

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman sekarang dan bahkan dalam kehidupan sehari-hari, kita tidak asing lagi dengan apa itu komputer. Saat ini komputer adalah bagian dari hidup manusia dan bahkan bisa menjadi bagian dari jiwanya, selain itu juga manusia membutuhkan bantuan baik dari alat maupun dari pihak sesama manusia. Dan dari itu juga manusia selalu membutuhkan alat informasi diantaranya media massa.

Seiring dengan berkembangnya zaman dan teknologi alat komunikasi maupun informasi. Sehingga meliputi media massa dalam perkembangannya. Media massa saat ini sangat berkembang pesat, namun tetap saja setiap hal memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Salah satu media yang disukai oleh semua kalangan adalah televisi, yaitu media yang begitu lengkap karena menyediakan beragam informasi melalui audio dan visual. Sekarang televisi mempunyai peranan yang sangat penting dalam masyarakat, sebagaimana dengan fungsinya. Televisi sebagai alat menghibur, mendidik, memberi informasi dan sebagai kontrol social.

Karena media televisi ditonton dan didengar, terdapat tahapan-tahapan untuk menampilkan gambar/visual dan audio yang enak dan nyaman untuk ditonton dan didengar. Maka dari itu, untuk menghasilkan sebuah acara atau tontonan yang benar, harus melalui tahapan, diantaranya adalah proses editing.

Perkembangan video editor saat ini sangatlah pesat, hal ini didukung dengan hadirnya berbagai aplikasi pengelola video yang dapat menghasilkan efek-efek menarik dan bisa dilakukan dengan cara instan. Dari berbagai tahap pembuatan suatu *video* iklan, editor dapat dibilag sebagai proses yang paling berpengaruh, karena bila menginginkan suatu cerita yang baik maka seorang editor harus menggunakan emosi, pengandaian, dan tujuan yang mendalam agar hasil yang di inginkan bisa tercapai. Video editor sangatlah dibutuhkan sebagai penyelesaian dari sebuah potongan video yang dibuat, dan dijadikan sebuah cerita atau konsep yang diinginkan oleh *client*. Editor video iklan adalah proses menyusun, memanipulasi, dan merangkai ulang rekaman video menjadi suatu rangkaian cerita yang baru dengan memberikan penambahan tulisan, gambar, ilustrasi musik atau suara sehingga mudah dimengerti oleh khalayak

Media iklan menjadi salah satu elemen yang penting dalam melakukan pemasaran produk, baik itu berupa barang maupun jasa. Perlu adanya pemikiran yang tepat dalam pemilihan media. Fungsi media menjadi faktor yang penting dalam periklanan. Keunggulan dari masing-masing media juga perlu diperhatikan. Dalam media digital hal yang harus diperhatikan adalah dari segi *visual*. Pembuatan iklan jelas membutuhkan kemampuan olah video yang baik, karena video yang dihasilkan akan menentukan keberhasilan promosi produk yang ditawarkan. Potongan-potongan materil iklan yang akan ditayangkan diatur sedemikian rupa dan dikemas secara apik, unik, dan memiliki nilai artistik. Kemampuan dalam memadukan unsur artistik dan imajinasi merupakan tuntutan utama dalam membuat iklan.

Media digital menjadi pilihan yang menjanjikan karena saat ini yang paling populer dan ampuh adalah promosi menggunakan *video*. Hal ini kemudian dimanfaatkan oleh Perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasanya.

Media sosial mampu merubah cara berkomunikasi dengan seseorang tanpa bertatap muka namun dengan melihat atau membaca dan mendengar sebuah iklan pada isi media. Promosi di media sosial lebih mudah dilakukan karena bisa diakses dengan mudah bahkan melalui ponsel sekalipun. Produsen pun akan dengan mudah merespon komentar para konsumen melalui *handphone*. Salah satu media sosial yang digunakan yaitu *youtube*.

Youtube adalah salah satu media yang paling tepat untuk melakukan promosi karena disaat sekarang *Youtube* dapat menarik banyak orang yang mulai jenuh dengan media sosial lainnya. Hal ini dikarenakan *Youtube* menawarkan hal yang unik dan tampilan yang sederhana. Banyak *fotografer, videografer, desainer, seniman* atau pebisnis mulai memanfaatkan Instagram dengan menghasilkan konten yang berkualitas untuk memasarkan produk mereka. Dengan menggunakan konten visual memungkinkan sebuah produk atau jasa dapat mengembangkan reputasi atau citra mereka. *Youtube* dapat memberikan gambaran rinci melalui foto produk dan dapat memperkenalkan produk melalui video. Dan juga dapat memberikan keterangan produk melalui teks atau tulisan secara terperinci.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penulis memilih Alur Kerja pada *Video Editor* di *Chanel Youtube Sunda Ariana*. Penulis memilih tema tersebut karena ingin mengetahui lebih dalam lagi tentang proses editing *video*

dari awal hingga akhir, seperti penyusunan *file-file video*, menyesuaikan *file-file video* dengan ilustrasi musik, dan membarikan efek-efek seperti menambahkan pewarnaan pada video, memberikan transisi pada perpindahan *video*, dan menyelesaikan *video* yaitu rendering

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penulisan latar belakang yang telah dipaparkan, maka masalah yang akan dibahas yaitu :

1. Bagaimana peran editor dalam proses editing di Chanel Sunda Ariana Official ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka penulis menyimpulkan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Mendapat pembelajaran dan pengalaman kerja di bidang media kreatif serta mengetahui tentang aktivitas dunia kerja profesional yang sebenarnya.
2. Sebagai media pembelajaran mahasiswa untuk melaksanakan tugas pada sebuah perusahaan atau organisasi tertentu, baik profit maupun non profit.
3. Agar dapat meningkatkan kedisiplinan, etos kerja, serta menjadikan diri lebih siap dalam menghadapi dunia kerja.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat bagi penulis

Kegiatan praktek kerja lapangan (PKL) juga memiliki manfaat tersendiri bagi penulis, manfaatnya antara lain yaitu:

1. Memberikan pemahaman mengenai proses editor video mulai dari penyusunan konsep, pengambilan gambar hingga editing video.
2. Meningkatkan kreatifitas serta tanggung jawab sebagai seorang editor video untuk siap menghadapi dunia kerja.
3. Memberikan sebuah pengalaman serta gambaran nyata dibidang editor video dalam dunia kerja.
4. Menerapkan teori-teori yang telah diterima dan dapatkan selama mengikuti perkuliahan dalam dunia kerja.
5. Mahasiswa mendapat link dalam dunia kerja setelah menyelesaikan perkuliahan.

1.4.2 Manfaat bagi perusahaan

Manfaat bagi Chanel Youtube Sunda Ariana

1. Dapat membantu dan meringankan tugas-tugas divisi editing video melalui bidang ilmu yang dimiliki oleh mahasiswa.
2. Dapat memberikan bantuan bagi divisi editing video di Youtube Chanel Sunda Ariana untuk menyelesaikan pekerjaan selama dibutuhkan.

3. Dapat membantu divisi editing video Youtube Chanel Sunda Ariana untuk menemukan menciptakan solusi, ide, dan inovasi sesuai dengan kemampuan serta keahlian yang dimiliki oleh mahasiswa selama menempuh dunia perkuliahan.

BAB II

GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN

2.1 Penegasan judul

Laporan praktek kerja lapangan (PKL) ini adalah Peran Video Editor dalam Youtube Chanel Sunda Ariana. Dalam proses pembuatan beberapa Video untuk Promosi melalui sosial media *Youtube*.

Video editor dapat mengolah informasi visual menjadi lebih dramatis, dengan pengulangan gambar-gambar yang sama atau penerapan efek-efek tertentu. Sentuhan video editor ini tentunya dilakukan untuk menarik perhatian konsumen sehingga dapat menonton video tersebut. (Wahana Komputer 2008)

Iklan bisa bervariasi dan beragam baik dari sisi konten, tema maupun durasi. Mulai dari *full* gambar sampai yang hanya animasi saja. Mulai dari beragam jenis suara, sampai yang tidak ada audio sedikit pun. Mulai dari tema kocak, sampai menyentuh. Mulai dari modal yang besar, misalnya mendatangkan bintang terkenal sampai dengan modal yang kecil. Tujuan yang ingin dicapai yakni agar pesan yang dibawa dapat disampaikan kepada konsumen dengan kemasan yang singkat dan tentunya menarik.

Pembuatan iklan jelas membutuhkan kemampuan olahan video yang baik, karena video yang dihasilkan akan menentukan keberhasilan

promosi produk yang ditawarkan. Potongan-potongan materi iklan yang ditayangkan diatur sedemikian rupa dan dikemas secara apik, unik dan memiliki nilai artistik. Kemampuan dalam memadu unsur artistik dan imajinasi merupakan tuntutan utama dalam membuat iklan.

2.2 Channel Youtube Sunda Ariana Official

Adapun konsep konsep yang digunakan pada channel tersebut, yaitu :

2.2.1 Membuat Template Video

Dalam pembuatan video Youtube, seharusnya ada bumper atau template di awal video untuk menunjukkan identitas kita. Serta menampilkan ciri khas di Chanel Youtube kita.



Gambar 2.2.1 Bumper Video di Chanel Youtube Sunda Ariana.

2.2.2 Membuat Konten Youtube Pembelajaran

Konten di Youtube Sunda Ariana Chanel berupa konten Pendidikan, dari ibu Sunda sendiri ingin Youtube Chanelnya untuk mengasih pelajaran – pelajaran bagi penonton. Yang kita ketahui

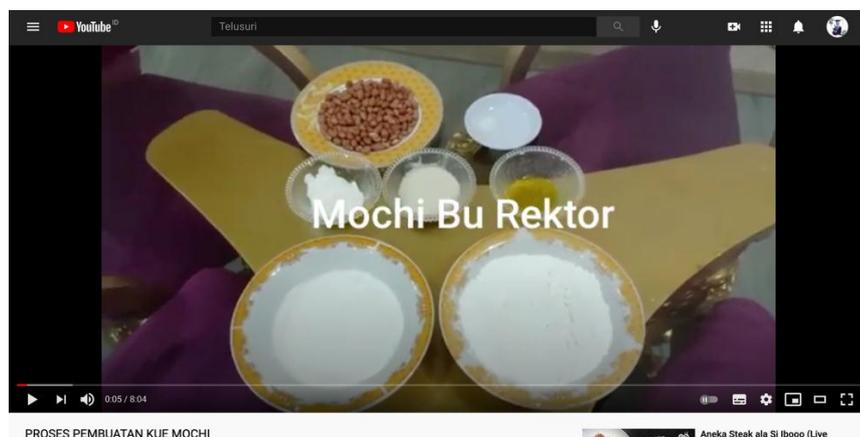
sekarang lagi masa Pandemi dari situlah ibu Sunda Ariana terinspirasi untuk memberi pelajaran secara online. Akhirnya ibu Sunda Ariana menjadikan Youtube untuk menjadi media pembelajaran.



Gambar 2.2.2 Proses Pembuatan Video Bahan Pembelajaran.

2.2.3 Membuat Konten Youtube Masak

Sunda Ariana juga membikin video tutorial memasak, ada salah satu video kita membuat kue Mochi. Dari hobby Sunda Ariana yang memasak, akhirnya dia ingin sekali membuat tutorial membuat kue Mochi.



Gambar 2.2.3 Proses Pembuatan Kue Mochi Bu Reкто

2.3 Video iklan

Salah satu kreatifitas dalam berpromosi agar mengundang perhatian calon pembeli adalah dengan menggunakan video promosi. Mengapa? Karena lewat video promosi, calon pembeli tidak hanya disentuh pada aspek *visual* (penglihatan) semata melainkan pada aspek *audio* (pendengaran).

Pembuatan iklan jelas membutuhkan kemampuan olah video yang baik, karena video yang dihasilkan akan menentukan keberhasilan promosi produk yang ditawarkan. Potongan-potongan materi iklan yang akan ditayangkan diatur sedemikian rupa dan dikemas secara apik, dan memiliki nilai artistik. Kemampuan dalam memadukan unsur artistik dan imajinasi merupakan tuntutan utama dalam pembuatan iklan.

2.3.1 Alur pembuatan video iklan

2.3.1.1 *Client brief*

Menurut Andrew Nebel (2006:9), *client brief* adalah 79% klien dan agensi periklanan sepakat bahwa : “it is difficult to produce good creative rowk without a good brief.”

Sebuah *Client Brief* atau *marketing brief* adalah bagian paling penting dari informasi yang dikeluarkan oleh klien untuk agensi periklanan. Melalui *brief* ini segala informasi tentang brand/produk di jelaskan. Oleh karena itu menjadi sangat penting untuk mempersiapkan dokumen – dokumen terbaik sesuai

kebutuhan. Brief yang baik, maka akan menghasilkan karya kreatif yang baik.

Dalam pembuatan video iklan, *client brief* sudah tidak asing lagi, karena memang sangat dibutuhkan untuk bisa menentukan konsep yang akan dibuat seperti apa. Selain itu *client brief* berfungsi untuk mengurangi sisi subjektif dari pekerjaan, karena dalam pembuatan video iklan memang ada unsur subjektif seperti nilai estetis, dan keinginan *client*.

2.3.1.2 Pra Produksi.

Proses pra produksi adalah sebuah tahapan awal yang harus di lewati dalam pembuatan film, disinilah tujuan film, jenis film, dan bagai mana film itu, berawal. Banyak film maker professional menjadikan beberapa bagian dalam proses pra produksi berdiri sendiri di luar team, artinya penulis scenario bekerja terpisah dengan team inti yang telah terbentuk. Hal itu bisa saja di lakukan mengingat saat ini banyak penulis scenario yang menjual hasil tulisannya kepada rumah-rumah produksi maupun TV.

Tahap pra produksi melalui tahap yang panjang dan menentukan keberhasilan pada tahap selanjutnya. Tahap ini merupakan perencanaan dari kegiatan selanjutnya dan hasil yang akan dicapai.

2.3.1.3 Produksi

Produksi adalah kegiatan menghasilkan barang maupun jasa atau kegiatan menambah nilai kegunaan atau manfaat suatu barang. Dalam buku Manajemen Operasi Produksi (2020) Andy Wijaya dan kawan-kawan, produksi adalah proses menghasilkan sesuatu baik berbentuk barang maupun jasa dalam sesuatu periode waktu dan memiliki nilai tambah bagi perusahaan.

Pembuatan video itu sendiri dibuat. Pada tahap inilah proses pengambilan gambar berlangsung. Hasil akhir dari kegiatan produksi yaitu sekumpulan gambar dan suara dari lapangan yang siap untuk diedit sesuai dengan konsep/tema yang telah dibuat. (Sigit Hariyady 2012)

2.3.1.4 Pasca produksi

Tahap selanjutnya yaitu tahap pemilihan gambar dan suara yang terbaik. Gambar dan suara tersebut kemudian disambung-sambung pada tahap ini beberapa hal yang dilakukan meliputi:

1. *Importing* (Memindahkan hasil rekaman keperangkat editor)
2. Editor (Penggabungan dan pemilihan gambar)
3. Pemotongan hasil rekaman
4. Pengaturan transisi

2.4 Pembahasan

2.4.1 Pengertian Youtube

2.4.1.1 Youtube

YouTube adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal pada Februari 2005. Situs web ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Perusahaan ini berkantor dan memakai teknologi Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video , termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu, konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan vid pendidikan juga ada dalam situs ini.

Konten di YouTube diunggah oleh individu, meskipun perusahaan-perusahaan media seperti CBS, BBC, Vevo, Hulu, dan organisasi lain sudah mengunggah material mereka ke situs ini sebagai bagian dari program kemitraan YouTube. Pengguna tak terdaftar dapat menonton video, sementara pengguna terdaftar dapat mengunggah video dalam jumlah tak terbatas. Video-video yang dianggap berisi konten ofensif hanya bisa ditonton oleh pengguna terdaftar berusia 18 tahun atau lebih. Pada November 2006, YouTube, LLC dibeli oleh Google dengan nilai US\$1,65 miliar dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan Google eo.

2.4.1.2 Sejarah Youtube

Youtube didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, yang sebelumnya merupakan karyawan pertama PayPal. Hurley belajar desain di Indiana University of Pennsylvania, sementara Chen dan Karim belajar ilmu computer di University of Illinois at Urbana Champaign. Menurut cerita yang berulang-ulang diterbitkan di media, Hurley dan Chen mengembangkan ide YouTube pada bulan-bulan pertama tahun 2005 setelah mengalami kesulitan saat berbagi video pesta makan malam di apartemen Chen di San Francisco. Karim tidak datang ke pesta dan menolak pesta tersebut pernah terjadi, sementara Chen berkomentar bahwa ide YouTube tercetuskan setelah pesta makan "tampaknya diperkuat oleh metode pemasaran yang terpusat pada menciptakan cerita yang mudah dicerna konsumen".

Youtube berawal sebagai sebuah perusahaan teknologi rintisan yang didanai oleh investasi senilai 11,5 \$. Nama domain youtube.com aktif pada 14 Februari 2005 dan situs ini dikembangkan pada bulan-bulan berikutnya. Video pertama di YouTube berjudul *Me at the zoo*. Video ini menampilkan pendiri pendamping Jawed Karim di Kebun Binatang San Diego. Video ini diunggah pada tanggal 23 April 2005 dan masih ada sampai sekarang di situs ini.

YouTube menawarkan uji beta pada Mei 2005, enam bulan sebelum peluncuran resmi pada November 2005. Pertumbuhan situs ini meroket dan pada bulan Juli 2006, perusahaan ini mengumumkan bahwa lebih dari

65.000 video diunggah setiap harinya dan situs ini menerima 100 juta kunjungan video per hari. Menurut data yang dikumpulkan perusahaan riset pasar comScore, YouTube adalah penyedia video daring utama di Amerika Serikat dengan pangsa pasar 43 persen dan lebih dari 14 miliar video ditonton pada bulan Mei 2010. YouTube mengatakan bahwa sekitar video berdurasi total 60 jam diunggah setiap menit dan tiga perempat materialnya berasal dari luar A.S. Situs ini menerima delapan ratus juta kunjungan unik setiap bulannya. Diperkirakan bahwa pada tahun 2007 YouTube mengonsumsi pita lebar yang sama besarnya seperti seisi Internet tahun 2000. Alexa menempatkan YouTube sebagai situs ketiga yang paling banyak dikunjungi di Internet, setelah Google dan Facebook.

Pemilik situs tersebut, Universal Tube & Rollform Equipment, mengajukan tuntutan hukum terhadap YouTube pada bulan November 2006 setelah situsnya dibanjiri pengunjung yang ingin mencari YouTube. Universal Tube sejak itu mengubah nama situsnya menjadi Pada bulan Oktober 2006, Google Inc. mengumumkan bahwa mereka telah membeli YouTube dengan nilai \$1,65 miliar dalam bentuk saham. Persetujuan ini dirampungkan pada 13 November 2006.

Google tidak memberikan informasi rinci mengenai biaya operasi YouTube dan pendapatan YouTube tahun 2007 ditulis "tidak material" dalam pengisian formulir wajib. Bulan Juni 2008, sebuah artikel di majalah *Forbes* memperkirakan pendapatan YouTube tahun 2008 mencapai \$200 juta setelah mengamati kemajuan penjualan iklannya. Pengunjung

YouTube rata-rata menghabiskan 15 menit sehari untuk menonton video di sana, berbeda dengan 4-5 jam sehari yang dihabiskan warga Amerika Serikat biasa untuk menonton televisi.

YouTube menjajaki kerja sama pemasaran dan periklanan dengan NBC pada bulan Juni 2006. Bulan November 2008, YouTube membuat persetujuan MGM, Lions Gate Entertainment, dan CBS, yang mengizinkan mereka mengunggah film dan episode televisi berdurasi penuh ke situs ini, disertai kotak iklan khusus penonton AS yang diberi nama "Shows". Tindakan ini bertujuan menciptakan persaingan dengan situs web seperti Hulu, yang menyimpan material tayangan dari NBC, Fox, dan Disney. Bulan November 2009, YouTube meluncurkan "Shows" untuk penonton Britania Raya dan menawarkan sekitar 4.000 acara berdurasi penuh dari 60 mitranya. Pada Januari 2010, YouTube memperkenalkan layanan sewa film daring, yang saat ini hanya tersedia untuk pengguna di kawasan Amerika Serikat, Kanada, dan Britania Raya. Layanan ini menawarkan lebih dari 6.000 film. Kantor pusat YouTube saat ini di San Bruno, California.

Pada bulan Maret 2010, YouTube mulai menyiarkan konten tertentu secara gratis, termasuk 60 pertandingan kriket Indian Premier League. Menurut YouTube, ini merupakan siaran acara olahraga besar via Internet pertama di dunia yang bersifat gratis.

Pada tanggal 31 Maret 2010, YouTube meluncurkan desain situs baru dengan tujuan menyederhanakan antarmuka dan meningkatkan waktu

yang dihabiskan pengguna di situs ini. Manajer Produk Google Shiva Rajaraman berkomentar: "Kami merasa perlu mundur sedikit dan membereskan segalanya." Pada bulan Mei 2010, YouTube dilaporkan melayani lebih dari dua miliar video per hari, jumlah yang dianggap "nyaris dua kali lipat penonton primetime di ketiga jaringan televisi terbesar Amerika Serikat". Pada Mei 2011, YouTube melaporkan di blog perusahaannya bahwa situs ini menerima lebih dari tiga miliar kunjungan per hari. Bulan Januari 2012, YouTube menyatakan bahwa jumlah tersebut naik menjadi empat miliar per hari.

Bulan Oktober 2010, Hurley menyatakan akan mengundurkan diri dari jabatan CEO YouTube dan menjadi penasihat perusahaan. Salar Kamangar akan mengambil alih kendali perusahaan ini. Pada bulan April 2011, James Zern, seorang teknisi perangkat lunak YouTube, mengungkapkan bahwa 30 persen video di YouTube mewakili 99 persen kunjungan ke situs ini. Pada November 2011, jejaring sosial Google+ terintegrasi langsung dengan YouTube dan penjelajah web Chrome, sehingga video-video YouTube bisa ditonton di Google+. Bulan Desember 2011, YouTube meluncurkan antarmuka baru. Kanal video ditampilkan di kolom tengah halaman utama, sama seperti umpan berita situs-situs jejaring sosial. Pada saat yang sama, versi baru logo YouTube dipasang dengan bayangan merah yang lebih gelap. Inilah perubahan desain pertama mereka sejak Oktober 2006.

2.4.2 Teknologi video

2.4.2.1 Playback

Menonton video-video Youtube membutuhkan plug-in Adobe Flash Player yang terpasang di penjelajah web. Plug-in Adobe Flash Player adalah bagian perangkat lunak yang paling lazim terpasang di komputer pribadi dan mencakup 75% video di Internet.

Pada bulan Januari 2010, YouTube meluncurkan versi uji coba yang memanfaatkan kemampuan multimedia tertanam di penjelajah web yang mendukung standar HTML5. Hal ini memungkinkan video ditonton tanpa Adobe Flash Player atau plug-in lain. Situs YouTube memiliki halaman yang memungkinkan penjelajah web beralih ke uji coba HTML5. Hanya penjelajah yang mendukung video HTML5 dengan format H.264 atau WebM yang dapat memutar video dan tidak semua video di YouTube dapat diputar.

2.4.2.2 Pengunggahan

Semua pengguna YouTube dapat mengunggah video dengan batas durasi masing-masing 15 menit. Pengguna yang memiliki jejak rekam baik dengan mematuhi Panduan Komunitas YouTube diizinkan mengunggah video berdurasi 12 jam, tetapi akunnya perlu diverifikasi (biasanya melalui telepon genggam). Saat YouTube diluncurkan tahun 2005, pengguna bisa saja mengunggah video panjang, tetapi batas 10 menit diberlakukan pada Maret 2006 setelah YouTube menemukan

bahwa kebanyakan video yang melebihi panjang tersebut berupa acara televisi dan film yang tidak diizinkan. Batas 10 Menit tersebut ditambah menjadi 15 Menit pada Bulan Juli 2010. Ukuran berkas dibatasi hingga 2 GB untuk unggahan dari situs web YouTube atau 20 GB jika pengguna memakai penjelajah versi terbaru.

YouTube menerima video yang diunggah dengan sebagian besar format, kontainer, termasuk .AVI, .MKV, .MOV, .MP4, DivX, .FLV, dan .ogg dan .ogv. Seperti MPEG-4, MPEG, VOB, dan .WMV juga dapat diunggah. YouTube mendukung 3GP, sehingga video bisa diunggah dari telepon genggam. Video dengan pindai progresif atau terikat bisa diunggah, tetapi untuk kualitas video terbaik, YouTube menyarankan agar video pindai terikat di-deinterlace sebelum diunggah. Semua format video di YouTube memakai pemindaian progresif.

2.4.2.3 Kualitas dan Code

YouTube awalnya menawarkan video dengan satu level kualitas, yaitu resolusi 320x240 piksel dengan codec Sorenson Spark (varian dari H.263), dengan audio MP3 mono. Pada bulan Juni 2007, YouTube menambahkan opsi berformat 3GP di telepon genggam. Bulan Maret 2008, mode kualitas tinggi ditambahkan hingga resolusi 480x360 piksel. Bulan November 2008, mode HD 720p ditambahkan. Saat diganti rasio aspeknya dari 4:3 menjadi layar lebar 16:9. Dengan fitur baru ini, YouTube mulai mengalihkan format kompresi video bakunya ke H.264/MPEG-4 AVC. Pada bulan November 2009, mode

HD 1080p ditambahkan. Bulan Juli 2010, YouTube mengumumkan bahwa mereka telah meluncurkan serangkaian video berformat 4K, sehingga batas resolusinya naik hingga 4096x3072 piksel. Akan tetapi, per 2012 batas ini diturunkan menjadi 2048 x 1536.

Video-video YouTube tersedia dalam beragam level kualitas. Nama kualitas standar (SQ), kualitas tinggi (HQ), dan definisi tinggi (HD) sudah diganti dengan angka-angka yang mewakili resolusi vertikal video. Aliran video bakunya menggunakan format H.264/MPEG-4 AVC dengan audio AAC stereo.

2.4.2.4 Video 3D

Dalam sebuah video yang diunggah tanggal 21 Juli 2009, teknisi perangkat lunak YouTube Peter Bradshaw mengumumkan bahwa pengguna YouTube sekarang bisa mengunggah video 3D. Video jenis ini dapat ditonton dengan beberapa termasuk metode anaglif (lensa sian/merah) yang membutuhkan kacamata khusus untuk mendapatkan efek 3D-nya. Flash Player YouTube menampilkan konten stereoskop dengan pola baris, kolom, atau papan catur, samping-sampingan atau anaglif dengan kombinasi merah/sian, hijau/magenta, atau biru/kuning. Pada Mei 2011 pemutar YouTube versi HTML5 mulai mendukung rekaman 3D samping-sampingan yang kompatibel dengan Nvidia 3D Vision.

2.4.2.5 Keteraksesan Konten

YouTube menawarkan kemampuan menonton video di situs luar. Setiap video YouTube memiliki kode HTML yang bisa ditanamkan di situs manapun di Internet. Fungsi ini sering dipakai untuk memasang video YouTube di halaman jejaring sosial dan blog. Pemasangan video, fitur peringkat, dan komentar dapat dinonaktifkan oleh pemilik video.

YouTube jarang menaruh tautan unduh di video-videonya agar ditonton melalui situs webnya saja. Sejumlah video, seperti pidato mingguan Presiden Barack Obama, dapat diunduh dalam bentuk MP4. Banyak sekali situs web, aplikasi, dan plug-in pihak ketiga yang memungkinkan pengguna video-video YouTube. Pada Februari 2009, YouTube meluncurkan layanan uji coba yang mengizinkan beberapa mitra menaruh tautan unduh secara gratis atau berbayar melalui Google Checkout. Pengaturan baku saat mengunggah video ke YouTube adalah pengunggah akan tetap memegang hak cipta video tersebut, namun sejak 2012 pengunggah bisa memilih lisensi Creative Commons sebagai lisensi bakunya. Lisensi ini membolehkan pengguna lain memakai dan mencampur aduk videonya jika bebas dari hak cipta.

2.4.2.6 Platform

Platform adalah sebagai sebuah program, rencana kerja, sebuah pernyataan dari kelompok partai tentang program kebijakan, sampai dengan mimbar, pentas, atau panggung.

Beberapa telepon pintar dapat mengakses Youtube, tergantung penyedia dan *data plan*-nya. YouTube Mobile diluncurkan pada bulan Juni 2007 dengan protokol RTSP. Tidak semua video YouTube tersedia di situs versi telepon genggam.

Sejak Juni 2007, video-video YouTube dapat ditonton di produk-produk Apple. Konten YouTube harus ditranskode ke standar video Apple, H.264, selama beberapa bulan. Video YouTube dapat ditonton di Apple TV, iPod Touch, dan iPhone. Pada Juli 2010, YouTube versi perangkat bergerak diluncurkan kembali dengan arsitektur HTML5, sehingga tidak perlu memakai Adobe Flash Player dan dapat dijelajahi dengan kontrol layar sentuh. Versi perangkat bergerak ini juga tersedia dalam bentuk aplikasi untuk platform Android. Pada bulan September 2012, YouTube meluncurkan aplikasi pertamanya di iPhone, setelah Apple menghapus YouTube dari aplikasi bawaannya di iPhone 5 dan sistem operasi iOS 6.

Pemutakhiran layanan TiVo bulan Juli 2008 memungkinkan sistemnya mencari dan memutar video-video YouTube. Pada bulan Januari 2009, YouTube meluncurkan "YouTube for TV", versi situs yang dirancang untuk televisi dan perangkat media berbasis TV lain yang memiliki penjelajah web. YouTube for TV awalnya hanya bisa ditonton di konsol permainan video PlayStation 3 dan Wii. Bulan Juni 2009, YouTube XL diluncurkan dengan antarmuka sederhana yang dirancang untuk ditonton di layar televisi standar. YouTube juga tersedia di Xbox

Live. Google meluncurkan aplikasi resmi untuk Wifi sehingga pengguna bisa menonton video YouTube dari saluran Wifi

2.4.3 Membuat Konten Di Instagram D'Attala

2.4.3.1 Pengertian Instagram

Instagram adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara *online*. Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram merupakan lakuran dari kata instan dan telegram.

Pada aplikasi Instagram, memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video ke dalam *feed* yang dapat diedit dengan berbagai filter dan diatur dengan *tag* dan informasi lokasi. Unggahan dapat dibagikan secara publik atau dengan pengikut yang disetujui sebelumnya. Pengguna dapat menjelajahi konten pengguna lain berdasarkan tag dan lokasi dan melihat konten yang sedang tren. Pengguna dapat menyukai foto serta mengikuti pengguna lain untuk

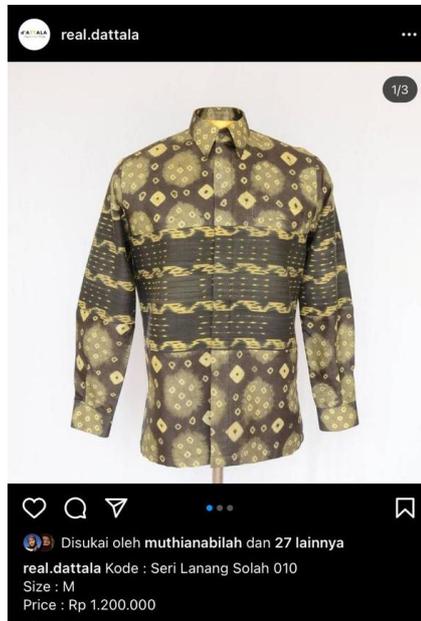
menambahkan konten mereka masuk kepada beranda.

Melalui Instagram pengguna dapat mengunggah foto dan video pendek kemudian membagikannya kepada pengguna lain. Pada gambar yang diunggah. Pengguna dapat menambahkan tag kepada orang tertentu dan penentuan lokasi. Pengguna juga dapat mengatur akun mereka sebagai "pribadi", sehingga mengharuskan mereka menyetujui setiap permintaan pengikut baru. Pengguna dapat menghubungkan akun Instagram mereka ke situs jejaring sosial lain, memungkinkan mereka untuk berbagi foto yang diunggah ke situs-situs tersebut.

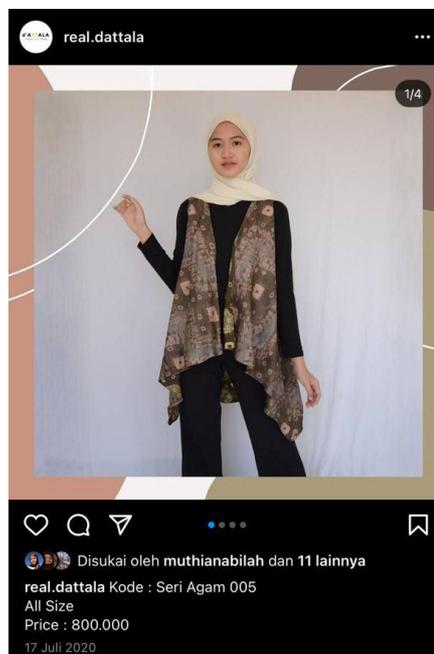
Setelah diluncurkan pada tahun 2010, Instagram dengan cepat mendapatkan popularitas, dengan satu juta pengguna terdaftar dalam dua bulan, 10 juta dalam setahun dan akhirnya 800 juta pada September 2017. Pada April 2012, *Facebook* memperoleh keuntungan sekitar US 1 miliar dolar. Hingga Oktober 2015, lebih dari 40 miliar foto telah diunggah ke layanan. Instagram bisa digunakan pada *smartphone*, iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi iOS atau yang terbaru dan telepon kamera Android apapun dengan sistem operasi (Froyo) atau yang terbaru. Aplikasi tersebar melalui *Apple App Store* dan *Google Play*.

2.4.3.2 Isi Konten di D'Attala

a. Foto Katalog Baju



b. Foto Katalog Menggunakan Model



c. Membuat Deskripsi Tema Baju



d. Merapikan Feeds Instagram D'Attala



BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Dari uraian yang telah penulis paparkan diatas, dan berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan, serta analisa tentang “ Peran Editor dalam Chanel Youtube Sunda Ariana Official”, maka dapat di tarik kesimpulan bahwa :

Proses produksi Chanel Youtube Sunda Ariana sudah memiliki nilai yang cukup bagus dalam menjalankan proses produksi program hiburan maupun berita. Hal itu dikarenakan Chanel Youtube Sunda Ariana Official telah mengacu pada standar untuk proses yang sesuai dengan Standard Operational Procedure yang berlaku. Di lain sisi Sunda Ariana Official juga memiliki Instagram sebagai salah satu sarana penjualan produk baju Songket Khas Palembang (*@real.dattala*)

3.2 Saran

1. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Chanel Youtube Sunda Ariana khususnya seluruh kru yang terlibat dalam jalannya proses produksi program acara yang ada di Chanel Youtube Sunda Ariana agar senantiasa meningkatkan kualitas dan kuantitas siaran serta informasi berita yang dapat membangun Mahasiswa yang berilmu pengetahuan.
2. Diharapkan kepada penonton Chanel Youtube Sunda Ariana agar lebih selektif dalam memilih dan menerima informasi, serta

berperan aktif dalam memberi masukan kepada media, dalam rangka membangun masyarakat yang berwawasan dan berilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

"YouTube in 3D". YouTube. July 21, 2009. Diakses tanggal August 3, 2009.

Marquit, Miranda (July 23, 2009). "YouTube in 3D?". Physorg. Diakses tanggal August 3, 2009.

<https://www.instagram.com/real.dattala/>

www.youtube/sundaarianaofficial.com

Andrew Nebel (2006:9), Director of Marketing & Communications at

Barnardo's – UK, dalam tulisannya pada buku THE CLIENT BRIEF.

Buku Putih Produksi Film Pendek, Bikin Film Itu Gampang, Oleh Andy Prasetyo

@2011 Bengkel Sinema

Morissan. Strategi Mengelola Radio dan Televisi, (Tangerang ; Ramdina Prakasa, 2005), 115