Visioner : Jurnal Komunikasi, Bisnis dan Konten Kreatif E-ISSN: 3110-6722
Vol. 13, No. 2, Agustus 2026

Optimalisasi Konten Visual Berbasis Teknik Videografi pada Pemberitaan di Kota Tangerang

Adrian Ingratubun[1], Suyadi[2], Muh.Ragil Mahendra[3]

[1]Institut Media Digital Emtek, adrian.ingratubun@emtekedu.ac.id
[2]Institut Media Digital Emtek, suyadi@emtekedu.ac.id
[3]Institut Media Digital Emtek, ragilmahendra03@gmail.com

Abstract: *Amidst the increasing use of video in Indonesian multimedia journalism, videography has become an important component in modern news production, including for the Tangerang City Communication and Informatics Office to manage accurate and fast public communication; therefore, this qualitative research uses interviews, observations, documentation, and literature studies to examine the application of videography techniques in Tangerang City which still focuses on basic principles such as medium shots, cutaways, and simple editing according to limited resources, whose optimization is influenced by internal factors in the form of HR competencies and equipment as well as external factors in the form of platform algorithms and audience preferences, so that the strategy implemented is to adjust shooting techniques, cutting duration, and adding visual elements to increase information clarity and audience engagement.*

Keywords: *Optimization, Content, Visual, Videography, Tangerang*

Abstrak: Di tengah meningkatnya penggunaan video dalam jurnalisme multimedia Indonesia, videografi menjadi komponen penting dalam produksi berita modern, termasuk bagi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang untuk mengelola komunikasi publik yang akurat dan cepat; oleh karena itu penelitian kualitatif ini menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan untuk mengkaji penerapan teknik videografi di Kota Tangerang yang masih berfokus pada prinsip dasar seperti medium shot, cutaway, dan editing sederhana sesuai keterbatasan sumber daya, yang optimalisasinya dipengaruhi faktor internal berupa kompetensi SDM dan peralatan serta faktor eksternal berupa algoritma platform dan preferensi audiens, sehingga strategi yang diterapkan adalah menyesuaikan teknik pengambilan gambar, pemotongan durasi, dan penambahan elemen visual guna meningkatkan kejelasan informasi dan engagement audiens.

Kata Kunci: Optimalisasi, Konten, Visual, Videografi, Tangerang

1. Pendahuluan

Perkembangan media digital di Indonesia membuat cara masyarakat menerima informasi berubah, dari hanya membaca teks saja sekarang semakin beralih ke bentuk audio-visual. Dalam situasi ini, video menjadi bagian penting dalam menyampaikan berita karena mampu memperlihatkan kejadian secara lebih hidup, menarik, dan gampang dipahami. Penelitian menunjukkan bahwa videografi memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas

penyampaian informasi, karena unsur visual dan audio bisa memperkuat pesan serta membuat pengalaman menonton lebih baik.

Untuk membuat konten audio-visual yang bagus, diperlukan pemahaman tentang teknik videografi dan sinematografi agar hasilnya tidak sembarangan dan memenuhi standar kualitas media profesional. Pemahaman terhadap teknik videografi dan sinematografi sangat dibutuhkan dalam proses pembuatan konten audio visual agar hasilnya tidak asal-asalan dan dapat memenuhi standar kualitas media profesional bahwa kemampuan teknis seperti pengaturan komposisi, pencahayaan, angle kamera, serta stabilitas gambar merupakan komponen penting untuk menghasilkan konten visual yang layak tayang (Rizca Haqqu, Dimas Satrio Wijaksono, En Dhafin Hafizh Rafiandi, 2022)

Dalam dunia jurnalistik Indonesia, penggunaan video dalam berita semakin meningkat seiring berkembangnya praktik jurnalisme multimedia. Jurnalisme multimedia memungkinkan media untuk menyampaikan informasi dengan lebih interaktif dan komprehensif melalui penggabungan teks, gambar, suara, dan video, sehingga pembaca memperoleh pemahaman yang lebih mendalam. Pengalaman yang lebih komprehensif dibandingkan berita konvensional (Rahman Siregar, 2024). Kehadiran video dalam pemberitaan tidak hanya memperkaya konten, tetapi juga membantu penyampaian informasi yang kompleks secara visual sehingga lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Hal ini membuat videografi menjadi komponen yang sangat penting dalam proses produksi berita modern.

Media lokal atau lembaga pemerintah daerah, kualitas video pemberitaan sering belum optimal. Banyak konten video yang digunakan masih memiliki kekurangan teknis, seperti framing yang kurang tepat, pencahayaan yang buruk, dan pemahaman terhadap standar jurnalisme visual yang masih minim (Aceng Abdullah En Rinda Aunillah Sirait, 2022). Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun video telah menjadi elemen penting dalam berita modern, pemahaman dan penerapan teknik videografi di lapangan masih menghadapi berbagai tantangan. Situasi serupa juga terjadi di Kota Tangerang, di mana kualitas proses dokumentasi dan peliputan video perlu ditingkatkan agar informasi yang disampaikan menjadi lebih efektif dan menarik bagi masyarakat.

Kemajuan teknologi informasi yang pesat telah mengubah cara penyebaran informasi publik. Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Tangerang berperan penting dalam mengelola komunikasi publik, termasuk memastikan informasi yang akurat, cepat, dan mudah

diakses oleh masyarakat. Selain memanfaatkan situs web resmi, Diskominfo juga menggunakan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk menjangkau lebih banyak orang, terutama mereka yang aktif di platform digital.

Dalam konteks pemberitaan, media massa kini berlomba-lomba untuk menghadirkan konten yang menarik, informatif, dan mudah dipahami. Konten visual, terutama video, sangat penting untuk mendukung efektivitas penyampaian informasi. Teknik videografi membantu meningkatkan kualitas pemberitaan dengan visual yang lebih kreatif, komunikatif, dan profesional. Konten visual tidak hanya memperkuat pesan berita, tetapi juga membuat informasi lebih menarik dan mudah diterima oleh masyarakat.

Di Kota Tangerang, kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat, tepat, dan jelas semakin bertambah. Untuk memenuhi kebutuhan ini, pemerintah daerah melalui Diskominfo sedang berusaha meningkatkan kualitas produksi dan penyebaran konten visual berbasis teknik videografi. Proses dari pengambilan gambar, penyuntingan, hingga penyampaian akhir adalah bagian penting dalam menunjang kualitas pemberitaan pemerintah daerah.

Penelitian ini fokus pada optimalisasi konten visual berbasis videografi dengan melaklukan pengamatan, dan terlibat langsung dalam proses pembuatan berita di Diskominfo Kota Tangerang. Penelitian ini memungkinkan memahami cara berita diproduksi secara profesional dan bagaimana teknik videografi digunakan untuk menyampaikan informasi secara efektif kepada masyarakat.

Berdasarkan berbagai hasil penelitian, pengoptimalan teknik videografi sangat penting untuk dilakukan, terutama oleh instansi atau media lokal yang terlibat dalam produksi konten berita seperti lembaga pemerintah daerah.

Oleh sebab itu, Optimalisasi ini mencakup peningkatan kualitas dalam pengambilan gambar, penyesuaian pencahayaan, perbaikan tata letak visual, serta penerapan teknik penyuntingan yang memperkuat alur cerita berita. dimana penulis jalani di Kota Tangerang memberikan pengalaman langsung dalam proses pembuatan video berita. Selain itu, penulis juga berkesempatan untuk terlibat dalam peningkatan kualitas konten agar sejalan dengan prinsip-prinsip videografi dan jurnalisme. Atas dasar berbagai penjelasan yang telah penulis kemukakan maka judul penelitian yang diangkat adalah “Optimalisasi Konten Visual Berbasis Teknik Videografi pada Pemberitaan di Kota Tangerang”.

2. Kajian dan Teori

2.1 Komunikasi Visual dalam Jurnalistik

Komunikasi visual dalam jurnalistik adalah proses penyampaian informasi faktual melalui elemen yang dapat dilihat, seperti foto, video, grafis, tipografi, dan warna, dengan tujuan memperkuat pemahaman, kredibilitas, dan daya tarik berita. Daryanto (2005) menjelaskan bahwa sekitar 83% informasi yang diterima manusia berasal dari indera penglihatan, sehingga pesan visual cenderung lebih cepat diproses dan lebih lama diingat dibanding teks saja.

Berbeda dengan teks yang bersifat linear, visual bekerja secara cepat dan holistik. Mayer (2009) dalam *Cognitive Theory of Multimedia Learning* menyatakan bahwa kombinasi visual dan narasi verbal meningkatkan retensi informasi hingga 65% dibandingkan teks tunggal. Dalam kondisi banjir informasi digital, visual menjadi pintu pertama audiens untuk berhenti, memperhatikan, dan memahami isi berita.

Dalam konteks jurnalistik, komunikasi visual berfungsi untuk memperkuat kredibilitas berita melalui bukti visual langsung di lapangan; meningkatkan daya tarik sehingga audiens berhenti *scroll* dan menonton berita; dan menyederhanakan informasi kompleks seperti data kecelakaan, banjir, atau konflik sosial di Kota Tangerang menjadi visual yang mudah dipahami. Prinsip utama komunikasi visual yang relevan: kontras, keseimbangan, penekanan, dan kesatuan. Pelanggaran prinsip ini menyebabkan konten visual terlihat amatir dan menurunkan kepercayaan publik.

Fungsi utama komunikasi visual dalam jurnalistik ada tiga. *Pertama*, sebagai bukti, foto dan video lapangan berfungsi sebagai visual *evidence* yang memverifikasi kebenaran peristiwa, misalnya liputan banjir di Cipondoh atau kemacetan di Jalan Daan Mogot. Saputri dan Rahmanto (2021) menemukan bahwa berita dengan elemen visual kuat memiliki tingkat kepercayaan pembaca 37% lebih tinggi dibanding berita teks saja. *Kedua*, sebagai klarifikasi, Grafis, peta, dan infografis menyederhanakan data kompleks seperti APBD Kota Tangerang atau data kecelakaan lalu lintas menjadi informasi yang mudah dicerna publik. *Ketiga*, sebagai pemicu atensi, Wijaya (2022) membuktikan bahwa penggunaan cutting rhythm di bawah 2 detik pada video berita meningkatkan watch time hingga 42% di platform digital.

Kekuatan visual juga membawa tanggung jawab etis. KPI (2012) melalui Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran Pasal 22 dan 36 menekankan bahwa visual tidak boleh

mengeksploitasi korban, menampilkan identitas anak tanpa izin, atau dimanipulasi sehingga menyesatkan. Hidayat (2021) mencatat bahwa 68% pelanggaran P3SPS terjadi pada tahap seleksi visual, bukan pada teks. Teknik videografi yang baik harus selaras dengan kaidah jurnalistik: akurat, berimbang, dan menghormati harkat manusia.

Komunikasi visual dalam jurnalistik bukan sekadar pelengkap estetika. Ia adalah bahasa utama era digital yang menentukan apakah sebuah berita dibaca, dipercaya, dan diingat. Untuk media lokal seperti di Kota Tangerang, penguasaan komunikasi visual menjadi syarat agar informasi publik bisa bersaing dan sampai ke warga secara efektif.

2.2 Videografi sebagai Teknik Produksi Konten Berita

Videografi adalah teknik merekam, menyusun, dan mengedit gambar bergerak untuk membangun narasi berita yang informatif dan menarik. Dalam jurnalistik modern, videografi tidak lagi dipahami sekadar kegiatan merekam peristiwa, melainkan sebagai proses produksi visual yang strategis untuk menyampaikan fakta secara cepat, akurat, dan kontekstual.

Menurut Brown (2016; P.12-18) dalam bukunya *Cinematograph*y: *Theory and Practice*, videografi berita yang baik mengintegrasikan komposisi frame, gerakan kamera, pencahayaan, audio, dan ritme editing untuk membentuk pemahaman audiens terhadap peristiwa. Teknik ini memungkinkan media menyajikan informasi kompleks menjadi visual yang mudah dicerna, misalnya visualisasi kemacetan di Jalan Daan Mogot atau kondisi banjir di Periuk melalui *drone shot* dan *natural sound*.

Secara etis, videografi berita tetap tunduk pada kaidah jurnalistik dan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran. Komisi Penyiaran Indonesia (2012), menegaskan bahwa teknik visual yang digunakan tidak boleh memanipulasi fakta, mengeksploitasi korban, atau melanggar privasi subjek berita.

2.3 Optimasi Konten Visual untuk Platform Digital

Optimasi konten visual adalah proses penyesuaian format, durasi, dan struktur pesan agar sesuai dengan algoritma platform dan perilaku audiens digital. Joe Pulizzi (2014) menyatakan bahwa konten yang efektif harus dirancang berdasarkan tiga elemen: platform algoritma, perilaku

pengguna, dan saluran distribusi. Tanpa penyesuaian ini, konten berkualitas tinggi sekalipun akan sulit mencapai audiens target.

Faktor pertama dalam optimasi adalah format dan rasio aspek. We Are Social (2024) mencatat bahwa 89% akses berita di Indonesia pada 2024 dilakukan melalui perangkat mobile, sehingga format vertikal 9 :16 menjadi standar utama untuk TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts. Format ini meningkatkan ruang layar yang terisi dan mengurangi friksi saat menonton.

Faktor kedua adalah durasi dan ritme. Menurut *YouTube Creator Academy* (2023), video pendek dengan durasi 15-45 detik memiliki *completion rate* 70% lebih tinggi dibanding video di atas 2 menit untuk konten berita cepat. Algoritma TikTok juga memprioritaskan video yang ditonton hingga selesai. Oleh karena itu, struktur narasi berita harus meletakkan *hook informatif* dalam 3 detik pertama.

Faktor ketiga adalah aksesibilitas visual. Richard E. Mayer (2009) dalam *Cognitive Theory of Multimedia Learning* menjelaskan bahwa 85% pengguna media sosial menonton video tanpa suara. Penggunaan subtitle yang sesuai EYD dan ukuran minimal 24pt terbukti meningkatkan pemahaman dan retensi pesan. Thumbnail dengan wajah manusia, ekspresi emosional, dan teks maksimal 3 kata juga meningkatkan click-through rate hingga 30%.

Faktor keempat adalah optimasi harus mempertimbangkan SEO visual lokal. Penambahan kata kunci geografis seperti “Tangerang”, “Banten”, atau nama kecamatan dalam judul, deskripsi, dan subtitle membantu konten muncul pada pencarian lokal. Hal ini penting bagi media hiperlokal yang menyasar audiens spesifik di Kota Tangerang.

Untuk itu bertdasarkan empat faktor tersebut, dapat dikatakan bahwa optimasi konten visual bukan sekadar mempercantik tampilan, tetapi menyelaraskan teknik produksi dengan logika platform dan kebiasaan audiens. Kegagalan dalam optimasi akan menyebabkan konten tenggelam meskipun teknik videografi yang digunakan sudah profesional.

2.4 Teori Gatekeeping dan Seleksi Visual

Teori *gatekeeping* menjelaskan proses penyaringan informasi yang dilakukan oleh individu atau institusi media sebelum informasi tersebut disebarluaskan kepada publik. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Kurt Lewin (1947: P.143-153) yang menyatakan bahwa arus informasi

melalui saluran komunikasi dikendalikan oleh "penjaga gerbang" yang menentukan apa yang boleh dan tidak boleh lolos. Dalam konteks jurnalistik, penjaga gerbang adalah editor, produser, atau jurnalis yang memiliki wewenang menyeleksi peristiwa menjadi berita.

David Manning White (1950 : P.383-390) mengembangkan teori ini pada 1950 melalui studi terhadap editor surat kabar yang disebut "Mr. Gates". Ia menemukan bahwa keputusan seleksi berita tidak hanya didasarkan pada nilai berita objektif, tetapi juga dipengaruhi oleh subjektivitas, pengalaman pribadi, dan batas waktu produksi. Dalam era visual, peran gatekeeper semakin kompleks karena mereka harus menyeleksi ribuan detik footage menjadi paket berita berdurasi 30-90 detik.

Pamela Shoemaker dan Tim Vos (2009) dalam Gatekeeping Theory menegaskan bahwa seleksi konten visual dipengaruhi oleh lima tingkat: individu, rutinitas media, organisasi, institusi sosial, dan sistem sosial. Pada tingkat individu, pertimbangan etika dan estetika visual menjadi penentu utama. Pada tingkat organisasi, kebijakan redaksi dan standar KPI membatasi penggunaan gambar yang mengeksploitasi korban atau melanggar privasi.

Oleh sebab itu, dalam seleksi konten visual untuk berita digital, kriteria tambahan muncul seperti nilai *proximity, consequence,* dan *shareability.* Hidayat (2021: P.112-130) menemukan bahwa 68% pelanggaran P3SPS terjadi pada tahap seleksi visual, bukan pada penulisan teks, karena gatekeeper cenderung mengutamakan daya tarik visual tanpa mengecek kelayakan etis.

Dengan demikian dalam *gatekeeping* dalam konten visual berfungsi sebagai filter kualitas dan etika. Seorang gatekeeper yang baik tidak hanya memilih gambar yang menarik, tetapi juga memastikan gambar tersebut akurat, berimbang, dan sesuai dengan standar jurnalistik. Kegagalan dalam proses ini dapat menurunkan kredibilitas media dan memicu sanksi dari lembaga pengawas penyiaran.

2.5 Teori Uses and Gratifications

Teori Uses and Gratifications memandang audiens sebagai subjek aktif yang secara sadar memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Berbeda dengan teori efek media tradisional, teori ini tidak bertanya "apa yang media lakukan pada khalayak", melainkan apa yang khalayak lakukan dengan media.

Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch (1974) menjelaskan bahwa penggunaan media didorong oleh kebutuhan psikologis dan sosial, seperti kebutuhan kognitif untuk informasi, kebutuhan afektif untuk hiburan, kebutuhan integrasi sosial, dan kebutuhan pelepasan ketegangan. Kepuasan yang diperoleh dari penggunaan media inilah yang menentukan apakah seseorang akan kembali mengakses konten tersebut.

Selain itu, Denis McQuail (2010), menambahkan bahwa dalam era digital, teori ini relevan untuk menjelaskan perilaku audiens pada platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram. Audiens tidak lagi pasif menerima berita, tetapi memilih konten visual yang cepat, ringkas, dan sesuai dengan motivasi pribadi mereka.

Teori Uses and Gratifications membantu menjelaskan mengapa konten visual dengan durasi pendek, thumbnail menarik, dan narasi langsung lebih disukai audiens digital. Bagi jurnalis, memahami gratifikasi yang dicari audiens menjadi kunci dalam merancang konten berita yang efektif.

3. Metode Penelitian

Pendekatan kualitatif memiliki kapasitas dalam mengamati, bertanya, menelusuri dan mengabstrasikan (Sukmadinata, 2005:26). Selain itu, bahwa pada penelitian kualitatif, peneliti merupakan alat penelitian utama.

Peneliti mangadakan sendiri pengamatan dan wawancara mendalam (depth interview) atau wawancara secara internal (intensive interview) dan kebanyakan tak bertsruktur dngan tujuan untuk mendapatkan data kualitatif yang mendalam terhadap objek dan subjek penelitian (Kriyantono, 2008:98). Oleh karena itu, peneliti sendiri terjun ke lapangan/lokasi yang akan diteliti untuk mengadakan observasi dan wawancara

medalam mengenai optimalisasi konten visual berbasis teknik videografi pada pemberitaan di Kota Tangerang.

Metode atau teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif ini, terdiri atas:

1. Wawancara Mendalam (Depth Interview).

Wawancara mendalam adalah suatu cara atau informasi dengan carang langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam dan biasanya dilakukan dalam waktu yang lama dan berkali-kali guna memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab dengan orang yang diwawancarai. Tidak seperti wawancara yang biasa digunakan dalam survei yang mungkin beberapa menit, sebuah wawancara mendalam bisa menghabiskan waktu berjam-jam. Bahkan bila perlu pewawancara sampai harus melibatkan diri secara dekat dengan hidup bersama informan guna mengetahui pola keseharian informan (Kriyantono, 2008:101).

2. Observasi.

Observasi kualitatif merupakan sebuah pengamatan langsung yang dilakukan oleh peneliti di lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu di lokasi penelitian. Dalam pengamatan ini peneliti merekam/mencatat, baik dengan cara terstruktur mau semi terstruktur, misalnya dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan yang diketahui oleh peneliti (Creswell, 2010:266).

3. Dokumentasi.

Teknik dokumentasi adalah suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap dan bukan berdasarkan perkiraan (Kustoro, Basrowi, 2006:142). Oleh sebab itu kegiatan dokumentasi ini dilakukan dalam rangka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian sosial dengan pendekatan kualitatif (Kartono, 2005).

4. Studi Kepustakaan.

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur Ilmiah (Sugiyono, 2008:291).

4. Pembahasan

Penelitian ini memfokuskan pada media online lokal di Kota Tangerang yang secara rutin memproduksi konten berita dalam format video. Media yang menjadi objek penelitian umumnya

beroperasi di bawah naungan Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Tangerang dan memanfaatkan platform digital seperti YouTube, Instagram, dan situs web resmi sebagai kanal distribusi utama.

Karakteristik media ini adalah liputan yang berorientasi pada isu-isu lokal Tangerang, meliputi pemerintahan daerah, kemasyarakatan, ekonomi UMKM, dan peristiwa harian. Tim produksi konten visual biasanya terdiri dari 3-5 orang yang merangkap peran sebagai reporter, videografer, dan editor.

Secara struktur redaksi media online di Kota Tangerang umumnya menganut model hierarki sederhana karena keterbatasan sumber daya manusia. Pimpinan tertinggi dipegang oleh Pemimpin Redaksi yang bertanggung jawab atas arah editorial dan kelayakan berita yang dipublikasikan. Di bawahnya terdapat Redaktur Pelaksana yang bertugas mengoordinasi alur produksi berita harian dan menentukan kelayakan visual untuk ditayangkan. Tugas dan peran dalam alur produksi terdiri dari : Videografer yang bertugas melakukan pengambilan gambar di lapangan dengan memperhatikan komposisi, pencahayaan, dan audio. Editor Video bertanggung jawab mengolah footage menjadi konten siap tayang melalui proses cutting, color grading, dan penambahan grafis sederhana, serta sementara Reporter Multimedia sering kali merangkap sebagai penulis naskah sekaligus pembawa berita dalam format video.

4.1 Penerapan Teknik Videografi pada Pemberitaan di Kota Tangerang

Penerapan teknik videografi pada pemberitaan di Kota Tangerang masih berfokus pada prinsip dasar jurnalisme visual yang disesuaikan dengan keterbatasan sumber daya. Pada tahap pra-produksi, tim multimedia menyusun rencana visual sederhana berupa penentuan lokasi, angle, dan durasi shot yang diperlukan untuk mendukung narasi berita.

Saat produksi, teknik yang dominan digunakan adalah medium shot dan close-up untuk menampilkan ekspresi narasumber, serta cutaway untuk menjaga kelancaran editing. Pengambilan gambar umumnya dilakukan menggunakan smartphone dan kamera mirrorless dengan pencahayaan alami, mengingat keterbatasan peralatan lighting profesional. Gerakan kamera cenderung statis atau menggunakan pan dan tilt dasar.

Pada tahap pasca-produksi, proses editing dilakukan dengan memotong footage, menambahkan lower third, transisi sederhana, dan voice over untuk memperkuat konteks berita. Penyesuaian durasi juga dilakukan agar sesuai dengan karakteristik platform, seperti versi 1-2 menit untuk YouTube dan versi 30-60 detik untuk Instagram Reels. Penerapan teknik ini bertujuan meningkatkan kejelasan informasi sekaligus mempertahankan daya tarik visual bagi audiens lokal.

4.2 Faktor yang Memengaruhi Optimalisasi Konten Visual

Optimalisasi konten visual pada pemberitaan di Kota Tangerang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kompetensi sumber daya manusia, ketersediaan peralatan produksi, dan konsistensi penerapan standar operasional prosedur redaksi. Keterbatasan keterampilan videografi dan editing sering menjadi hambatan dalam menghasilkan visual yang berkualitas dan konsisten.

Faktor eksternal berkaitan dengan karakteristik platform digital dan preferensi audiens lokal. Algoritma media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok mendorong penggunaan durasi pendek, subtitle, dan visual yang dinamis. Selain itu, preferensi audiens Tangerang yang cenderung menyukai konten informatif dengan gaya penyampaian ringan turut menentukan format dan gaya visual yang digunakan. Keterbatasan waktu produksi dan tuntutan kecepatan publikasi juga menjadi faktor yang memaksa tim multimedia menyesuaikan kualitas teknis dengan kebutuhan distribusi cepat

4.3 Strategi Optimalisasi Konten Visual Berbasis Teknik Videografi

Strategi optimalisasi dilakukan dengan menyesuaikan teknik videografi pada tiga tahap produksi agar sesuai dengan karakteristik audiens dan platform digital. Pada tahap pra-produksi, redaksi menyusun shot list sederhana dan menentukan gaya visual yang relevan dengan isu lokal Tangerang agar pesan tersampaikan secara jelas.

Saat produksi, diterapkan teknik pengambilan gambar yang stabil, komposisi rule of thirds, dan penggunaan pencahayaan alami untuk menjaga kualitas visual meskipun dengan peralatan terbatas. Pada tahap pasca-produksi, durasi dipotong menjadi 30-90 detik, ditambahkan subtitles, dan transisi ringan untuk meningkatkan retensi penonton di Instagram Reels dan TikTok.

Kombinasi antara storytelling visual yang ringkas, konsistensi gaya editing, dan penyesuaian format platform menjadi kunci dalam meningkatkan jangkauan dan engagement konten berita di Kota Tangerang.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai optimalisasi konten visual berbasis teknik *videografi* pada pemberitaan di Kota Tangerang, maka dalam penerapan teknik *videografi*, faktor yang memengaruhi, dan strategi optimalisasi konten visual, maka dapat disimpulkan bahwa:

a. Penerapan teknik videografi pada pemberitaan di Kota Tangerang telah dilakukan dengan menggunakan teknik dasar seperti medium *shot, cutaway*, dan *editing* sederhana sesuai keterbatasan sumber daya.
b. Optimalisasi konten visual dipengaruhi oleh faktor internal berupa kompetensi SDM dan peralatan, serta faktor eksternal berupa *algoritma platform* dan preferensi audiens lokal.
c. Berdasarkan hal tersebut, strategi optimalisasi yang diterapkan adalah penyesuaian teknik pengambilan gambar, pemotongan durasi, dan penambahan elemen visual sesuai karakteristik platform untuk meningkatkan kejelasan informasi dan *engagement audiens.*

Daftar Pustaka

Abdullah Aceng, En Rinda Aunillah Sirait, 2022. "Video Warga Pada Program Berita Di Televisi Indonesia", Pro TVF 6, No 2 (2022): 239–255.

Brown, Blain. 2016. *Cinematography: Theory and Practice. 3rd ed. New York: Focal Press.*

Creswell, W. John, 2010. Research Design. Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Daryanto. 2005. Evaluasi Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta.

Haqqu Rizca, Dimas Satrio Wijaksono, En Dhafin Hafizh Rafiandi, 2022. "Pentingnya Pemahaman Videografi Dan Sinematografi Dalam Pembuatan Konten Audio Visual Untuk Menunjang Era 4.0", In Prosiding Cosecant: Community Service and Engagement Seminar, Vol 2, 2022.

Hidayat, R. 2021. "Pelanggaran Etika Visual dalam Pemberitaan Lokal". Jurnal Kajian Jurnalisme UI, 9(3).

Katz, E., Blumler, J.G., & Gurevitch, M. 1974. "Utilization of Mass Communication by the Individual." In J.G. Blumler & E. Katz (Eds.), The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research. Beverly Hills: Sage Publications.

KPI, 2012. Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran. Jakarta: Komisi Penyiaran Indonesia.

Kustoro, Budi dan Basrowi, 2006. Strategi Penelitian Sosial dan Pendidikan. Surabaya: Yayasan Kampusina.

Lewin, Kurt. 1947. "Frontiers in Group Dynamics: Concept, Method and Reality in Social Science; Social Equilibria and Social Change." Human Relations, 1(2).

Mayer, R.E. 2009. Multimedia Learning. New York: Cambridge University Press.

McQuail, D. 2010. McQuail's Mass Communication Theory. 6th ed. London: Sage Publications.

Pulizzi, Joe. 2014. Epic Content Marketing: How to Tell a Different Story, Break through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less. New York: McGraw-Hill Education.

Ruggiero, T.E. 2000. "Uses and Gratifications Theory in the 21st Century." Mass Communication & Society, 3(1), 3-37.

Saputri, D., & Rahmanto, D.N. 2021. "Pengaruh Visual Storytelling terhadap Kepercayaan Berita Online". Jurnal Komunikasi UAD, 15(2).

Shoemaker, Pamela J., & Vos, Tim P. 2009. Gatekeeping Theory. New York: Routledge.

Siregar, Rahman, 2024. "Upaya Peran Media Multimedia Dalam Penyampaian Informasi Jurnalistik Di Media Online Okezone. Com", Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial 8, No 1 (2024).

Sukmadinata, Syaodih, Nana, 2005. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Remaja Rosda Karya.

We Are Social & Meltwater. 2024. Digital 2024: Indonesia. London: We Are Social Ltd.

White, David M. 1950. "The 'Gate Keeper': A Case Study in the Selection of News." Journalism Quarterly, 27(4)

Wijaya, Aditya. 2022. "Editing Pace dan Retensi Penonton Berita Digital". Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada, Vol. 18, No. 1, hlm. 45-62.

YouTube Creator Academy. 2023. Shorts Best Practices and Audience Growth. Google LLC.