., & Irhandi, I. G. N. G. G. (2020). Konten Visual Instagram Plaga Wine Sebagai Upaya Branding Kepada Generasi Milenial. *Jurnal Nawala Visual*, 2(1), 54–59.
<https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v2i1.78>
- Irwandani, I., & Juariyah, S. (2016). Pengembangan Media Pembelajaran Berupa Komik Fisika Berbantuan Sosial Media Instagram sebagai Alternatif Pembelajaran. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Fisika Al-Biruni*, 5(1), 33–42. <https://doi.org/10.24042/jpifalbiruni.v5i1.103>
- Mulyawati, H. (2018). New Media Dalam Gerakan Sosial . *Ilmu Komunikasi*, 16–18.
[https://eprints.untirta.ac.id/1125/1/New Media Dalam Gerakan Sosial - Copy.pdf](https://eprints.untirta.ac.id/1125/1/New%20Media%20Dalam%20Gerakan%20Sosial%20-%20Copy.pdf)
- Putri Anggoro, M. E. O., & Pranata, L. (2020). Pengaruh Komunikasi Dan Konten Visual Dalam Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Fotografi Di Sweetescape Jakarta. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 6(2), 79–82. <https://doi.org/10.30813/jhp.v6i2.2415>
- Suhita, R. H. (2011). Proses Produksi Iklan Audiovisual di Production House ASA Studio. *Skripsi*, Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Yudha, A. T. (2020). *Pengaruh Penggunaan New Media Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Pelanggan Pada E-Commerce "TOKOPEDIA" Di Kota Medan*. 186. <https://www.usu.ac.id/id/fakultas.html>
- Zuhri, S. (2019). Desain Komunikasi Visual Pada Kue Bosang makassar di Sosial Media Instagram. *Desain Komunikasi Visual Pada Kue Bosang Makassar Di Sosial Media Instagram*.

