

IMPLEMENTASI VIDEOGRAFI DALAM *DIGITAL CAMPAIGN CREATIVE VIDEO INTERVIEW TSP SQUAD*

Muhammad Ziqri Nursyam¹, Hudi Santoso²

^{1,2}Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi IPB University

¹muhammadziqrinursyam@apps.ipb.ac.id, ²hudi.santoso@apps.ipb.ac.id

ABSTRACT

This study aims to explain the implementation of videography in the digital campaign by TSP Squad using a creative video interview format with a descriptive qualitative approach. Data were collected through observation, active participation in the production process, and relevant literature review. The results show that videography implementation through visual storytelling, composition, lighting, and shooting techniques contributes to the production of informative and engaging video content. The production process, which includes pre-production, production, and post-production stages, also plays a role in shaping the final output in line with the objectives of the digital campaign.

Keywords: creative video interview, digital campaign, TSP Squad, videography, visual storytelling

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan implementasi videografi dalam *digital campaign Crew Call TSP Squad* melalui format *creative video interview* dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, partisipasi aktif dalam proses produksi, serta studi literatur yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan videografi melalui visual storytelling, komposisi, pencahayaan, serta teknik pengambilan gambar berperan dalam menghasilkan konten video yang informatif dan menarik. Proses produksi yang mencakup pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi juga berkontribusi dalam membentuk hasil akhir video yang sesuai dengan tujuan kampanye digital

Kata Kunci: *creative video interview*, kampanye digital, TSP Squad, videografi, *visual storytelling*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang pesat membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk komunikasi. Media digital

dan internet memungkinkan proses penyampaian serta pengumpulan informasi berlangsung lebih cepat, interaktif, dan efisien tanpa memerlukan banyak waktu maupun sumber daya. Menurut Alamsyah *et*

al., (2024), penggunaan media sosial memengaruhi pola interaksi antarindividu yang semakin umum terjadi dalam komunikasi virtual. Perubahan tersebut tercermin dari berkurangnya intensitas interaksi langsung serta meningkatnya keterampilan komunikasi di ruang digital. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi digital berkembang sebagai bentuk komunikasi yang adaptif terhadap kebutuhan audiens serta karakteristik media digital.

Media digital dimanfaatkan sebagai sarana strategis dalam penyampaian pesan oleh berbagai organisasi, termasuk dalam ranah komunitas dan industri kreatif. Salah satu bentuk pemanfaatannya adalah *digital campaign*, yaitu kegiatan terencana yang menggunakan media digital untuk menyampaikan pesan kepada audiens secara lebih terarah. *Digital campaign* berperan dalam membangun keterhubungan antara organisasi dan audiens melalui penyampaian pesan yang disesuaikan dengan karakteristik platform digital.

Keberhasilan *digital campaign* sangat ditentukan oleh kualitas konten yang dihasilkan. Konten visual menjadi elemen penting

dalam menarik perhatian audiens di tengah tingginya arus informasi digital. Video merupakan salah satu format konten yang banyak digunakan karena mampu menggabungkan elemen visual, audio, dan narasi dalam satu kesatuan pesan. Produksi konten video dalam *digital campaign* memerlukan perencanaan yang mencakup aspek konsep, visual, dan narasi agar pesan dapat tersampaikan secara efektif (Utami & Sumbang, 2025).

Salah satu format yang digunakan dalam *digital campaign* adalah *creative video interview*. Format ini memanfaatkan pendekatan wawancara yang dikemas secara visual untuk menghasilkan penyampaian informasi yang lebih terstruktur dan menarik. *Creative video interview* digunakan sebagai media penyampaian pesan yang berkaitan dengan pengalaman, peran, dan identitas individu dalam suatu ekosistem komunitas.

Creative video interview diterapkan dalam program *digital campaign Crew Call* pada TSP Squad, yang menampilkan individu-individu yang terlibat dalam

ekosistem The Sounds Project, seperti *volunteer*, fotografer, vendor panggung, dan komunitas. Program ini dikembangkan dari format konten sebelumnya yang berbentuk carousel menjadi format video untuk meningkatkan daya tarik dan keterlibatan audiens.

Videografi memiliki peran penting dalam membentuk visual yang menjadi media utama penyampaian pesan. Videografi mencakup perencanaan dan pengolahan elemen visual seperti komposisi, pencahayaan, sudut pengambilan gambar, serta pergerakan kamera. Seluruh elemen tersebut berfungsi sebagai bahasa visual yang membantu memperjelas pesan dan membangun pengalaman audiens dalam memahami konten (PB, 2017).

Teknik pengambilan gambar seperti *shot size*, *angle*, *movement*, dan *framing* digunakan untuk membentuk struktur visual yang sesuai dengan konsep yang telah dirancang. Penerapan teknik tersebut dilakukan melalui proses perencanaan pada tahap pra-produksi dan direalisasikan pada tahap produksi. Setiap keputusan visual berkontribusi dalam

membangun fokus, suasana, serta alur penyampaian pesan dalam video. Dalam praktiknya, videographer berperan dalam menerjemahkan konsep visual ke dalam bentuk gambar yang sesuai dengan tujuan komunikasi yang telah ditetapkan (Kinanti *et al.*, 2025).

Berdasarkan hal tersebut, implementasi videografi dalam *creative video interview Crew Call* mencakup penerapan konsep visual secara terstruktur pada seluruh tahapan produksi, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Keterkaitan antara perencanaan visual, proses produksi, dan pengolahan pasca-produksi menjadi faktor penting dalam menjaga konsistensi visual dalam *digital campaign*.

Meskipun kajian mengenai videografi dan produksi konten digital telah banyak dilakukan, pembahasan yang secara spesifik mengaitkan implementasi videografi dalam format *creative video interview* pada *digital campaign* berbasis komunitas masih terbatas. Sebagian besar penelitian lebih berfokus pada aspek produksi video secara umum atau efektivitas konten

digital tanpa menekankan proses penerapan teknis visual dalam format wawancara kreatif.

Penelitian ini berfokus pada implementasi videografi dalam *creative video interview* pada *digital campaign Crew Call TSP Squad*, serta penerapan teknik pengambilan gambar dalam mendukung penyampaian pesan melalui media visual.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami proses implementasi videografi dalam produksi *creative video interview* TSP Squad secara mendalam. Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan proses perancangan visual dan pelaksanaan produksi video dalam *digital campaign* berdasarkan pengalaman serta kegiatan yang dilakukan selama proses produksi berlangsung.

Penelitian dilaksanakan secara langsung (*offline*) di kantor *Event Promotor The Sound Project & Co* yang berlokasi di Jl. Srengseng Sawah No.112,

RT.11/RW.9, Srengseng Sawah, Kec. Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12630. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada periode Februari hingga April dan disesuaikan dengan jadwal kegiatan yang berlangsung di *The Sound Project & Co*.

Menurut Silver (2018), data merupakan kumpulan informasi atau fakta yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan suatu fenomena. Sementara itu, Creswell (2020) menjelaskan bahwa data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber utama sesuai dengan kebutuhan penelitian. Data primer memiliki sifat asli dan diperoleh melalui proses pengumpulan data seperti observasi langsung maupun wawancara.

Adapun data sekunder dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai topik penelitian sekaligus melengkapi data primer. Data sekunder tersebut diperoleh dari berbagai sumber literatur seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, *e-book*, serta sumber daring yang kredibel yang berkaitan dengan videografi,

visual storytelling, teknik pengambilan gambar, pencahayaan, serta *digital campaign* sebagai media komunikasi visual.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah pedoman observasi yang berfungsi sebagai acuan dalam mengamati proses produksi video *Crew Call*, serta catatan lapangan yang digunakan untuk mendokumentasikan proses implementasi videografi pada setiap tahapan produksi.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu:

1. Observasi yang dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap proses implementasi videografi dalam produksi video *Crew Call*, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi.
2. Partisipasi aktif yaitu keterlibatan peneliti dalam proses produksi sebagai videografer sehingga dapat memahami secara langsung penerapan teknis videografi seperti pengaturan kamera,

pencahayaan, dan pengambilan gambar.

3. Studi literatur, yaitu pengumpulan data melalui pembacaan dan penelaahan sumber tertulis seperti buku, jurnal ilmiah, *e-book*, dan referensi kredibel lainnya untuk memperkuat landasan teori mengenai videografi, komposisi visual, dan *digital campaign*.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses reduksi dilakukan dengan memilih dan memfokuskan data yang relevan terkait implementasi videografi dalam produksi video *Crew Call*. Data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk uraian deskriptif berdasarkan tahapan produksi, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Tahap akhir berupa penarikan kesimpulan dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai penerapan elemen videografi dalam *digital campaign* tersebut sehingga

menghasilkan hasil dan pembahasan penelitian yang sistematis.

C. Hasil Penelitian

Berdasarkan proses produksi *digital campaign Crew Call TSP Squad*, implementasi videografi dilakukan melalui tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi yang saling berkaitan dalam menghasilkan *creative video interview* sebagai media utama kampanye digital:

a. Pra-Produksi

Tahap pra-produksi diawali dengan perencanaan konsep untuk program *digital campaign Crew Call*, yaitu konten yang bertujuan memperkenalkan individu yang terlibat dalam ekosistem *The Sounds Project*, seperti *volunteer*, fotografer, vendor panggung, dan komunitas. Program ini merupakan pengembangan dari format sebelumnya yang berbasis *carousel* menjadi format *creative video interview* untuk meningkatkan aspek komunikatif dalam penyampaian pesan.

Perubahan format tersebut menunjukkan adanya pergeseran

pendekatan komunikasi dari berbasis visual statis menjadi narasi audiovisual yang lebih dinamis. Perencanaan ini menjadi dasar dalam membangun alur produksi yang lebih terstruktur melalui pendekatan *visual storytelling* sejak tahap awal (Brown, 2016).

Proses pra-produksi dilakukan melalui *in-depth interview* untuk menggali informasi awal mengenai pengalaman dan cerita narasumber. Hasil dari proses tersebut digunakan sebagai dasar penyusunan alur pertanyaan wawancara agar konten memiliki struktur naratif yang lebih terarah. Tahap ini menunjukkan bahwa penggalian informasi awal berperan penting dalam membentuk alur cerita yang akan disampaikan dalam video.

Perencanaan teknis kemudian dilakukan melalui penyusunan konsep wawancara, pengaturan lokasi pengambilan gambar, serta persiapan perangkat produksi seperti kamera dan pencahayaan. Pemilihan lokasi *indoor* dilakukan untuk menjaga stabilitas pencahayaan, meskipun masih terdapat tantangan berupa

masuknya cahaya alami yang memengaruhi konsistensi visual.

Aspek pencahayaan menggunakan teknik *three point lighting* yang terdiri dari *key light*, *fill light*, dan *back light* untuk menciptakan pencahayaan yang seimbang serta memberikan dimensi visual yang lebih jelas pada subjek. Penerapan teknik pencahayaan ini berperan dalam meningkatkan kualitas visual agar pesan lebih mudah dipahami oleh audiens melalui pendekatan yang lebih komunikatif (Haidar & Martadi, 2021).

Aspek teknis pengambilan gambar menggunakan dua kamera dengan fungsi berbeda. Kamera utama digunakan untuk *medium shot* sebagai *master shot*, sedangkan kamera kedua digunakan untuk *close-up* guna menekankan ekspresi narasumber. Penggunaan multi-angle ini memberikan variasi visual yang membantu memperkuat fokus narasi sekaligus mengurangi kesan monoton dalam penyajian video.

Tahap pra-produksi ditutup dengan *technical check* yang meliputi pengecekan framing, audio, pencahayaan, dan pengaturan

kamera. Tahapan ini berfungsi untuk memastikan seluruh elemen teknis berada dalam kondisi siap sebelum proses produksi dilakukan, sekaligus meminimalisir potensi kendala saat pengambilan gambar berlangsung.

b. Produksi

Tahap produksi dilakukan melalui proses pengambilan gambar berdasarkan perencanaan yang telah disusun pada tahap pra-produksi. Proses diawali dengan *set-up* teknis berupa pengaturan kamera dan pencahayaan di lokasi sebelum pengambilan gambar.

Proses pengambilan gambar dilakukan menggunakan format *interview* yang menampilkan narasumber secara individu. Setiap video berisi satu orang dengan peran berbeda dalam ekosistem The Sounds Project, seperti *volunteer*, fotografer, vendor panggung, dan komunitas. Format ini digunakan karena mampu menyampaikan informasi secara langsung, terstruktur, dan mudah dipahami dalam bentuk audiovisual (Morissan, 2020). Penerapan format ini menunjukkan bahwa penyampaian pesan melalui video

lebih efektif ketika dikemas dalam bentuk narasi personal yang dekat dengan pengalaman narasumber.

Narasumber ditempatkan dalam posisi duduk dan menjawab pertanyaan yang disampaikan secara langsung oleh sutradara selama sesi wawancara berlangsung. Sesi tambahan berupa permainan *fishbowl* digunakan untuk menghadirkan pertanyaan acak agar respons narasumber lebih spontan dan konten menjadi lebih variatif. Pendekatan ini memberikan dinamika dalam penyajian konten sehingga tidak hanya bersifat formal, tetapi juga lebih natural dan interaktif.

Pengambilan gambar dilakukan menggunakan dua kamera dengan tambahan *footage B-roll* sebagai pendukung visual. Penggunaan teknik multi-kamera memungkinkan pengambilan gambar dari beberapa sudut seperti *medium shot* dan *close-up*, sehingga dapat memperkaya visual serta menjaga kesinambungan narasi dalam video (Morissan, 2020). Penggunaan *B-roll* juga berfungsi memperkuat *visual storytelling* agar penyajian konten tidak monoton dan lebih menarik

secara visual (Praditya, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa variasi visual berperan penting dalam menjaga atensi audiens terhadap konten.

Aspek audio menggunakan *microphone clip-on* yang dipasang pada narasumber untuk menjaga kualitas suara tetap jelas selama wawancara berlangsung serta meminimalisir gangguan suara lingkungan. Penggunaan perangkat audio ini berkontribusi dalam meningkatkan kualitas komunikasi verbal dalam produksi video.

Selama proses produksi berlangsung, beberapa pengambilan ulang (*retake*) terjadi akibat kesalahan jawaban dan rasa gugup narasumber. Dalam proses produksi audiovisual, pengulangan pengambilan merupakan bagian dari tahapan kerja untuk memastikan hasil akhir sesuai dengan tujuan komunikasi yang direncanakan (Kriyantono, 2014). Kondisi ini menunjukkan bahwa fleksibilitas dalam proses produksi diperlukan untuk menjaga kualitas akhir konten.

Kendala juga ditemukan pada keterbatasan *footage B-roll* khususnya pada narasumber

dengan peran fotografer sehingga diperlukan pengambilan tambahan visual untuk melengkapi kebutuhan pada tahap penyuntingan. Hal ini menunjukkan bahwa perencanaan visual di lapangan dapat berkembang sesuai kebutuhan produksi aktual.

Penggunaan kamera yang cenderung statis dalam proses *interview* berfungsi untuk mempertahankan fokus audiens pada narasi dan ekspresi narasumber. Keputusan ini dilakukan untuk meminimalisir distraksi visual sehingga pesan dapat tersampaikan secara lebih efektif melalui kekuatan dialog dan ekspresi.

c. Pasca Produksi

Tahap pasca-produksi dilakukan melalui proses pengolahan seluruh *footage* hasil produksi oleh *editor* dengan pendampingan videografer dalam memberikan masukan terkait pemilihan visual dan kesesuaian dengan konsep yang telah direncanakan.

Proses dimulai dengan pengumpulan seluruh *footage* yang terdiri dari hasil wawancara, sesi

permainan *fishbowl*, dan *B-roll* aktivitas narasumber. Seluruh *footage* kemudian diseleksi untuk menentukan bagian yang akan digunakan dalam penyusunan video. Tahapan seleksi ini menunjukkan bahwa proses penyuntingan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga menentukan arah narasi yang akan dibangun dalam video akhir.

Penyusunan alur video (*sequencing*) dilakukan untuk membentuk cerita setiap narasumber secara runtut. Videografer turut memberikan masukan dalam penggabungan *footage* utama dengan *B-roll* agar alur *storytelling* tetap konsisten dan kontekstual. Proses ini memperlihatkan bahwa penyuntingan berperan penting dalam menyatukan seluruh elemen visual menjadi satu kesatuan cerita yang utuh.

Tahap penyuntingan juga mencakup penyesuaian durasi sesuai format Instagram Reels sebagai media publikasi *digital campaign*. Penyesuaian dilakukan agar konten tetap efektif dalam durasi pendek yang menjadi karakteristik media sosial. Selain itu,

dilakukan *color correction* untuk menjaga konsistensi visual serta penyesuaian audio agar suara narasumber tetap jelas dan seimbang. Proses ini menunjukkan bahwa kualitas teknis visual dan audio menjadi faktor penting dalam menjaga profesionalitas hasil akhir video.

Proses pasca-produksi menghasilkan *draft* awal untuk satu dari empat video Crew Call. *Draft* ini kemudian dipakai sebagai bahan evaluasi sebelum video dibuat versi final. Tahap ini menunjukkan bahwa pembuatan video dilakukan secara bertahap, di mana hasil awal masih diperbaiki dan disempurnakan sampai menjadi versi akhir.

Proses evaluasi dilakukan untuk mengidentifikasi bagian video yang masih kurang optimal, terutama pada aspek visual yang terasa monoton atau kurang *engaging*. Salah satu bentuk perbaikan yang dilakukan adalah penambahan elemen teks pada bagian tertentu agar informasi menjadi lebih jelas dan tampilan visual lebih dinamis. Penambahan elemen visual tersebut membantu meningkatkan keterbacaan

sekaligus memperkuat daya tarik video.

Dalam perspektif *visual storytelling*, proses penyuntingan tidak hanya berfungsi sebagai tahap teknis, tetapi juga sebagai proses pembentukan makna melalui penggabungan elemen visual, audio, dan narasi (Hendrawan & Firmansyah, 2021). Penerapan prinsip tersebut dalam Crew Call menunjukkan bahwa setiap elemen visual memiliki peran dalam membangun komunikasi yang efektif.

Implementasi videografi dalam *digital campaign* Crew Call menunjukkan bahwa integrasi antara pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi mampu menghasilkan konten video yang informatif, komunikatif, serta mendukung tujuan kampanye digital dalam menyampaikan pengalaman individu dalam ekosistem kreatif.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, implementasi videografi dalam *digital campaign* Crew Call TSP Squad menunjukkan bahwa proses produksi *creative video interview* terbentuk melalui rangkaian tahapan yang saling

terintegrasi, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Ketiga tahapan tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan membentuk satu kesatuan proses yang mendukung terciptanya konten visual yang komunikatif dan terstruktur.

Tahap pra-produksi berperan dalam membangun fondasi konsep melalui perencanaan ide, penggalian informasi narasumber, serta persiapan teknis produksi yang mencakup pengaturan kamera, pencahayaan, dan lokasi pengambilan gambar. Tahap ini menjadi dasar penting dalam membentuk alur narasi yang akan disampaikan melalui video.

Tahap produksi berfokus pada proses pengambilan gambar dengan format *interview* yang didukung penggunaan dua kamera, teknik *three point lighting*, serta tambahan *B-roll* dan sesi interaktif untuk memperkaya variasi visual. Penerapan elemen tersebut memberikan kontribusi dalam menjaga dinamika visual sekaligus memperkuat penyampaian informasi dari setiap narasumber.

Tahap pasca-produksi menjadi proses pengolahan akhir yang mencakup seleksi *footage*, penyusunan alur cerita (*sequencing*),

serta penyuntingan visual dan audio agar sesuai dengan format *digital campaign*. Tahapan ini berperan dalam menyatukan seluruh elemen produksi menjadi konten yang utuh, informatif, dan layak dipublikasikan.

Secara keseluruhan, implementasi videografi dalam Crew Call menunjukkan bahwa proses produksi video tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga berfungsi sebagai media *visual storytelling* yang efektif dalam menyampaikan pengalaman individu dalam ekosistem The Sounds Project. Integrasi antar tahapan produksi menghasilkan konten yang komunikatif, memiliki nilai informatif, serta mendukung tujuan kampanye digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, I. L., Aulya, N., & Satriya, S. H. (2024). Transformasi media dan dinamika komunikasi dalam era digital: Tantangan dan peluang ilmu komunikasi. *Jurnal Ilmiah Research Student*, 1(3), 168-181.
- Brown, B. (2016). *Cinematography: theory and practice: image making for cinematographers and directors*. Routledge.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2020). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and*

- Mixed Methods Approaches*(5th ed.). Sage Publication.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Haidar, N. F., & Martadi, M. (2021). Analisis Konten Visual Post Instagram Riliv Dalam Membentuk Customer Engagement. *Barik*, 2(2), 121-134.
- Hendrawan, A., & Firmansyah, R. (2021). Teknik produksi video dokumenter dalam media digital. *Jurnal Komunikasi Visual*, 10(2), 88–97.
- Kinanti, D. A., Sjucho, D. W., & Wirakusumah, T. K. (2025). Implementasi Teknik Pengambilan Gambar Oleh Director Of Photography Pada Produksi Video Feature “Silent Struggler: Searching For A Shoulder”. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 5408-5418.
- Kriyantono, R., & Sos, S. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.
- Morissan, M. A. (2018). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Ed. Revisi*. Prenada Media.
- PB, S. N. (2017). Menghadapi generasi visual; Literasi visual untuk menstimulasi kemampuan berpikir dalam proses pembelajaran. *ELSE (Elementary School Education Journal)*: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Sekolah Dasar, 1(2a).
- Praditya, F., & Hadiyanto. (2025). Produksi konten video media sosial berbasis storytelling visual. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media (JURSENDEM)*, 5(1).
- Silver, N. (2018). *The Signal and the Noise: Why So Many Predictions Fail--but Some Don't*. Penguin Books
- Utami, N. R., & Sumbar, D. U. (2025). Efektifitas Pembuatan Video Konten Digital di Media Sosial Untuk Promosi Peningkatan Branding Marketing Universitas Bina Darma. *Education, Language, and Arts: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 55-61.