

Pelatihan Video Jurnalistik Mahasiswa UIN Khas dalam Membangun Jiwa Jurnalis di Era Digital Media

Agus Ainul Yaqin M.S

Universitas Islam Jember, Indonesia

Email: gusainul@gmail.com

Abstract: *Journalistic videos need to be developed in the Y, Z and Alpha generations. The goal is to hoard digital waste. If more and more interesting and useful content is distributed in cyberspace, then this could be a solution for hoarding digital waste. This has also become a good habit for the current generation to always work on making journalistic videos. Videojournalism training is important so that many young people today understand how to make videojournalism. This time the target was students from various faculties at UIN Khas Jember, East Java. The method is to apply the management functions of Planning, Organizing, Actuating, and Controlling (POAC). The material is well prepared, especially according to the needs of the participants. Because this is video journalism training, the portion is preparing journalistic video materials. The results of the training were unexpected, because the participants were able to apply the theory they received and dared to try standing up or speaking in front of the camera like professional reporters. This training needs to be followed up by accommodating participants in citizen journalism video platforms, so that they continue to work and contribute positive content to the digital world.*

Keywords: Video Journalism, Training, Media Center

PENDAHULUAN

Saat ini kita hidup di era digital yang lazim juga disebut era masyarakat informasi (*Information society*). Sebuah era dimana masyarakat sangat membutuhkan informasi, dan era melubernya informasi. Era ini memanfaatkan media digital untuk beragam kepentingan, baik dimensi politik, ekonomi, sosial dan budaya. Bagi insan kreatif, membanjirnya informasi atau *big data* itu dianalisis untuk mengambil keputusan bagi kepentingan politik dan ekonomi.

Informasi sungguh penting, namun sayang tidak semua informasi yang beredar itu benar, berdasarkan data dan fakta. Tak sedikit jumlahnya, informasi di

ruang digital itu salah, bohong, dan menyesatkan. Sampah-sampah digital tersebut hingga kini terus mengotori dan bahkan meracuni. Sementara untuk membuang sampah digital, bukanlah hal yang mudah, karena karakteristik media digital atau online adalah berjejaring. Sekali diposting ke media online, besar kemungkinan untuk terus terdistribusi ke banyak pengguna internet, netizen.

Jika sampah digital sulit untuk dihapus, langkah yang bisa dilakukan adalah menimbunnya dengan informasi yang baik dan benar. Banjiri ruang digital dengan informasi bermanfaat, baik berupa teks narasi, foto, dan video agar pengguna internet mendapatkan *echo chamber* yang baik saja. *Echo chamber* adalah fenomena khususnya di media sosial dimana seseorang hanya terpapar dengan informasi yang sejenis. Hal itu terjadi karena permainan algoritma media sosial. Jika kita klik atau suka dengan informasi musik misalnya, beranda media sosial termasuk mesin pencari *google* akan memunculkan berulang-ulang informasi tentang musik. Akibatnya kita hanya mendapat informasi serupa terus menerus. Kalau informasi yang disukai adalah informasi buruk, maka kita akan terpapar dengan informasi buruk terus menerus.

Kondisi dan situasi itu memicu pegiat media center di UIN Khas Jember untuk menggelar workshop bertema "*Developing The Soul of Journalist in Digital Literacy Era*" dalam bahasa Indonesia berarti membangun jiwa jurnalis di era literasi digital. Kegiatan itu diikuti sekitar 50 mahasiswa dari beberapa fakultas di UIN Khas Jember dengan empat tutor sebagai fasilitator. Tim ini berbagi tugas sesuai dengan disiplin ilmu atau kepakarannya, diantaranya penulisan berita online, dan video jurnalistik. Kegiatan ini disampaikan dengan penyampaian materi dan praktik. Gunanya untuk mengetahui tingkat kemampuan peserta sebelum dan sesudah mengikuti kegiatan.

Bagi peserta, ilmu tentang video jurnalistik sangat dibutuhkan untuk mengisi konten-konten di ruang digital. Sebab platform media sosial lebih banyak memfasilitasi karya videografi dengan durasi pendek. Sebut saja *Youtube* memiliki *Short*, *Intagram* dengan *Reels*, dan *Tiktok*. Selain itu media arus utama (*mainstream*) juga memanfaatkan video hasil karya warga sebagai topik dalam berita, utamanya video-video viral.

Penelitian terkait video warga pada program berita di televisi Indonesia menjadi kajian menarik. Media arus utama merasa perlu untuk mengambil video warga utamanya yang viral dalam program berita untuk meningkatkan rating dan share. Hasil penelitian menunjukkan video warga masuk di program jurnalisme di

stasiun TV Indonesia. Tapi sayang prinsip jurnalistik dalam konten video warga belum sesuai kaidah jurnalistik. (Abdullah *et al.*, 2022)

Penelitian lain menyebutkan bahwa wajah media massa berubah drastis, seiring hadirnya internet hadir. Informasi bukan lagi dimiliki media arus utama. Masyarakat juga berkontribusi memproduksi dan menyebarkan berita, yang lazim disebut jurnalisme warga. Fenomena ini menginspirasi media arus utama untuk membuat program berdasar berita kiriman warga. Penelitian itu bertujuan untuk melihat penerapan prinsip dasar jurnalistik pada berita kiriman warga di www.netcj.co.id serta hal-hal yang memengaruhinya. Namun, seperti penelitian Aceng Abdullah dan Rinda Aunillah Sirait di atas, hasilnya menunjukkan jika berita kiriman warga di NETCJ, sebagian besar tidak akurat (55,17%) dan tidak berimbang (42,92%). Perbedaan latar belakang pendidikan dan pengalaman, status jurnalis warga, serta kebijakan redaksi, menjadi penyebab persoalan. (Kartinawati and Wisudawanto, 2020) .

Terkait dengan media sosial, para peneliti juga mengkaji tentang fenomena penggunaan media sosial sebagai sarana menyebarkan berita. Instagram misalnya digunakan sebagai sarana penyebarluasan berita seperti akun instagram @tempodotco dan @tribunjogja. Temuan penelitian menunjukkan bahwa instagram juga digunakan untuk publikasi karya jurnalistik. (Lestari, no date)

Berdasarkan ulasan di atas, *workshop* atau pelatihan di media center UIN Khas bertujuan untuk menggugah generasi muda khususnya mahasiswa agar aktif berkarya dalam video jurnalistik. Pelatihan itu menjadi dasar pemahaman tentang konsep dan teori video jurnalistik, serta langsung praktik agar memperoleh pengalaman dalam pelatihan.

METODE

Manajemen sangat dibutuhkan untuk kegiatan apapun, termasuk pendidikan dan pelatihan. Pelaksanaan pelatihan video jurnalistik kali ini juga menerapkan manajemen dan metode pelatihan yang baik. Fungsi POAC adalah untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam pencapaian tujuan. (Yohannes Dakhi, 2016)

Langkah pertama adalah merencanakan konsep, materi dan metode pelatihan yang sesuai dengan peserta (*audience*). Perencanaan (*planning*) adalah salah satu kunci keberhasilan pelatihan. Tahap awal adalah mengidentifikasi peserta, mulai

dari usia, pendidikan, ketertarikan pada dunia jurnalistik, dan seberapa jauh memahami video jurnalistik. Tahapan ini bekerjasama dengan panitia pelaksana. Tahap kedua adalah membuat konsep pelatihan sesuai dengan hasil identifikasi. Materi dipersiapkan dengan konsep yang telah dirumuskan. Selanjutnya menentukan metode yang sesuai dengan tujuan pelatihan.

Langkah kedua adalah mengorganisasi (*organizing*) materi-materi disusun sedemikian rupa dengan tata urutan (*rundown*) yang baik agar tidak membosankan. Pembukaan (*opening*) materi adalah pemutaran video yang berkaitan dengan pokok bahasan yang akan disampaikan. Video itu berdurasi 1 menit berisi pesan kegiatan rutin seorang video jurnalis.



Gambar 1: Rutinitas Video Jurnalis

Opening menjadi penentu agar peserta tertarik dan fokus untuk mengikuti pelatihan selanjutnya. Oleh karena itu, video opening harus dibuat sinematik sesuai selera generasi saat ini, dan yang terpenting pesan tersampaikan dengan baik. Selanjutnya, materi dikemas dalam bentuk power poin menarik, bukan banyak kalimat tetapi banyak gambar atau icon. Pengorganisasian materi dan waktu adalah penting agar peserta mudah menerima pesan/materi dan tidak sampai membosankan.

Langkah ketiga adalah implementasi (*actuating*). Setelah direncanakan dan diorganisasi dengan baik, tahap selanjutnya adalah pelaksanaan atau implementasi pelatihan. Sebagai fasilitator, komunikasi dengan panitia pelaksana

harus terus terjaga utamanya membangun suasana yang nyaman, ketersediaan sarana prasarana yang menunjang seperti tersedianya laptop untuk slide PPT dan pemutaran video, serta layar berupa TV yang cukup untuk kapasitas 50 peserta.



Gambar 2. Fasilitas TV ukuran besar, laptop dan ruang ber AC.

Pelaksanaan pelatihan harus sesuai dengan *rundown* yang telah disusun. Setelah pemutaran video, lanjut dengan mencairkan suasana atau *ice breaking* sekaligus observasi sejauh mana antusias peserta terkait pelatihan video jurnalistik. Strategi untuk menarik perhatian selanjutnya adalah dengan penyampaian materi berupa contoh video jurnalistik saat fasilitator bertugas haji. Video itu merupakan materi penting agar peserta terpicu (*trigger*) untuk memiliki kesempatan yang sama dengan fasilitator.



Gambar 3: materi video saat liputan haji mekkah Arab Saudi

Langkah keempat adalah pengendalian dan evaluasi (*controlling*). Pelatihan harus dikendalikan sesuai perencanaan. Terus memantau respon verbal maupun non verbal peserta. Apakah peserta tetap semangat (*exited*) atau sebaliknya. Pengendalian penting untuk menjaga semangat peserta hingga usai acara. Oleh karena itu, penyampaian materi juga diselingi dengan humor-humor ringan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan pelatihan ini berupaya untuk menggugah sekaligus mendorong generasi Y dan Z untuk berkontribusi di dunia digital atau *online*. Upaya ini harus dilakukan guna menimbun sampah-sampah digital berupa *hoax*, *fake news*, dan konten buruk lain. Pelatihan juga bertujuan untuk membiasakan generasi Y dan Z membuat konten video jurnalistik kapan dan dimana pun mereka berada. Kegiatan digelar di Gedung C4 Fakultas Syariah UIN KHAS Jember.

Meski peserta bukan dari fakultas yang sama, namun karena kesamaan minat untuk belajar video jurnalistik, berimplikasi pada semangat yang luar biasa. Peserta antusias untuk bertanya tips liputan dan mewancarai narasumber.

Fasilitator sengaja menyiapkan materi yang mudah dipahami dan mudah dipraktikkan. Contoh teori tentang pengambilan gambar, *framing videography*. Teori *framing* dalam videografi sebenarnya sama dengan fotografi. Perbedaannya, jika fotografi tidak bergerak (*still image*) sedang videografi bergerak. Teori *framing* ini terdiri dari tiga bahasan pokok yakni, (: Arif Ranu W, no date)

1. *Type of shot*

Adalah ukuran gambar dalam suatu *frame*. Setiap ukuran gambar memiliki makna berbeda-beda. Seperti diketahui bahwasannya gambar adalah bahasa. Setiap gambar menggunakan teori yang benar akan memiliki makna

2. *Angle camera*

Adalah sudut pandang pengambilan kamera, diantaranya *bird eye*, *high angle*, *eye level*, *low angle* dan *frog angle*.

3. *Rule of third*

Komposisi ini biasa digunakan dalam fotografi dan videografi. Mudah diterapkan dan bagus hasilnya

Materi yang mudah dimengerti itu berimplikasi pada pemahaman peserta. Mereka bisa langsung mempraktikkan untuk menghasilkan karya jurnalistik. Setelah mendapatkan materi semua peserta wajib praktik sesuai tema yang dipersiapkan panitia penyelenggara. Praktik tersebut sekaligus sebagai tolok ukur untuk mengetahui keberhasilan pelatihan. Parameternya adalah peserta pelatihan mampu menerapkan teori *framing*. Setidaknya gambar sudah bisa 'berbicara'. Bahasa gambar sangat penting dalam membuat video jurnalistik. Lebih jelasnya, kemampuan mengambil gambar yang sesuai dengan cerita atau pesan untuk disampaikan sangatlah penting. Data berguna untuk memberi keterangan pada gambar.

Hasilnya di luar dugaan. Peserta pelatihan selain mampu bercerita dengan gambar, ternyata mampu untuk berbicara didepan kamera yang lazim disebut *on cam* atau *stand up*. Ini sesuai dengan contoh materi video yang diputar. Padahal dengan mampu membuat video jurnalistik yang gambarnya berbicara, sesungguhnya sudah tergolong sukses. Apalagi ditambah dengan *stand up*. Seluruh peserta rata-rata mampu menerapkan teori yang mereka peroleh dari pelatihan. Mereka tetap semangat, hingga acara selesai.



Gambar 4: Peserta semangat hingga akhir pelatihan

KESIMPULAN

Pelatihan video jurnalis untuk mahasiswa ini perlu dikembangkan di universitas lain. Sebab saat ini generasi Y, Z, Alpha lebih suka videografi, Pelatihan bisa juga diterapkan untuk siswa SMA dan sederajat serta Perlu tindak lanjut dari pelatihan berupa media jurnalis warga yang bisa mempublikasi karya jurnalistik mahasiswa dan pelajar.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal:

Abdullah, A. *et al.* (2022) 'Video warga pada program berita di televisi Indonesia', *ProTVF*, 6(2), pp. 239–255. Available at: <https://doi.org/10.24198/PTVF.V6I2.39023>.

Kartinawati, E. and Wisudawanto, R. (2020) 'The Implementation of Basic Principles of Journalism in Citizen Journalist's News on NETCJ', *Jurnal ASPIKOM*, 5(1), p. 11. Available at: <https://doi.org/10.24329/aspikom.v5i1.539>.

Lestari, R.D. (no date) 'Jurnalisme Digital dan Etika Jurnalisme Media Sosial: Studi pada Akun Instagram @tempodotco dan @tribunjogja Digital Journalism and The Ethics of Social Media Journalism: Study in the Instagram Account @tempodotco and @tribunjogja', *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi*, 22(2), pp. 159–174. Available at: <https://doi.org/10.33164/iptekom.22.2.2020.159-174>.

Yohannes Dakhi (2016) 'IMPLEMENTASI POAC TERHADAP KEGIATAN ORGANISASI DALAM MENCAPAI TUJUAN TERTENTU', *Jurnal Warta Edisi : 50 Oktober | ISSN : 1829-7463* [Preprint].

Internet

Arif Ranu W (no date) 'MENGENAL FRAMING VIDEOGRAFI/FOTOGRAFI'.