

## Pengaruh Konten Video Kondisi Palestina Dalam Akun Instagram LAZDAU Terhadap Engagement Audiens

**Kirana Rizqina**

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Email : [brzenkakira@email.com](mailto:brzenkakira@email.com)

**Aris Sutejo**

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Email : [aris.dkv@upnjatim.ac.id](mailto:aris.dkv@upnjatim.ac.id)

Alamat: Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur

**Abstract.** *In the digital era, it's not unusual for us to spend time on social media such as Instagram, Youtube, and TikTok. Since the covid 19 virus broke out in 2020, video content has become more popular than ever, especially short-duration videos. Therefore, many entities are using video content to build their image or promote their brand. LAZDAU as a philanthropic organization can certainly do the same to achieve their goal, which is to help distribute aid to those in need. Therefore, the research on the influence of video content on social media will be specifically aimed at the Reels content on LAZDAU's Instagram account and the correlation with the number of feedbacks they receive.*

**Keywords:** *audience, content, cinematography, socmed, video, videography.*

**Abstrak.** Pada era digital, sudah tidak asing bagi kita untuk menghabiskan waktu di media sosial seperti Instagram, Youtube, dan Tiktok. Semenjak virus covid 19 mewabah pada tahun 2020 silam, kini konten video semakin diminati oleh masyarakat daripada sebelumnya, terutama video-video dengan durasi pendek. Jadi, banyak entitas yang menggunakan konten video untuk membangun citra atau mempromosikan brand mereka. LAZDAU sebagai lembaga filantropi tentu dapat melakukan hal yang sama untuk mencapai tujuan mereka, yaitu membantu menyalurkan bantuan untuk mereka yang membutuhkan. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh konten video pada media sosial akan ditunjukkan secara spesifik pada konten Reels di akun Instagram LAZDAU dan korelasinya dengan umpan balik yang diterima.

**Kata kunci:** audiens, konten, sinematografi, sosmed, video, videografi.

### LATAR BELAKANG

Videografi merupakan media yang digunakan untuk merekam kejadian menjadi satu gambar dalam bentuk suara atau video. Untuk membuat videografi yang berkualitas, dibutuhkan keahlian dan pengetahuan yang mendalam mengenai teknik pengambilan gambar, karena hasil videografi dapat dinikmati oleh semua orang. Dalam videografi, kejadian yang direkam dapat diedit sesuai kebutuhan. Video tersebut dapat ditambahkan berbagai efek dan filter yang mendalam, tambahan suara, teks dan sebagainya. Editing dapat dilakukan menggunakan aplikasi khusus yang banyak tersedia saat ini. Setelah pengeditan selesai video dapat dibagikan sebagai konten Youtube atau kebutuhan lainnya.

Sejak lahirnya industri film, istilah sinematografi merujuk pada sebuah disiplin ilmu yang dipelajari dan diterapkan oleh profesi sinematografer atau yang biasa disebut dengan DP/DoP (Director of Photography) dalam sebuah produksi film. Sinematografi meliputi segala elemen visual yang akan ditampilkan pada layar ketika film ditayangkan. Elemen-elemen tersebut meliputi framing, zooming, exposure, tata cahaya, komposisi, pergerakan kamera, sudut-sudut kamera, pemilihan film, pemilihan lensa, fokus, warna, penggunaan filter, dan depth of field. Sedangkan istilah videografi muncul setelah adanya medium elektronik untuk menangkap sebuah gambar bergerak yang berbasis digital yaitu kamera video, karena video yang dihasilkan memang dikhususkan untuk ditayangkan pada medium elektronik seperti untuk kepentingan tayangan televisi, internet, dan layar elektronik lainnya.

Videografi maupun sinematografi merupakan bagian penting dari pemasaran konten kreatif dan penggunaannya dapat dilihat pada banyak entitas. Seperti iklan produk perawatan kulit, iklan layanan masyarakat, maupun video konten kreatif pada media sosial yang bertujuan untuk meningkatkan perhatian masyarakat terhadap suatu isu.

Perkembangan teknologi dan perubahan digital memberikan dampak signifikan terhadap banyak aspek kehidupan, termasuk sektor sosial dan filantropi. Salah satu platform yang banyak mendapat perhatian masyarakat adalah Instagram. Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media sosial untuk berbagi momen, tetapi juga sebagai wadah berbagai kegiatan filantropi. Fenomena ini menarik karena platform Instagram tidak hanya menjadi wadah untuk memberikan informasi mengenai kegiatan amal, namun juga memberikan kesempatan untuk menyampaikan pesan secara lebih visual dan interaktif melalui konten video.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak konten video yang diunggah ke akun Instagram LAZDAU terhadap partisipasi audiens dan kemungkinan memperoleh lebih banyak donasi untuk disalurkan kepada mereka yang membutuhkan. Oleh karena itu, penelitian ini menyelidiki sejauh mana konten video yang disediakan LAZDAU mempengaruhi tingkat keterlibatan donatur, setidaknya dalam engagement dengan konten yang diunggah.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Konten**

Menurut definisi dalam kamus besar Bahasa Indonesia, konten merujuk pada informasi yang dapat diakses melalui berbagai media atau produk elektronik. Informasi ini dapat disajikan secara terurut melalui platform seperti internet, televisi, CD audio, bahkan kini beredar dengan luas dan dapat diakses melalui gawai. Sedangkan menurut Finy F. Basarah dan

Gustina (2020:24), mengartikan konten sebagai struktur informasi yang ada di halaman situs atau informasi yang dapat diakses melalui media. Istilah ini digunakan untuk mengidentifikasi dan mengukur berbagai format dan genre informasi sebagai bagian dari nilai tambah media.

## **Komunikasi Visual**

Komunikasi visual menurut Sless (1981:15) merupakan suatu rangkaian penyajian informasi dan pesan kepada pihak lain menggunakan media berlandaskan penglihatan kita yang dapat dimengerti

Menurut Adi Kusrianto (2007:10), komunikasi visual adalah komunikasi yang menggunakan mata sebagai alat penglihatan. Komunikasi visual adalah komunikasi yang menggunakan bahasa visual, di mana unsur dasar bahasa visual sebagai penggerak utama untuk menyampaikan pesan adalah sesuatu yang terlihat dan dapat digunakan untuk menyampaikan maksud, makna atau pesan. Metode desain komunikasi visual merupakan proses kreatif, berikut istilah-istilah yang berkaitan dengan komunikasi visual:

*Visual language*, ilmu yang mempelajari bahasa visual, visualisasi, yaitu proses menerjemahkan atau mewujudkan informasi dalam bentuk visual.

*Visualiser*, orang yang menangani masalah visual atau mewujudkan suatu ide kedalam bentuk visual dalam satu proyek desain.

*Visual effect*, membuat efek-efek tipuan seolah-olah terjadi suatu keadaan atau kejadian yang sulit dilakukan manusia.

*Visual information*, adalah informasi melalui penglihatan, misalnya pola pada karpet, raut wajah, baju baru, dll.

*Visual literacy*, yaitu kumpulan atau daftar karya visual.

## **Sinematografi dan Videografi**

Sinematografi menurut (Hariyadi, 2012:07). adalah kata serapan dari bahasa Inggris *Cinematography* yang berasal dari bahasa Latin *kinema* yang berarti 'gambar'. Sinematografi sebagai ilmu terapan merupakan bidang ilmu yang membahas tentang teknik menangkap gambar dan menggabung-gabungkan gambar tersebut sehingga menjadi rangkaian gambar yang dapat menyampaikan ide (dapat mengemban cerita). Sedangkan menurut (Nugroho, 2014:11) Sinematografi terdiri dari dua suku kata yaitu *cinema* dan *graphy*, yang berasal dari bahasa Yunani, *kinema*, yang artinya gerakan dan *graphoo* yang artinya menulis. Jadi sinematografi dapat diartikan menulis dengan gambar yang bergerak.

Sementara itu, Menurut Qulmann CCIT (2011:72), Video adalah teknologi untuk menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan dan menata ulang gambar bergerak. Biasanya menggunakan film seluloid, sinyal elektronik, atau media digital. Video juga bisa dikatakan sebagai gabungan gambar- gambar mati yang dibaca berurutan dalam suatu waktu dengan kecepatan tertentu.

### **Pengambilan Keputusan**

Menurut George R. Terry pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif perilaku (kelakuan) tertentu dari dua atau lebih alternatif yang ada. Dasar-dasar pendekatan dari pengambilan keputusan yang dapat digunakan yaitu :

#### 1. Intuisi

Pengambilan keputusan yang didasarkan atas intuisi atau perasaan memiliki sifat subjektif sehingga sifatnya rapuh.

#### 2. Pengalaman

Pengambilan keputusan berdasarkan pengalaman memiliki manfaat bagi pengetahuan praktis, karena pengalaman seseorang memberi pelajaran bagaimana kita harus bertindak di suatu situasi. Orang yang memiliki banyak pengalaman tentu akan lebih matang dalam membuat keputusan akan tetapi, peristiwa yang lampau tidak sama dengan peristiwa yang terjadi kini.

#### 3. Fakta

Pengambilan keputusan berdasarkan fakta dapat memberikan keputusan yang sehat, solid dan baik. Dengan fakta, maka tingkat kepercayaan terhadap pengambilan keputusan dapat lebih tinggi, sehingga orang dapat menerima keputusan-keputusan yang dibuat dengan lapang dada.

#### 4. Wewenang

Pengambilan keputusan berdasarkan wewenang biasanya dilakukan oleh pimpinan terhadap bawahannya atau orang yang lebih tinggi kedudukannya kepada orang yang lebih rendah kedudukannya.

#### 5. Logika/Rasional

Pada pengambilan keputusan yang berdasarkan rasional, keputusan yang dihasilkan bersifat objektif, logis, lebih transparan, konsisten untuk memaksimalkan hasil atau nilai dalam batas kendala tertentu, sehingga dapat dikatakan mendekati kebenaran atau sesuai dengan apa yang diinginkan.

Kemudian, Terry (1989) menjabarkan faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam mengambil keputusan, yakni:

1. Hal-hal yang berwujud maupun tidak berwujud, yang emosional maupun rasional perlu diperhitungkan dalam pengambilan keputusan;
2. Setiap keputusan nantinya harus dapat dijadikan bahan untuk mencapai tujuan organisasi;
3. Setiap keputusan janganlah berorientasi pada kepentingan pribadi, perhatikan kepentingan orang lain;
4. Jarang sekali ada 1 pilihan yang memuaskan;
5. Pengambilan keputusan merupakan tindakan mental. Dari tindakan mental ini kemudian harus diubah menjadi tindakan fisik;
6. Pengambilan keputusan yang efektif membutuhkan waktu yang cukup lama;
7. Diperlukan pengambilan keputusan yang praktis untuk mendapatkan hasil yang baik;
8. Setiap keputusan hendaknya dikembangkan, agar dapat diketahui apakah keputusan yang diambil itu betul
9. Setiap keputusan itu merupakan tindakan permulaan dari serangkaian kegiatan berikutnya.

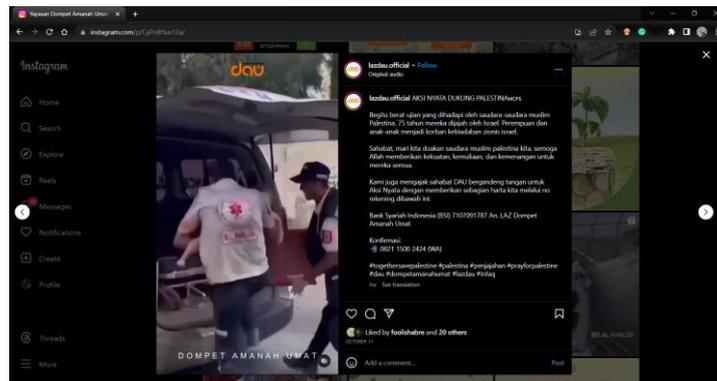
## **METODE PENELITIAN**

Rancangan studi ini menggunakan pendekatan kualitatif. Informasi yang diperoleh merupakan hasil observasi langsung, dipadukan dengan dokumentasi, dan dibandingkan dengan teknik kepustakaan yang dideskripsikan secara kualitatif. Data yang sudah ada akan dikumpulkan, disaring dan dianalisis untuk menghasilkan informasi deskriptif berupa korelasi apa yang terjadi setelah menggunakan konten videografi untuk mempromosikan LAZDAU dan apa penyebab korelasi tersebut. Subyek studi ini adalah ketertarikan audiens dengan konten video yang diunggah di akun media sosial LAZDAU.

Subjek studi ini difokuskan pada pengaruh yang dihasilkan oleh video-video pada akun Instagram LAZDAU terhadap umpan balik yang diterima. Tahap studi melibatkan rumusan masalah dengan menganalisis konten yang terdapat dalam dua video yang akan digunakan dalam penelitian, yang semuanya berfokus dalam penggalangan dana untuk Palestina. Analisis selanjutnya akan dilakukan berdasarkan teori pengambilan keputusan milik George R. Terry. Proses penelitian akan dilanjutkan dengan mengobservasi ketertarikan audiens dengan kedua konten tersebut dan apa yang mempengaruhinya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Konten Video Palestina Pertama



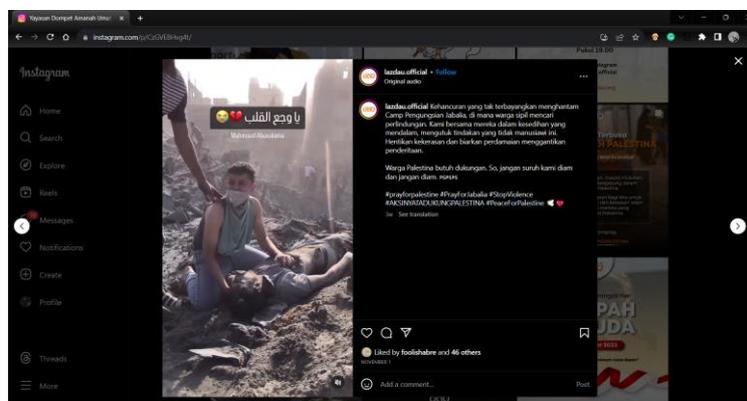
SUMBER: DOKUMEN PRIBADI PENULIS

**Gambar 1. Tangkapan layar unggahan video Palestina pada akun LAZDAU pada 11 Oktober 2023**

Video pertama adalah video yang diunggah pada tanggal 11 Oktober 2023, pada saat isu penyerangan balik Hamas terhadap Israel sedang memuncak, yang berujung pada serangan balik dari Israel yang lebih parah dengan membunuh Gaza dan daerah Tepi Barat (West Bank).

Video tersebut memperlihatkan beragam cuplikan kerusakan dan kondisi warga Palestina yang terluka parah hingga beberapa ada yang terlihat tidak sadar. Diiringi dengan musik sendu yang melatarbelakangi suara-suara asli yang mencekam dalam video dengan orientasi portrait tersebut. Hingga saat ini, unggahan tersebut telah ditonton sebanyak 351 kali dan disukai oleh 22 orang.

### Konten Video Palestina Kedua



SUMBER: DOKUMEN PRIBADI PENULIS

**Gambar 2. Tangkapan layar unggahan video Palestina pada akun LAZDAU pada 1 November 2023**

Kemudian video kedua adalah video yang diunggah pada tanggal 1 November 2023, di mana isu serangan Israel terhadap Palestina semakin membabi buta, sehingga memakan korban hingga rakyat sipil. Pada saat ini, kebanyakan pengguna internet sudah mengetahui perkara “konflik” antara kedua negara tersebut

Sedikit berbeda dari video pertama, video ini merupakan unggahan ulang dengan sedikit editan dari story instagram almajd\_free, seorang jurnalis Palestina. Video tersebut memperlihatkan seorang anak yang berteriak dengan pilu di depan jenazah seorang lelaki, seseorang dari belakangnya mencoba menenangkan dan memisahkan anak tersebut. Tidak ada musik latar belakang pada video ini, hanya teriakan dan tangisan dari sang anak yang terdengar. Namun, video tersebut telah diputar sebanyak 1136 kali dan disukai oleh 48 orang hingga hari ini (30/11).

### **Analisis Pelibatan Audiens Terhadap Kedua Konten**

Dapat dilihat bahwa warganet lebih tertarik pada informasi yang terkandung pada video kedua daripada video pertama. Ada beberapa faktor yang menyebabkan ini.

Pertama, secara visual, informasi yang disampaikan lebih sempit, hanya berfokus ke pilunya seorang anak yang histeris setelah mengetahui kerabatnya telah meninggal, dibanding video pertama yang merupakan potongan-potongan banyak video dokumentasi kerusakan di Palestina. Yang mungkin terlihat menarik bagi orang lain, namun kurang dapat memfokuskan perhatian audiens karena target visual yang berganti-ganti.

Kedua, secara audio, informasi mengenai kekejaman Israel akan lebih mudah diterima oleh audiens karena minimnya audio-audio yang berpotensi mengganggu yang mengandung pesan utama dari video tersebut—kesedihan sang anak dan kelamnya suasana di Gaza jauh lebih terasa dengan heningnya video tersebut.

Ketiga, dengan mempertimbangkan kedua elemen tersebut, audiens cenderung melihat dan berinteraksi dengan video kedua. Karena kejelasan visual dan audio yang memudahkan mereka menerima pesan yang hendak disampaikan. Akan lebih mudah juga bagi audiens untuk membangun rasa empati kepada sang anak karena pendekatan videografi yang lebih personal dengan hanya melibatkan satu orang.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Dari analisa dua video terkait konflik Israel-Palestina dengan tujuan memberikan informasi mengenai apa yang dialami warga Palestina, dapat disimpulkan bahwa video kedua yang menampilkan seorang anak yang berduka atas meninggalnya kerabatnya mendapat perhatian lebih dari warganet. Hal ini disebabkan oleh sejumlah faktor, termasuk fokus visual yang lebih sempit, tidak adanya musik latar yang berpotensi mengganggu, dan kemampuan video untuk menyampaikan pesan dengan lebih jelas dan penuh empati.

Meski video pertama memperlihatkan kehancuran yang meluas di Palestina, penonton cenderung lebih tertarik dengan cerita yang lebih fokus dan emosional yang disajikan di video kedua. Hal ini mencerminkan preferensi publik terhadap konten yang memberikan pengalaman konflik yang lebih langsung dan pribadi, mengingatkan kembali bahwa warga Palestina yang terbunuh adalah orang-orang seperti mereka, bukan sekadar angka dan angka data statistik.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing penulis, Bapak Aris Sutejo, yang telah memberikan bimbingan dan saran dalam proses penulisan jurnal ini. Dengan bantuan beliau, penulis dapat menyelesaikan penulisan ini dengan baik.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Rezeki, F., Nursapia Harahap, & Zuhriah, Z. (2023). ANALISIS TEKNIK SINEMATOGRAFI DALAM VIDEOKLIP “TILL WE MEET AGAIN”. *JISOS: JURNAL ILMU SOSIAL*, 2(2), 1495–1502.
- Wahyudi, R. (2022). Pengaruh Iklan dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Item Virtual Pada Games Online Mobile Legends. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(5), 563-578.
- Mahmudah, N., & Purnamasari, D. (2023). Pengaruh Konten Tiktok terhadap Tingkat Stres pada Remaja Akhir. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 778-786.
- Finy F. Basarah dan Gustina, “Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial,” *Jurnal Abdi Masyarakat* 5, no. 2 (2020): 24.
- Wibowo, A. (2019). Penggunaan media sosial sebagai trend media dakwah pendidikan islam di era digital. *Jurnal Islam Nusantara*, 3(2), 339-356.
- Damarjati, F. X. (2023). Deepening Cinematography Material to Improve the Skills of Strada Damos Tangerang Vocational School Students. *Jurnal Pengabdian Pancasila (JPP)*, 2(2), 103-112.
- Biran, Misbach Yusa. (2010). *Lima Jurus Sinematografi*. Jakarta: Fakultas Film dan Televisi IKJ.

- Murodi, A., Barnabas, R. A., & Antika, Y. (2023). Peningkatan Kemampuan Videografi dan Editing Video untuk Medsos di Majelis FORSIMMA Pondok Melati. *Mitra Teras: Jurnal Terapan Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 35-40.
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan media sosial tik tok sebagai media kampanye gerakan cuci tangan di indonesia untuk mencegah covid-19. *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70-80.
- Agustina, L. (2020). Viralitas konten di media sosial. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 1(2), 149-160.
- Campbell, R. N. (1954). "Principles of Management." By George R. Terry (Book Review). *Industrial and Labor Relations Review*, 7(2), 319.
- Hasibuan, E. J., Tansil, I. S. (2012). Modul Praktikum Audio Visual. Retrieved from <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/9530>
- Sless, D. (2019). *Learning and visual communication*. London : Routledge.
- Nugroho, S. (2014). *Teknik Dasar Videografi*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Daryanto. (2014). *Teori Komunikasi*. Malang : Gunung Samudra
- Kiger, B. (1972). " VIDEOGRAPHY" WHAT DOES IT ALL MEAN.
- Kusrianto, A. (2013). *Pengantar tipografi*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Basyaib, F. (2006). *Teori pembuatan keputusan*. Surabaya : Grasindo.
- Hurewitz, J. C. (2022). *The Struggle For Palestine*. Massachusetts : Plunkett Lake Press.
- Pappe, I. (2007). *The Ethnic Cleansing of Palestine*. New York : Simon and Schuster.