

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penulisan

Telah mengadopsi strategi penyebaran berita dengan membuat konten video yang dilengkapi dengan voice over dan teks narasi untuk memudahkan pemahaman audiens. Selain itu, penelitian mengenai penggunaan teknik voice over dalam program berita, seperti yang dilakukan pada program “Detak Riau” di RTV, menunjukkan bahwa Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan voice over dalam penyampaian berita selebriti melalui konten video pendek semakin populer di berbagai platform media, termasuk Tribun Sumsel. Fenomena ini muncul seiring dengan meningkatnya konsumsi konten video pendek oleh masyarakat, terutama di media sosial. Media seperti Tribun Pekanbaru voice over berperan penting dalam menyampaikan informasi secara jelas dan menarik bagi penonton. Dengan demikian, penerapan voice over dalam konten video pendek, khususnya dalam penyampaian berita selebriti, menjadi tren yang signifikan dalam industri media saat ini.

Penulis proposal ini memiliki pengalaman langsung dalam pembuatan konten berita selebriti dan pengisian suara (*voice over*) untuk video pendek yang dipublikasikan oleh Tribun Sumatera Selatan. Pengalaman ini memberikan wawasan mendalam tentang proses produksi, penyajian, dan konsumsi berita di media digital. Dalam bidang berita selebriti, penulis terlibat aktif dalam mencari,

menyusun, dan menyampaikan informasi yang relevan bagi audiens. Sementara itu, dalam voice over untuk video pendek, penulis memahami pentingnya intonasi, kejelasan, dan penyesuaian narasi agar sesuai dengan kebutuhan visual dan audiens media sosial.

Survei terbaru tahun 2023 mengungkapkan bahwa 91% pengguna YouTube di Indonesia lebih menyukai konten video pendek, atau yang dikenal dengan YouTube Shorts. Survei yang dilakukan selama bulan November 2023 terhadap pengguna YouTube berusia 13 - 54 tahun menunjukkan tren konsumsi konten yang berubah, di mana perhatian pengguna semakin singkat sehingga cenderung menikmati konten video dengan durasi singkat untuk hiburan cepat dan mudah diakses. Di era gadget seperti saat ini, pengguna YouTube memiliki fleksibilitas untuk menikmati konten melalui berbagai perangkat seperti ponsel, tablet, dan laptop. Meski demikian, data internal Google pada tahun 2023 juga menunjukkan fakta menarik bahwa rata-rata orang Indonesia menghabiskan waktu sekitar 4 jam per hari menonton YouTube di televisi. Di samping itu, kualitas konten video juga merupakan hal yang penting menurut masyarakat. Hasil survei menunjukkan lebih dari 96% merasa kualitas itu begitu penting. Selain itu, durasi video yang paling digemari adalah 1-5 menit.

Berarti video-video pendek yang menghibur, relevan dengan masyarakat, dan edukatif memiliki peluang yang besar untuk lebih banyak dilihat ketimbang video- video panjang. Dalam riset bertajuk *"Indonesia Short Video White Paper*

2023", Ipsos menyoroti cara pemakai internet di Indonesia mengakses media dan bagaimana platform video pendek dapat mengemuka. Laporan tersebut menunjukkan para respondennya mengandalkan video pendek untuk mencari informasi serta mengonsumsi konten. Dalam beberapa tahun terakhir, mereka juga makin sering memanfaatkan aplikasi video pendek sehingga jangkauannya bertambah luas dengan tingkat penetrasi 70 persen. Pasar video pendek dalam tiga tahun terakhir mengalami tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) 55 persen dengan total pengguna aktif bulanan 110 juta. Waktu yang dihabiskan untuk menonton video pendek dalam sehari rata-rata mencapai 2,1 jam.

Penelitian oleh Yusnida Vira (2020) meneliti penggunaan teknik *voice over* dalam program berita "Detak Riau" di RTV. Hasilnya menunjukkan bahwa *voice over* berperan penting dalam menyampaikan informasi yang sesuai dengan visual, membantu audiens memahami peristiwa yang ditayangkan. Namun, penelitian ini berfokus pada program berita televisi secara umum dan tidak menyoroti konten video pendek atau berita selebriti. Studi oleh Muhammad Fadli dan rekan-rekannya (2021) membahas implementasi teknik foley dan *voice over* dalam pembuatan film dokumenter "*Wonderful Batam*". Temuan mereka menunjukkan bahwa *voice over* membantu memperjelas dan mempermudah penyampaian informasi kepada penonton. Meskipun demikian, fokus penelitian ini adalah pada film dokumenter, bukan pada konten berita selebriti atau video pendek. Memengaruhi reaksi audiens adalah kunci sukses penyampaian pesan

melalui voice over. Sebagai *voice over artist*, penting untuk memahami perbedaan gaya bicara guna memengaruhi perasaan pendengar.

Berdasarkan tujuan proyek, *voice over* kemudian harus dibentuk untuk mencoba menghasilkan respon yang baik. Meskipun audiens mendengarkan suara di salah satu iklan berbasis video atau audio, mereka tidak akan pernah melihat si pembicara. Dalam hal ini sangat penting untuk membuatnya tertarik dan memiliki persepsi tersendiri terhadap suatu cerita. Dilansir dari *Content Hive*, penelitian membuktikan bahwa suara perempuan lebih berpengaruh dalam pembangunan cerita dibandingkan suara laki-laki. Sementara itu, sebuah penelitian yang dilakukan oleh Harris Interactive di Amerika Serikat, 48% koresponden percaya bahwa suara laki-laki lebih kuat. Sedangkan 46% koresponden mengatakan bahwa suara perempuan lebih menenangkan. Oleh sebab itu, jika *voice over* bertujuan untuk membuat audiens setuju dengan sebuah ide atau memotivasi mereka mengambil tindakan, maka voice over talent perlu memantapkan diri sebagai sumber informasi yang ramah dan terpercaya. Hal tersebut bisa dicapai dengan berbagai cara, misalnya menggunakan suara yang hangat, terdengar akrab, kuat, percaya diri dan berwibawa.

Di sisi lain, persepsi cerita juga dibangun dengan menghidupkan empati serta emosi. Artinya, *voice over* talent harus mewujudkan emosi tersebut melalui suara yang membuat pendengar merasakan hal yang sama. Studi oleh Uri Hasson, seorang ahli saraf di Universitas Princeton seperti dilansir dari Christy Harst,

menyatakan bahwa sebelum mendengarkan cerita, orang memulai dengan aktivitas otak yang berbeda. Intinya, secara psikologis, *voice over* sangat berpengaruh terhadap pembangunan dan persepsi cerita. Oleh sebab itu, penting untuk berbicara sesuai konsep, nada yang tepat dan proporsi yang pas. Tugasnya bukan hanya sekadar membentuk karakter tetapi menghidupkannya, sehingga bisa menciptakan nuansa, ciri khas serta peran. *Voice over* untuk karakterisasi dapat mengundang interaksi dengan audiens dan membuat alur terasa lebih nyata. Sementara irama juga bagian penting dari *voice over*. Sederhananya, jika ingin terdengar halus, tidak terputus-putus, salah satu cara terbaiknya ialah memperpanjang vokal. Menggeser suara dan kata-kata secara bersamaan terdengar lebih enak daripada pola yang terputus-putus atau staccato. Sebagai latihan untuk mengembangkan irama, gerakkan lengan ke seluruh tubuh dengan lembut saat berbicara. Berfokuslah untuk menghubungkan pembicaraan dengan gerakan. Kemudian pastikan bagaimana suara memanjang alami. Sebuah iklan tertulis menuntut audiens untuk membaca sendiri, tanpa ada interaksi dua arah. Alhasil terkadang mudah diabaikan dan seringkali membuat kurang paham. Berbeda dengan *voice over* yang mengutamakan suara sebagai penjabar informasi sekaligus menjalin interaksi dengan pendengar. Selain mendengarkan wawasan baru, sesekali menghibur dan seolah-olah audiens masuk ke dalam kisah yang disajikan.

Efek *voice over* menciptakan minat pada audiens, sekaligus menyebarkan

informasi. Misalnya, media sosial saat ini yang sudah menggunakan voice over memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan-pesan penting. Keintiman yang diciptakan oleh *voice over* lantas membangun kepercayaan audiens. Itu membuat mereka merasa lebih terhubung. Sementara pada iklan, tentu saja meningkatkan ajakan bertindak. Voice over yang sama dapat memengaruhi emosi yang berbeda, tergantung pada kontennya. Voice over sangat efektif dalam menyampaikan emosi dan membangun keintiman dengan audiens. Dengan demikian apapun kontennya, membutuhkan pengisi suara sebagai penyampai informasi sekaligus memberikan sentuhan nada-nada yang bisa ditangkap secara langsung oleh siapapun yang mendengarnya. Suara yang jelas merupakan kunci dari keefektifan voice over. Tanpa harus mengira-ngira dan mendengarkannya berulang-ulang, audiens bisa mendengar serta menangkap maksud yang diutarakan. Hubungan kejelasan pengucapan dan emosi memberikan kualitas tersendiri bagi hasil voice over. Suara yang jelas berpengaruh terhadap emosi, sehingga audiens dapat merasakannya seperti nyata. Tujuan dari adanya voice over adalah untuk menyampaikan informasi. Lambat laun industri ini berkembang menjadi media hiburan, sharing hingga kreativitas. Sebagai voice over talent, kamu perlu menghormati mereka dengan memberikan jeda. Biarkan audiens mencerna maksud dari narasi atau dialog. Di sisi lain, isi naskah juga seharusnya etis dan tidak menyinggung golongan serta pihak manapun. Menghormati audiens sama halnya memberikan ruang serta waktu bagi mereka untuk menangkap informasi yang disampaikan melalui voice over. Lebih-lebih juga membuatnya merasa terikat

dan tertarik.

Menurut penjelasan Studio Binder, voice over atau VO, adalah teknik produksi di mana suara direkam untuk penggunaan di luar layar. Ini biasanya dikaitkan dengan film atau serial TV, tetapi, voice over kini juga biasa digunakan dalam media audiovisual lainnya seperti dokumenter, buku audio, atau pesan telepon otomatis. Dikarenakan cukup sulit untuk dieksekusi, voice over adalah sebuah aspek yang kerap dianggap sebagai seni. Tak sembarang orang bisa melakukannya. Bahkan, kamu membutuhkan skill dan jam terbang yang panjang agar bisa menjadi seorang pengisi suara profesional. Seperti yang sudah Glints paparkan, fungsi spesifik dari rekaman voice over ini adalah sebuah hal yang cukup variatif dan umumnya bergantung pada jenis video yang menyertainya. Dalam info komersial, iklan, dan video promosi, kegunaan voice over tak lain untuk memberikan informasi tambahan tentang suatu produk atau layanan. Menurut 90seconds, voice over artist akan diminta untuk membaca naskah dengan keras untuk membuat rekaman. Isi rekaman ini ditujukan untuk memberi informasi tambahan kepada penonton video yang tidak terungkap melalui pengambilan gambar visual.

Selain itu, tugas voice over artist adalah untuk membawa kehidupan dan emosi pada naskah sambil tetap mempertahankan sikap dan nada yang benar dan dapat dipercaya oleh pendengar. Dalam setiap kasus, voice over perlu memutuskan bagaimana menyampaikan pesan video melalui nada dan sikap narasi

mereka. Bergantung pada peran narasi dalam suatu produksi, voice over artist dapat diminta untuk membuat suara khusus ketika membaca naskah. Menentukan intonasi suara untuk berbagai jenis produksi adalah hal yang harus dilakukan oleh seorang voice over artist. Produksi video tertentu akan mengharuskan voice over artist merekam beberapa versi skrip yang berbeda. Dalam variasi ini, voice over artist dapat diminta untuk membaca naskah dengan nada suara yang berbeda atau menekankan kata atau kalimat khusus.

Tujuan membuat versi alternatif adalah untuk memungkinkan editor video memilih narasi voice over yang paling sesuai dengan tujuan video. Untuk menjadi seorang voice over artist yang baik, harus memiliki kemampuan berbicara yang baik. Diperlukan pula kemampuan untuk membaca naskah dengan nada, emosi, intonasi, dan pengucapan yang tepat. Secara khusus, empat skill ini adalah keahlian yang harus dimiliki jika kamu ingin menjadi voice over artist. Dalam video pendek, terutama yang berfokus pada berita selebriti, visual sering kali bergerak cepat dan padat informasi. Voice over membantu menjelaskan konteks visual, memberikan informasi tambahan, dan memastikan audiens memahami pesan yang ingin disampaikan. Dengan demikian, integrasi voice over dalam video pendek berita selebriti di YouTube tidak hanya meningkatkan kualitas konten, tetapi juga memastikan bahwa informasi disampaikan dengan cara yang menarik, jelas, dan efektif, sehingga dapat menjangkau dan memengaruhi audiens secara maksimal.

Penggunaan voice over dalam video pendek menjadi elemen penting

dalam menyampaikan informasi secara efektif. Voice over yang baik dapat menambah nilai estetika, memberikan penekanan pada informasi penting, dan membantu audiens memahami konten dengan lebih baik. Menurut Tribun Pekanbaru, penyebaran berita dalam bentuk video dengan voice over dan teks narasi di media sosial merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi dengan audiens. Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat dalam mengonsumsi informasi. Salah satu media yang semakin populer adalah platform video pendek seperti YouTube, yang memungkinkan penyampaian informasi secara visual dan audio dalam durasi singkat. Di Indonesia, termasuk wilayah Sumatera Selatan, konsumsi konten digital semakin meningkat, dengan berita selebriti menjadi salah satu kategori yang paling diminati. Hal ini disebabkan oleh daya tarik cerita personal, gaya hidup, dan hiburan yang dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Keberhasilan penyampaian berita selebriti melalui video pendek sangat bergantung pada kualitas penyajian konten. Dua elemen penting yang menjadi fokus adalah kejelasan berita dan penggunaan voice over. Kejelasan berita berperan untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan mudah oleh audiens tanpa menimbulkan kesalahpahaman. Menurut Setyowati (2020), berita yang jelas, padat, dan relevan memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan audiens terhadap konten yang disampaikan. Dalam konteks video pendek, kejelasan ini menjadi semakin penting karena keterbatasan durasi membutuhkan penyampaian pesan

yang langsung pada inti.

Di Sumatera Selatan, dengan keberagaman budaya dan preferensi masyarakat terhadap konten lokal, penyajian berita selebriti melalui video pendek menghadapi tantangan unik. Konten harus mampu menarik perhatian audiens yang semakin selektif, sekaligus menyampaikan informasi dengan akurat dan menarik. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana kejelasan berita dan voice over dapat berkontribusi pada efektivitas penyampaian informasi di platform seperti YouTube, khususnya di ranah berita selebriti.

12 Identifikasi Masalah

1. Bagaimana proses produksi berita “*selebriti*” melalui *voice over* dalam konten video pendek *youtube* tribun sumsel secara efektif jelas dan lugas.
2. Bagaimana konten berita selebriti disusun agar jelas, informatif, dan menarik audiens.
3. Bagaimana audiens merespons konten tersebut.
4. Bagaimana meneliti konsistensi dan kualitas *voice over* dipertahankan dalam berbagai konten video pendek yang diproduksi oleh Tribun Sumsel.

13 Rumusan Masalah

Bagaimana proses produksi berita “*selebriti*” melalui voice over konten video pendek Youtube Tribun Sumatera Selatan?

14 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana proses produksi berita “*selebriti*” melalui *voice over*

dalam konten video pendek *youtube* *tribun sumsel* secara efektif jelas dan lugas.

2. Untuk mengetahui bagaimana konten berita selebriti disusun agar jelas, informatif, dan menarik audiens.
3. Untuk mengetahui bagaimana audiens merespons konten tersebut.
4. Untuk mengetahui meneliti sejauh mana konsistensi dan kualitas *voice over* dipertahankan dalam berbagai konten video pendek yang diproduksi oleh *Tribun Sumsel*.

15 Manfaat Penelitian

1. Memberikan wawasan tentang cara memilih berita selebriti yang menarik dan efektif.
2. Menjelaskan pentingnya *voice over* dalam meningkatkan kualitas video pendek.
3. Membantu media memahami cara menggabungkan berita selebriti dan *voice over* untuk membuat konten yang lebih menarik