

PERANCANGAN KONTEN KLIP EDUKATIF SEBAGAI STRATEGI ADAPTASI POLA KONSUMSI DIGITAL GEN Z TERHADAP KANAL YOUTUBE BRIN

Muhammad Syafiq Rifaza¹, Rici Tri Harpin Pranata², Harries Marithasari³

^{1,2,3}Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, IPB University

¹syafiqrifaza@apps.ipb.ac.id, ²ricitriha@apps.ipb.ac.id,

³harriesmarithasari@apps.ipb.ac.id

ABSTRACT

Changes in Generation Z's digital media consumption patterns have created a growing demand for information that is concise, accessible, and easy to understand. This trend presents a challenge for the National Research and Innovation Agency (BRIN), which primarily disseminates scientific information through long-form YouTube content such as webinars, talk shows, documentaries, and podcasts. This study aims to identify Generation Z's digital content consumption patterns, design an educational clip format that aligns with their media preferences, and describe the content development process implemented on BRIN's YouTube channel. The study employed a descriptive qualitative approach, with data collected through observation, active participation, and discussions conducted during an internship program at BRIN TV. The findings indicate that many long-form videos on BRIN's YouTube channel contain valuable segments that can be repackaged into concise and engaging educational clips. These educational clips serve as a communication adaptation strategy by presenting scientific information in a format that better suits Generation Z's media consumption habits while maintaining the integrity and substance of the original content.

Keywords: BRIN YouTube Channel, Digital Media Consumption, Educational Clip, Generation Z, Science Communication.

ABSTRAK

Perubahan pola konsumsi media digital Generasi Z membuat kebutuhan akan cara penyampaian informasi yang lebih singkat dan mudah diakses. Kondisi ini menjadi tantangan bagi Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) yang selama ini mendistribusikan informasi ilmiah melalui konten YouTube berdurasi panjang seperti webinar, talkshow, dokumenter, dan podcast. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola konsumsi digital Generasi Z, merancang konten klip edukatif yang sesuai dengan karakteristik audiens Generasi Z, serta mendeskripsikan proses perancangannya pada kanal YouTube BRIN. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, partisipasi aktif, dan diskusi selama kegiatan di BRIN TV. Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak konten berdurasi panjang pada kanal YouTube BRIN memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi klip edukatif yang lebih ringkas dan menarik. Klip edukatif berfungsi sebagai strategi adaptasi komunikasi dengan

menyesuaikan format penyampaian informasi ilmiah terhadap karakteristik konsumsi media Generasi Z tanpa mengurangi substansi informasi yang disampaikan.

Kata Kunci: Generasi Z, Klip Edukatif, Komunikasi Sains, Konsumsi Digital, YouTube BRIN

A. Pendahuluan

Teknologi digital telah mengubah cara masyarakat mengakses dan mengonsumsi informasi. Perubahan ini terlihat jelas pada Generasi Z, yaitu masyarakat yang lahir antara tahun 1997–2012 dan tumbuh bersamaan dengan perkembangan internet, media sosial, serta perangkat digital. Sebagai digital native, Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya, terutama dalam hal mengakses dan mengonsumsi informasi media digital. Mereka cenderung mengonsumsi konten yang cepat, visual, dan multitasking (Ramadhani & Khoirunisa, 2025). Kebiasaan ini terbentuk dari paparan teknologi sejak usia dini yang membentuk preferensi mereka terhadap informasi yang instan, interaktif, dan mudah dicerna (Ami et al., 2025)

Pola konsumsi media Generasi Z saat ini didominasi oleh platform berbasis

video pendek seperti YouTube Shorts, TikTok, dan Instagram Reels. Format short-form video menjadi salah satu jenis konten yang paling banyak dikonsumsi karena mampu menyampaikan informasi secara ringkas dan menarik dalam waktu singkat. Fenomena ini sejalan dengan perkembangan short-form video yang kini mendominasi berbagai platform digital. Nguyen (2024) menjelaskan bahwa video berdurasi pendek muncul sebagai bentuk komunikasi yang mampu menarik perhatian audiens di tengah tingginya arus informasi digital. Selain itu, Hu, Zhang, dan Wang (2022) menemukan bahwa video pendek memiliki tingkat keterlibatan yang lebih tinggi karena mampu menyampaikan inti pesan secara cepat sesuai dengan kebiasaan pengguna media sosial. Keadaan ini menunjukkan adanya perubahan perilaku audiens dari konsumsi konten berdurasi panjang menuju konten yang pendek, relevan, dan mudah dipahami. Hal tersebut

menjadikan durasi, visual, dan cara penyampaian pesan sebagai faktor penting dalam menarik perhatian audiens digital.

Berbagai informasi edukatif dan hasil penelitian ilmiah umumnya masih disajikan dalam format berdurasi panjang, seperti seminar, webinar, talk show, dokumenter, maupun laporan penelitian. Meskipun memiliki nilai informasi yang tinggi, format tersebut belum tentu sesuai dengan pola konsumsi Gen Z yang cenderung mengutamakan efisiensi dalam memperoleh informasi. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan antara informasi ilmiah yang edukatif dengan cara audiens muda mengonsumsi dan memahami informasi. Konten edukatif sendiri berfungsi sebagai media yang bertujuan meningkatkan pengetahuan audiens melalui penyampaian informasi yang terstruktur dan mudah dipahami (Fitriani, 2021). Namun, efektivitas konten edukasi tidak hanya ditentukan oleh isi informasinya, melainkan juga oleh kesesuaian format penyajiannya dengan karakteristik audiens yang dituju.

Lembaga riset nasional, Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) memiliki peran penting dalam

menyebarkan hasil penelitian dan pengetahuan kepada masyarakat. Melalui kanal YouTube BRIN, berbagai konten ilmiah dan edukatif telah dipublikasikan. YouTube memenuhi syarat sebagai media edukasi efektif karena memungkinkan interaksi secara lebih fleksibel dan dinamis, menawarkan akses luas kepada materi pendidikan, serta memperkaya pengalaman belajar dengan konten yang informatif dan interaktif (Daraini & Masnawati, 2024). Kualitas informasi dan kredibilitas sumber menjadi faktor utama yang mendorong pengguna memanfaatkan YouTube sebagai sumber pembelajaran (Moghavvemi, 2018). Namun, dominasi konten berdurasi panjang dapat membatasi jangkauan informasi kepada kelompok audiens yang terbiasa mengonsumsi konten secara singkat dan cepat.

Dalam konteks komunikasi digital, perubahan pola konsumsi media dapat dipandang sebagai perubahan media yang menuntut adanya penyesuaian strategi komunikasi. Strategi adaptasi merupakan respons terhadap perubahan lingkungan yang memengaruhi keberlangsungan suatu

aktor atau institusi (Pranata dan Satria, 2015). Dalam dunia media digital, strategi adaptasi ini tidak hanya berlaku bagi individu, tetapi juga bagi lembaga atau organisasi yang ingin tetap relevan di tengah perubahan audiens dan juga pengemasan ulang konten memungkinkan informasi yang disajikan dalam format panjang diadaptasi menjadi bentuk yang lebih sesuai dengan perilaku audiens tanpa mengubah substansi pesan yang disampaikan (Ashley & Tuten, 2015). Salah satu bentuk adaptasi yang dapat dilakukan adalah melalui pengembangan klip edukatif yang mengemas kembali informasi ilmiah ke dalam format video singkat yang lebih mudah diakses dan dipahami oleh audiens Generasi Z

Klip edukatif mengemas informasi ilmiah yang kompleks jadi bentuk yang lebih sederhana tanpa menghilangkan substansi utama pesan. Selain berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, klip edukatif juga dapat menjadi pintu masuk (entry point) yang mendorong audiens untuk mengakses konten utama yang berdurasi lebih panjang. Video pendek dinilai efektif dalam

menarik perhatian audiens modern karena mampu menggabungkan kecepatan informasi, unsur visual, dan keterlibatan emosional dalam waktu yang relatif singkat (Fatimah & Nasir, 2025). Oleh karena itu, klip edukatif berpotensi menjadi media yang mampu menjembatani kebutuhan BRIN dalam mempublikasikan hasil riset dengan karakteristik konsumsi media Generasi Z yang cepat dan visual.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan adaptasi konten pada kanal YouTube BRIN terhadap pola konsumsi digital Generasi Z serta merancang format konten klip edukatif yang sesuai dengan karakteristik audiens tersebut. Secara spesifik, penelitian ini berusaha menjawab dua pertanyaan utama: pertama, bagaimana karakteristik pola konsumsi digital Gen Z terhadap konten YouTube BRIN; dan kedua, bagaimana format klip edukatif yang tepat sebagai strategi adaptasi konten BRIN. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dalam mengembangkan strategi konten yang lebih relevan dengan audiens muda,

sekaligus memberikan kontribusi akademis dalam dunia komunikasi digital dan strategi adaptasi konten di era media sosial. Melalui perancangan ini, diharapkan informasi ilmiah yang dipublikasikan BRIN dapat disampaikan dalam format yang lebih relevan, menarik, dan mudah diakses tanpa mengurangi nilai edukatif maupun substansi informasi yang terkandung di dalamnya.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif bertujuan memberikan gambaran yang komprehensif mengenai suatu peristiwa atau fenomena berdasarkan kondisi yang terjadi secara nyata (Sandelowski, 2000). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti mendeskripsikan proses perancangan konten klip edukatif pada kanal YouTube BRIN secara langsung berdasarkan hasil observasi. Penelitian dilaksanakan secara *hybrid* di lingkungan BRIN TV dan Multimedia, Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN), yang berlokasi di Jalan M.H. Thamrin No. 8, Kebon Sirih, Menteng, Jakarta Pusat, dan dimulai pada 26 Januari 2026 hingga

10 Mei 2026. Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui keterlibatan langsung penulis dalam proses produksi dan pengelolaan konten di BRIN TV dan Multimedia, sedangkan data sekunder diperoleh dari studi literatur berupa jurnal ilmiah, buku, artikel, serta analisis terhadap konten klip yang telah dipublikasikan sebelumnya sebagai landasan teoritis dalam perancangan konten. Pendekatan ini dinilai paling sesuai untuk menggambarkan proses adaptasi konten ilmiah BRIN ke dalam format yang relevan bagi audiens Generasi Z.

Pengumpulan data dilakukan melalui partisipasi aktif, observasi, dan diskusi. Partisipasi aktif dilakukan dengan terlibat secara langsung dalam proses perencanaan dan pengembangan konten bersama tim BRIN TV dan Multimedia. Observasi dilakukan terhadap alur kerja produksi konten mulai dari tahap pra-produksi hingga pasca-produksi untuk memahami proses pengemasan informasi ilmiah ke dalam format digital. Selain itu, diskusi dengan tim multimedia dan produksi dilakukan

untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses kurasi konten, pengemasan pesan, serta strategi distribusi konten pada kanal YouTube BRIN. Instrumen penelitian yang digunakan meliputi lembar observasi, panduan analisis konten, serta data pendukung lainnya yang digunakan dalam proses perancangan klip edukatif. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Penggunaan berbagai teknik dan sumber data tersebut dilakukan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai proses perancangan konten klip edukatif sebagai strategi adaptasi terhadap pola konsumsi digital Generasi Z.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan Identifikasi Kebutuhan Adaptasi Konten pada Kanal YouTube BRIN

Berdasarkan hasil observasi konten yang dipublikasikan pada kanal YouTube BRIN didominasi oleh webinar, talkshow, dokumenter, dan program diskusi ilmiah dengan durasi yang bisa dibilang panjang. Sebagian besar video memiliki durasi kurang dari 20 menit dan berisi pembahasan

yang mendalam mengenai hasil riset, inovasi teknologi, fenomena ilmiah, maupun isu strategis yang berkaitan dengan perkembangan ilmu pengetahuan. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa kanal YouTube BRIN berfungsi sebagai media informasi yang fokus pada kelengkapan dan kedalaman materi. Audiens yang mengakses konten tersebut dapat memperoleh informasi yang komprehensif karena setiap topik dibahas secara rinci oleh narasumber yang memiliki kompetensi di bidangnya.

Karakteristik konten yang mendalam dan berdurasi panjang juga menghadirkan tantangan tersendiri dalam menjangkau audiens digital saat ini, khususnya Generasi Z. Sebagai generasi yang tumbuh bersama perkembangan internet dan media sosial, Generasi Z cenderung memiliki pola konsumsi informasi yang cepat, visual, dan praktis. Mereka lebih terbiasa memperoleh informasi melalui konten yang ringkas dan mudah dipahami dibanding harus mengikuti pembahasan yang panjang. Temuan tersebut sejalan dengan karakteristik Generasi Z yang dijelaskan oleh Stillman dan Stillman

(2018), yaitu generasi yang memiliki kedekatan tinggi dengan media digital dan terbiasa memperoleh informasi secara cepat melalui berbagai platform internet. Karena itu, kebutuhan adaptasi konten pada kanal YouTube BRIN tidak hanya berkaitan dengan perubahan format media, tetapi juga merupakan upaya menyesuaikan strategi komunikasi dengan karakteristik audiens yang menjadi target penyebaran informasi ilmiah. Kondisi tersebut tidak berarti bahwa Generasi Z tidak tertarik terhadap informasi ilmiah atau edukatif, melainkan menunjukkan adanya perbedaan cara mengakses dan memperoleh informasi dibandingkan generasi sebelumnya. Oleh karena itu, diperlukan penyesuaian format penyampaian agar informasi yang tersedia pada kanal YouTube BRIN dapat lebih mudah dijangkau oleh kelompok audiens tersebut.

Generasi Z juga dikenal memiliki rasa ingin tahu yang tinggi terhadap berbagai fenomena unik, fakta menarik, serta informasi yang memiliki keterkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Karakteristik ini sebenarnya sejalan dengan berbagai

konten yang dimiliki BRIN. Sebagai lembaga riset nasional yang menjadi pusat penelitian, pengembangan, dan inovasi di Indonesia, BRIN memiliki banyak informasi yang tidak hanya bersifat ilmiah, tetapi juga menarik untuk diketahui masyarakat luas. Berbagai hasil penelitian yang dipublikasikan sering kali memuat fakta-fakta unik, penemuan baru, maupun penjelasan ilmiah mengenai fenomena yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Selain memiliki nilai edukatif, informasi tersebut juga memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi karena berasal dari penelitian dan kajian yang dilakukan oleh para peneliti di bidangnya. Dengan demikian, tantangan utama yang dihadapi bukan terletak pada kualitas informasi yang dimiliki, melainkan pada bagaimana informasi tersebut dapat dikemas dalam format yang lebih sesuai dengan kebiasaan konsumsi media Generasi Z.

Hasil pengamatan menunjukkan bahwa banyak video berdurasi panjang pada kanal YouTube BRIN memiliki bagian-bagian tertentu yang berpotensi menarik perhatian audiens apabila disajikan secara terpisah. Bagian

tersebut umumnya berisi fakta yang mengejutkan, temuan penelitian yang relevan dengan kehidupan masyarakat, maupun penjelasan narasumber yang sejalan dengan fenomena dunia. Informasi seperti ini memiliki nilai daya tarik yang tinggi karena mampu membangkitkan rasa penasaran audiens dalam waktu singkat. Namun, informasi tersebut sering kali berada di tengah atau akhir video berdurasi panjang sehingga berpotensi tidak ditemukan oleh sebagian audiens yang tidak menonton video secara keseluruhan.

Kebutuhan adaptasi konten pada kanal YouTube BRIN menjadi semakin relevan. Adaptasi diperlukan agar informasi yang telah ada dapat menjangkau audiens yang lebih luas tanpa mengurangi substansi pesan yang ingin disampaikan. Salah satu bentuk adaptasi yang dinilai sesuai adalah pengemasan ulang informasi ke dalam format klip edukatif berdurasi singkat. Melalui format ini, informasi yang sebelumnya tersebar dalam video berdurasi panjang dapat disajikan secara lebih ringkas, menarik, dan mudah diakses oleh Generasi Z. Dengan demikian, klip edukatif tidak hanya mejadi alternatif

format konten, tetapi juga bagian dari upaya untuk menyambungkan kebutuhan audiens muda terhadap informasi yang cepat dengan kebutuhan BRIN untuk pengetahuan dan hasil riset kepada masyarakat, khususnya Generasi Z.

Perancangan Konten Klip Edukatif pada Kanal YouTube BRIN

Perancangan konten klip edukatif diawali dengan penyusunan konsep konten yang akan diusulkan sebagai segmen baru pada kanal YouTube BRIN. Pada tahap ini, penulis bersama tim melakukan *brainstorming* untuk menentukan format konten yang mampu menyajikan informasi ilmiah secara lebih ringkas tanpa menghilangkan pesan utama dari konten yang sudah ada. Hasil diskusi tersebut menghasilkan konsep “Klip Edukatif”, yaitu format video pendek yang mengambil bagian-bagian penting dari video berdurasi panjang seperti talkshow, webinar, dan dokumenter. Proses perancangan dimulai dengan tahap kurasi konten sumber. Pemilihan video dilakukan berdasarkan judul dan topik yang dinilai memiliki relevansi ataupun fakta menarik dengan minat audiens

Generasi Z. Setelah video terpilih, tim melakukan peninjauan terhadap keseluruhan isi video untuk mengidentifikasi bagian-bagian yang memiliki potensi dijadikan klip. Selain mempertimbangkan fakta atau informasi yang menarik, proses seleksi juga memperhatikan cara penyampaian narasumber. Narasumber yang mampu menyampaikan informasi secara jelas, komunikatif, dan menarik menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan bagian yang akan diangkat menjadi klip edukatif.

Setelah proses kurasi dan pemilihan highlight selesai dilakukan, hasil temuan kemudian di edit dengan salah satu tim yang nantinya akan menjadi konten *dummy*. Konsep tersebut selanjutnya disusun dalam bentuk deck presentasi yang berisi tujuan konten, target audiens, referensi visual, serta alur penyajian informasi. Deck tersebut kemudian dipresentasikan kepada tim BRIN sebagai usulan pengembangan segmen konten baru pada kanal YouTube BRIN. Sebagai bentuk penerapan konsep, kami juga mempertunjukkan konten contoh (*dummy content*) yang digunakan

sebagai acuan visual dan teknis. Mengadaptasi format video vertikal, penggunaan subtitle, serta pemotongan bagian-bagian penting yang telah dipilih sebelumnya. Dalam pelaksanaannya, satu konten klip umumnya membutuhkan waktu produksi sekitar satu minggu hingga mencapai versi yang siap ditinjau.

Sebelum dipublikasikan, konten yang telah selesai diproduksi terlebih dahulu melalui proses evaluasi dan revisi oleh kepala divisi. Masukan yang diberikan digunakan untuk menyempurnakan aspek visual, alur penyampaian informasi, maupun kesesuaian konten dengan identitas kanal YouTube BRIN. Setelah seluruh revisi selesai dilakukan, konten dinyatakan siap untuk dipublikasikan dan dimasukkan ke dalam timeline produksi atau bank konten sebagai bagian dari strategi distribusi konten BRIN. Sebagai bentuk implementasi dari konsep yang telah dirancang, klip edukatif kemudian dipublikasikan melalui kanal YouTube BRIN dalam format YouTube Shorts. Hingga akhir periode bersama tim BRIN, terdapat tiga konten klip edukatif yang telah tayang dan menjadi bagian dari playlist khusus yang disiapkan untuk

segmen tersebut. Berdasarkan data yang diperoleh, ketiga video tersebut memperoleh jumlah penayangan yang bervariasi, mulai dari ratusan hingga ribuan tayangan, dengan rata-rata lebih dari 1.000 tayangan per video. Hasil ini menunjukkan bahwa konten *clip* dari video berdurasi panjang memiliki peluang untuk menjangkau audiens melalui format yang lebih sesuai dengan cara konsumsi media digital saat ini.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsep klip edukatif bukan cuman berhenti pada tahap perancangan, tetapi dapat diterapkan dalam praktik produksi konten. Penggunaan format video vertikal, durasi singkat, subtitle, serta visual pendukung menunjukkan adanya penyesuaian terhadap karakteristik short-form video yang saat ini mendominasi berbagai platform digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hu, Zhang, dan Wang (2022) yang menyatakan bahwa video berdurasi singkat memiliki potensi keterlibatan audiens yang lebih tinggi karena mampu menyampaikan inti pesan secara cepat. Dengan demikian, proses perancangan yang dilakukan tidak hanya menghasilkan

format baru, tetapi juga menunjukkan upaya pengadaptasian penyampaian informasi ilmiah pada kebiasaan konsumsi media Generasi Z.

Klip Edukatif Sebagai Strategi Adaptasi terhadap Pola Konsumsi Digital Generasi Z

Klip edukatif yang dirancang pada kanal YouTube BRIN merupakan bentuk adaptasi komunikasi yang bertujuan menyesuaikan penyebaran informasi ilmiah dengan karakteristik konsumsi media Generasi Z. Adaptasi ini tidak dilakukan dengan mengubah isi atau substansi informasi yang dimiliki BRIN, melainkan melalui perubahan format penyajiannya. Informasi yang sebelumnya disampaikan dalam bentuk dokumenter, podcast, maupun talkshow berdurasi panjang dikemas kembali menjadi video singkat yang lebih mudah diakses oleh audiens digital. Strategi tersebut menunjukkan bahwa perubahan perilaku audiens tidak selalu harus direspons melalui penciptaan konten baru, tetapi juga dapat dilakukan melalui penyesuaian cara penyampaian informasi agar lebih relevan dengan kebiasaan konsumsi media yang berkembang saat ini.

Perhatian audiens menjadi salah satu tantangan terbesar. Generasi Z hidup di tengah arus informasi yang sangat padat sehingga memiliki banyak pilihan konten dalam waktu yang bersamaan. Kondisi tersebut menyebabkan perebutan perhatian menjadi semakin kompetitif. Oleh karena itu, klip edukatif dirancang dengan menampilkan informasi yang mampu menarik rasa ingin tahu audiens sejak awal video. Penggunaan hook dalam beberapa detik pertama menjadi elemen penting karena berfungsi sebagai pemicu perhatian awal sebelum audiens memutuskan untuk melanjutkan atau menghentikan tontonan. Hook yang digunakan umumnya berupa fakta mengejutkan, fenomena yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, maupun pernyataan yang memunculkan rasa penasaran.. Pemilihan fakta-fakta yang mengejutkan atau dekat dengan kehidupan sehari-hari menjadi bagian penting dalam strategi adaptasi yang dilakukan. Informasi ilmiah sering kali dianggap kompleks dan jauh dari kehidupan masyarakat. Sejalan dengan penelitian Adila & Pranata (2025) yang menunjukkan bahwa pengelolaan konten digital perlu

menyesuaikan isu, kebutuhan informasi, dan karakteristik audiens agar pesan yang disampaikan tetap relevan. Dalam konteks klip edukatif BRIN, penyesuaian tersebut dilakukan melalui pemilihan fakta menarik dan fenomena yang dekat dengan kehidupan Generasi Z. Oleh karena itu, penyajian fakta yang relevan dengan pengalaman sehari-hari dapat menjadi titik masuk yang lebih mudah diterima audiens muda. Pendekatan tersebut memungkinkan informasi ilmiah tidak hanya dipahami sebagai pengetahuan akademik, tetapi juga sebagai informasi yang memiliki keterkaitan dengan kehidupan mereka. Pendekatan ini dilakukan untuk meningkatkan kemungkinan audiens bertahan hingga akhir video sekaligus menerima pesan utama yang ingin disampaikan.

Selain aspek perhatian, strategi adaptasi juga terlihat dari cara informasi ilmiah disederhanakan tanpa menghilangkan makna utamanya. Salah satu tantangan dalam komunikasi sains adalah menyampaikan konsep yang kompleks kepada khalayak umum. Informasi yang mudah dipahami oleh peneliti belum tentu mudah dipahami

oleh masyarakat luas, terutama audiens muda yang tidak memiliki latar belakang keilmuan tertentu. Klip edukatif tidak hanya menampilkan cuplikan penjelasan narasumber, tetapi juga memanfaatkan elemen visual pendukung berupa motion graphic. Penggunaan motion graphic membantu menerjemahkan konsep abstrak menjadi bentuk visual yang lebih konkret sehingga audiens dapat memahami informasi dengan lebih cepat. Visualisasi tersebut juga membantu menjelaskan objek, proses, maupun fenomena yang sulit dibayangkan apabila hanya disampaikan melalui narasi verbal.

Penggunaan motion graphic dalam klip edukatif tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai alat komunikasi. Dalam beberapa topik yang berkaitan dengan sains dan teknologi, visual memiliki peran penting untuk memperjelas pesan yang disampaikan. Kehadiran ilustrasi bergerak, animasi sederhana, maupun teks pendukung dapat membantu audiens menghubungkan informasi yang disampaikan narasumber dengan gambaran visual yang lebih mudah dipahami.

Penggunaan motion graphic juga mendukung teori multimedia learning yang dikemukakan Mayer (2014), yang menjelaskan bahwa informasi akan lebih mudah dipahami ketika disajikan melalui kombinasi elemen visual dan verbal. Oleh karena itu, motion graphic pada klip edukatif tidak hanya berfungsi memperindah tampilan video, tetapi juga membantu proses penyederhanaan dan pemahaman informasi ilmiah yang kompleks

Strategi adaptasi lainnya terlihat dari posisi klip edukatif sebagai penghubung antara konten singkat dan konten utama. Klip yang dipublikasikan pada kanal YouTube BRIN tidak dimaksudkan untuk menggantikan video berdurasi panjang yang telah tersedia sebelumnya. Sebaliknya, klip berfungsi sebagai gerbang awal yang memperkenalkan topik tertentu kepada audiens. Setelah perhatian audiens berhasil diperoleh melalui konten singkat, mereka diberikan akses menuju video utama yang memuat pembahasan lebih lengkap. Pendekatan ini memungkinkan BRIN menjangkau dua tipe audiens sekaligus, yaitu audiens yang hanya

membutuhkan informasi singkat dan audiens yang ingin mempelajari topik secara lebih mendalam. Dengan kata lain, klip edukatif menjadi jembatan antara kebutuhan konsumsi informasi yang cepat dengan kebutuhan memperoleh pengetahuan yang lebih komprehensif.

Kehadiran klip edukatif juga menunjukkan perubahan pendekatan dalam penyebaran informasi ilmiah. Jika sebelumnya informasi sains lebih banyak disampaikan melalui format formal dan berdurasi panjang, kini penyampaian informasi dapat dilakukan melalui format yang lebih ringkas tanpa mengurangi nilai edukatifnya. Perubahan tersebut mencerminkan upaya adaptasi terhadap perkembangan media digital yang semakin menekankan kecepatan, kemudahan akses, dan pengalaman visual. Dalam hal ini, BRIN tidak mengubah fungsi utamanya sebagai lembaga penghasil dan penyebar ilmu pengetahuan, tetapi menyesuaikan metode komunikasinya agar lebih sesuai dengan perilaku audiens yang menjadi sasaran.

Jika dikaitkan dengan konsep strategi adaptasi yang dikemukakan

oleh Pranata dan Satria (2015), klip edukatif dapat dipahami sebagai bentuk respons terhadap perubahan lingkungan komunikasi digital. Perubahan pola konsumsi media Generasi Z menciptakan kebutuhan akan format komunikasi yang lebih fleksibel, singkat, dan mudah diakses. Melalui klip edukatif, BRIN berupaya mempertahankan efektivitas penyampaian informasi ilmiah dengan menyesuaikan format distribusinya terhadap karakteristik audiens. Adaptasi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh kualitas informasi yang dimiliki, tetapi juga oleh kemampuan dalam menyampaikan informasi tersebut lewat cara yang relevan dengan perkembangan media dan perilaku audiens.

Klip edukatif tidak hanya berfungsi sebagai strategi distribusi konten, tetapi juga sebagai bentuk komunikasi sains yang lebih inklusif. Selama ini hasil penelitian sering kali disampaikan melalui format yang bersifat formal dan akademis. Melalui format klip, informasi ilmiah dapat disampaikan dengan bahasa yang lebih sederhana tanpa menghilangkan substansi utamanya. Pendekatan ini

memungkinkan hasil penelitian menjangkau kelompok masyarakat yang sebelumnya mungkin tidak tertarik mengakses konten ilmiah berdurasi panjang. Hal ini sejalan dengan temuan Nafi'ah dan Pranata (2026) yang menyimpulkan bahwa strategi kreatif dalam produksi konten bukan sekadar persoalan tampilan, melainkan merupakan upaya sistematis untuk menyesuaikan penyampaian informasi dengan selera dan karakteristik audiens melalui kerja tim yang terstruktur dan evaluasi yang berkelanjutan

D. Kesimpulan

Pola konsumsi digital Generasi Z menunjukkan kecenderungan terhadap konten yang singkat, visual, dan mudah dipahami. Kondisi tersebut menjadi dasar perancangan konten klip edukatif pada kanal YouTube BRIN sebagai bentuk adaptasi penyajian informasi ilmiah kepada audiens muda. Format klip edukatif dirancang melalui pengemasan ulang konten berdurasi panjang seperti talkshow, dokumenter, dan podcast menjadi video vertikal berdurasi singkat yang memuat fakta menarik, hook, subtitle, dan motion graphic. Format ini memungkinkan informasi

ilmiah disampaikan secara lebih ringkas tanpa mengurangi substansi utama dari konten sumber. Hasil perancangan menunjukkan bahwa klip edukatif dapat menjadi alternatif format konten yang lebih sesuai dengan karakteristik konsumsi media Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Ramadhani, O., & Khoirunisa. (2025). Generasi Z dan teknologi: Gaya hidup Generasi Z di era digital. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1).
- Al Ami, B., Sutiyono, A., & Nasikhin. (2025). Preferensi penggunaan media digital oleh pasangan Generasi Z dalam pendidikan Islam bagi anak: Perspektif teori 7 habits of highly effective people. *Journal of Early Childhood and Character Education*, 5(1), 81–108.
- Nguyen, T. T. (2024). Why people watch user-generated videos? A systematic review and meta-analysis. *International Journal of Human-Computer Studies*.
- Hu, Y., Zhang, Z., & Wang, Y. (2022). Understanding user engagement in short video platforms: The role of content characteristics and viewer interaction. *Telematics and Informatics*, 66, 101719
- Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai media penyajian konten edukasi. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Manajemen*, 5(4).

- Daraini, N. S., & Masnawati, E. (2024). Peran media sosial YouTube sebagai media edukasi dalam pendidikan Generasi Z. *MIND Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Budaya*, 4(2), 81–87.
- Moghavvemi, S., Sulaiman, A., Jaafar, N. I., & Kasem, N. (2018). Social media as a complementary learning tool for teaching and learning: The case of YouTube. *The International Journal of Management Education*, 16(1), 37–42.
- Pranata, R., & Satria, A. (2015). Strategi adaptasi nelayan terhadap penetapan kawasan konservasi perairan daerah di Misool Selatan, KKPD Raja Ampat. *Jurnal Kebijakan Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*.
- Ashley, C., & Tuten, T. (2015). Creative strategies in social media marketing: An exploratory study of branded social content. *Journal of Marketing Communications*
- Fatimah, & Nasir. (2025). Utilization of short-form videos (TikTok, Reels, Shorts) to increase brand engagement and visibility. *Journal of Digital Marketing and Search Engine Optimization*, 2(1).
- Sandelowski, M. (2000). Whatever happened to qualitative description? *Research in Nursing & Health*, 23(4), 334–340.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2018). *Generasi Z: Memahami karakter generasi baru yang akan mengubah dunia kerja*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Adila, F. A. C., & Pranata, R. T. H. (2025). *Pengelolaan Instagram sebagai media branding Badan Kesatuan Bangsa dan Politik DKI Jakarta*. *Jurnal Network Media*, 8(2), 609–617.
- Mayer, R. E. (2014). Cognitive theory of multimedia learning. In R. E. Mayer (Ed.), *The Cambridge handbook of multimedia learning* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- Nafi'ah, M. Z., & Pranata, R. T. H. (2026). Strategi kreatif dalam proses produksi program Check-In di Rajawali Televisi. *Jurnal Network Media*, 9(1), 194–200.