



Membangun Konten Singkat yang Informatif: Proses Kreatif “Kamu Tahu Tidak” di YouTube Shorts Ekorantt

INFO PENULIS

Lodowik Nikodemus Kedoh
Universitas Nusa Nipa
jekjoy08@gmail.com
081237966511

Ayu Ajriati
Universitas Nusa Nipa
azriatiayu@gmail.com
082144926390

Viktor Arietyan Sedu
Universitas Nusa Nipa
Viktorsedu@gmail.com
082117080112

INFO ARTIKEL

ISSN: 2808-1307
Vol. 5, No. 3, Desember 2025
<https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh>

© 2025 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penulisan Referensi:

Kedoh, L. N., Ajriati, A., & Sedu, V. A. (2025). Membangun Konten Singkat yang Informatif: Proses Kreatif “Kamu Tahu Tidak” di YouTube Shorts Ekorantt. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5 (3), 5362-5369.

Abstrak

Perkembangan platform digital, khususnya YouTube Shorts, mendorong media lokal untuk menghadirkan konten video singkat yang edukatif dan informatif. Namun, dominasi konten hiburan ringan yang menekankan viralitas kerap menurunkan kualitas literasi digital masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses kreatif dan tahapan produksi konten “Kamu Tahu Tidak” di YouTube Shorts Ekorantt sebagai upaya menghadirkan konten edukatif yang menarik. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan desain studi kasus, melalui observasi, wawancara mendalam dengan tim produksi, dan dokumentasi arsip video serta naskah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan konten ini sangat bergantung pada perencanaan yang matang pada tahap pra produksi, pelaksanaan produksi yang sesuai naskah, serta proses pasca produksi yang menekankan penyuntingan, penambahan elemen visual-audio, dan evaluasi kualitas. Kendala teknis maupun nonteknis dapat diatasi melalui koordinasi tim, komunikasi, dan penggunaan peralatan cadangan. Proses kreatif yang terstruktur memungkinkan penyampaian informasi yang ringkas, akurat, dan komunikatif, sehingga konten tetap informatif, edukatif, serta konsisten dengan identitas visual Ekorantt. Penelitian ini memberikan pemahaman mengenai strategi produksi konten digital lokal yang efektif dalam format video berdurasi pendek dan menjadi referensi bagi pengembangan konten edukatif di media digital.

Kata kunci: YouTube Shorts, konten edukatif, proses kreatif, produksi video, Ekorantt.

Abstract

The development of digital platforms, particularly YouTube Shorts, encourages local media to produce short videos that are both educational and informative. However, the dominance of light entertainment content that prioritizes virality often lowers the quality of digital literacy among the public. This study aims to analyze the creative process and production stages of the “Kamu Tahu Tidak” content on YouTube Shorts by Ekorantt as an effort to deliver engaging educational content. This research employs a qualitative case study design, using observation, in-depth interviews with the production team, and documentation of video archives and scripts. The findings indicate that the success of the content relies heavily on meticulous pre-production planning, adherence to the script during production, and post-production processes that emphasize editing, addition of audio-visual elements, and quality evaluation. Technical and non-technical challenges are addressed through team coordination, effective communication, and backup equipment. A structured creative process enables the delivery of concise, accurate, and communicative information, ensuring that the content remains informative, educational, and consistent with Ekorantt’s visual identity. This study provides insights into effective strategies for producing local digital content in short-form video format and serves as a reference for developing educational digital media content.

Keywords: YouTube Shorts, educational content, creative process, video production, Ekorantt.

A. Pendahuluan

Di tengah masifnya produksi konten video pendek, muncul permasalahan utama berupa dominasi konten hiburan ringan yang cenderung mengutamakan viralitas dibandingkan nilai informasi. Banyak konten YouTube Shorts disajikan tanpa perencanaan kreatif yang matang, minim riset, serta kurang memperhatikan akurasi dan struktur pesan. Kondisi ini berpotensi menurunkan kualitas literasi digital masyarakat, karena audiens lebih sering terpapar informasi dangkal atau bahkan menyesatkan.

Ekora NTT merupakan media daring lokal yang berfokus pada penyajian informasi dan pemberitaan yang relevan serta bersifat kritis bagi masyarakat Nusa Tenggara Timur. Media ini berperan sebagai wadah distribusi gagasan, isu, dan peristiwa lintas sektor, meliputi bidang ekonomi, politik, hukum, pendidikan, hingga kebudayaan. Melalui beragam liputan dan informasi yang disajikan secara mendalam, Ekora NTT berupaya membangun wacana yang kritis dan solutif sebagai kerangka berpikir baru bagi pembaca maupun para pengambil kebijakan publik. Dalam menjalankan fungsinya sebagai media, proses publikasi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari upaya penyampaian informasi kepada khalayak. Pada awal berdirinya, Ekora NTT mengandalkan surat kabar sebagai media utama publikasi berita. Namun, seiring berkembangnya jurnalisme digital, Ekora NTT beradaptasi dengan menghadirkan portal berita online sebagai produk utama, guna menjangkau audiens yang lebih luas serta menyesuaikan diri dengan perubahan pola konsumsi informasi masyarakat yang semakin dinamis di era digital (Demetrio et al., 2024).

Program “Kamu Tahu Tidak” yang diproduksi oleh Ekorantt hadir sebagai upaya menghadirkan konten singkat yang mengedepankan unsur edukatif dan informatif dalam format YouTube Shorts. Konten ini memadukan fakta-fakta ringan dengan gaya penyampaian yang sederhana dan visual yang dinamis. Meskipun berdurasi singkat, konten “Kamu Tahu Tidak” berupaya tetap mempertahankan kejelasan pesan, akurasi informasi, serta daya tarik visual, sehingga menarik untuk dikaji dari perspektif proses kreatif dan produksi konten digital.

Konten “Kamu Tahu Tidak” merupakan salah satu bentuk inovasi digital yang dikembangkan oleh tim redaksi Ekorantt melalui penerapan proses kreatif yang terstruktur dalam penyampaian informasi. Konten ini disajikan dalam format video vertikal berdurasi sekitar 59 detik dengan fokus pada penyampaian informasi edukatif dan faktual yang dikemas secara ringan, kreatif, dan komunikatif. Program ini pertama kali dipublikasikan pada Oktober 2025 melalui fitur YouTube Shorts di kanal resmi Ekorantt sebagai upaya menyesuaikan pola distribusi informasi dengan kebiasaan konsumsi media audiens digital. Proses kreatif konten “Kamu Tahu Tidak” diawali dengan tahap pencarian dan pemilihan ide yang bersumber dari isu-isu ringan, fakta menarik, serta informasi aktual yang relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens. Pada tahap ini, tim kreator melakukan penyederhanaan materi agar informasi yang kompleks dapat disampaikan secara singkat tanpa kehilangan makna. Ide yang telah dipilih kemudian dikembangkan ke dalam

konsep visual dan naskah singkat yang disesuaikan dengan karakteristik format YouTube Shorts (Kedoh, et al., 2025).

YouTube telah berkembang menjadi platform berbagi video terbesar secara global yang membawa perubahan signifikan dalam pola konsumsi informasi dan hiburan masyarakat. Platform ini tidak lagi sekadar menjadi ruang untuk menikmati konten hiburan ringan, seperti video hewan atau musik populer, melainkan telah berperan sebagai kekuatan penting yang turut memengaruhi pembentukan opini publik di ruang digital (Hastomo & Muksin, 2025).

YouTube kini menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern seiring dengan perkembangan fitur dan teknologi yang ditawarkannya, sehingga diminati oleh berbagai lapisan pengguna. Platform ini memungkinkan pengguna untuk mengakses, menonton, serta mengunggah video dengan mudah, sekaligus memanfaatkan fitur pendukung seperti berlangganan kanal, mengunduh konten, dan melakukan siaran langsung. Keberagaman fitur tersebut menjadikan YouTube sebagai medium komunikasi yang efektif untuk kepentingan hiburan, informasi, edukasi, dan promosi, serta membuka ruang interaksi sosial yang membentuk dinamika komunikasi digital. Dalam konteks media massa, YouTube juga berperan sebagai kanal strategis bagi media lokal untuk memperluas jangkauan distribusi konten visual secara lebih efektif dibandingkan media berbasis teks atau platform tradisional, khususnya dalam menampilkan liputan berita, budaya, dan konten khas daerah. Kondisi ini mendorong media berita di Indonesia, baik nasional maupun lokal, semakin intensif memproduksi dan mendistribusikan konten video editorial maupun komersial melalui YouTube guna memenuhi kebutuhan audiens akan informasi visual sekaligus mengikuti tren digital dalam industri media (Kedoh, et al., 2025).

Kreativitas merupakan hasil dari proses mental yang terjadi dalam diri individu. Konten yang bersifat unik dan menarik umumnya lahir dari gagasan-gagasan yang dihasilkan melalui pemikiran kreatif. Proses kreatif menjadi tahapan yang sangat penting dalam kegiatan produksi konten, terutama ketika produksi dilakukan oleh tim dengan jumlah anggota yang terbatas. Keterbatasan sumber daya manusia sering kali menjadi tantangan dalam menghasilkan konten edukatif yang menarik, relevan, dan tidak membosankan bagi masyarakat. Dalam konteks tersebut, kreativitas berperan sebagai faktor utama dalam menyampaikan informasi edukatif secara efektif kepada publik. Proses kreatif ini diwujudkan melalui tahapan-tahapan terstruktur yang melibatkan pemikiran strategis, kolaborasi tim, serta pemahaman terhadap kebutuhan informasi audiens (Maulania & Suwanda, 2025).

Konten kreatif merupakan bentuk penyajian informasi yang dapat berupa hiburan, berita, maupun jenis informasi lainnya yang disampaikan secara orisinal melalui media baru (new media). Konten kreatif berisi gagasan atau materi yang dihasilkan melalui berbagai pendekatan, baik yang benar-benar baru maupun pengemasan ulang dari hal yang telah ada agar selaras dengan perkembangan zaman. Proses penciptaan konten kreatif melibatkan serangkaian tahapan yang direncanakan secara sistematis untuk menghasilkan materi visual atau audiovisual yang menarik sekaligus informatif. Dalam konteks pemasaran digital, konten kreatif memiliki peran strategis karena menjadi elemen utama dalam menarik perhatian audiens serta membangun keterlibatan dengan khalayak (Anjaly & Ramdani, 2025).

Tahap awal dalam proses kreatif diawali dengan kegiatan brainstorming internal, yaitu proses pengumpulan dan pembahasan ide secara kolektif dalam tim. Melalui diskusi dan kolaborasi tersebut, gagasan-gagasan awal dikembangkan menjadi konsep yang lebih matang, aplikatif, dan relevan untuk diproduksi. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa kolaborasi dan komunikasi tim yang efektif memiliki peran penting dalam proses pembuatan video. Setelah ide utama ditetapkan, tahapan berikutnya adalah penyusunan naskah atau skrip konten. Naskah disusun secara terperinci agar proses produksi dapat berjalan lebih efisien serta meminimalkan revisi, sehingga ritme kerja tim yang terbatas tetap terjaga dan penggunaan waktu maupun sumber daya dapat dioptimalkan. Naskah yang telah dimatangkan kemudian dibahas kembali dalam forum rapat tim melalui proses peninjauan konten (content review) secara menyeluruh. Pada tahap ini, setiap elemen konten dievaluasi untuk memastikan kelayakan produksi dan publikasi. Setelah melewati proses kurasi internal, konten diajukan kepada pihak penanggung jawab atau pimpinan terkait untuk memperoleh persetujuan akhir. Mekanisme ini mencerminkan adanya sistem kontrol kualitas yang ketat guna memastikan bahwa konten edukatif yang diproduksi tidak hanya akurat dan informatif, tetapi juga selaras dengan standar komunikasi organisasi serta ketentuan yang berlaku (Maulania & Suwanda, 2025).

Proses produksi umumnya terbagi ke dalam tiga tahapan utama, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Tahap pra produksi merupakan fase persiapan yang menekankan pada perencanaan secara menyeluruh untuk menunjang kelancaran proses produksi. Pada tahap

ini dilakukan pengumpulan dan pengembangan ide atau gagasan yang disesuaikan dengan sasaran audiens, kemudian dilanjutkan dengan penyusunan naskah yang mencakup identifikasi program, penyusunan rundown, penentuan urutan pengambilan gambar, serta perencanaan alur penyuntingan yang akan menjadi pedoman bagi editor. Selain itu, pra produksi juga melibatkan pelaksanaan rapat internal untuk membahas kebutuhan kerja dan pembagian tugas tim, serta menjalin kerja sama dengan pihak eksternal yang mendukung proses produksi. Tahap produksi merupakan tahap pelaksanaan yang merealisasikan seluruh rencana yang telah disusun pada tahap pra produksi. Kegiatan pada tahap ini mencakup pengumpulan materi di lapangan, proses produksi audiovisual di lokasi, serta pengolahan materi berita menggunakan berbagai sarana pendukung. Selanjutnya, tahap pasca produksi difokuskan pada evaluasi dan penyempurnaan hasil produksi melalui proses penyuntingan, baik secara daring maupun luring, serta penggabungan elemen audio dan visual (mixing). Tahap akhir ini bertujuan untuk memastikan kualitas konten sebelum dinyatakan siap untuk dipublikasikan atau disiarkan (Sapinatunajah et al., 2022).

Dalam praktiknya, penyajian informasi dalam durasi singkat menghadirkan tantangan tersendiri bagi kreator konten. Keterbatasan waktu menuntut adanya kemampuan untuk menyaring informasi, menyederhanakan pesan, dan mengemasnya secara visual agar tetap mudah dipahami. Jika tidak dikelola dengan proses kreatif yang terstruktur, konten video singkat berpotensi kehilangan substansi informasi atau justru menimbulkan ambiguitas pesan bagi audiens. Fenomena tersebut juga terlihat pada sebagian besar konten YouTube Shorts yang cenderung menitikberatkan aspek hiburan dan viralitas dibandingkan kualitas informasi. Akibatnya, konten edukatif sering kali kurang mendapat perhatian, atau disajikan tanpa perencanaan produksi yang matang. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi YouTube Shorts sebagai media informasi dan praktik produksi konten yang berlangsung di lapangan.

Berangkat dari fenomena tersebut, penelitian ini mengangkat permasalahan mengenai bagaimana proses kreatif dibangun dalam produksi konten video singkat agar tetap informatif. Program “Kamu Tahu Tidak” di YouTube Shorts Ekorantt dipilih sebagai objek kajian karena secara konsisten menghadirkan konten informatif dengan format short-form video. Permasalahan utama yang dikaji adalah tahapan kreatif yang diterapkan dalam perencanaan, produksi, hingga publikasi konten tersebut. Fokus penelitian ini diarahkan pada analisis proses kreatif dan tahapan produksi konten “Kamu Tahu Tidak”, meliputi penggalian ide, pemilihan materi informasi, pengemasan pesan visual, serta strategi penyampaian narasi yang disesuaikan dengan karakteristik YouTube Shorts.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatan induktif yang berangkat dari praktik nyata produksi konten digital lokal untuk membangun pemahaman teoretis mengenai kreativitas dalam short-form video. Selain itu, penelitian ini memperkaya kajian komunikasi digital dengan menghadirkan studi kasus konten edukatif YouTube Shorts yang masih terbatas dalam penelitian sebelumnya. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pengembangan produksi konten informatif di media digital, khususnya dalam format video berdurasi pendek.

B. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mengkaji secara mendalam proses kreatif dan produksi konten video singkat “Kamu Tahu Tidak” di YouTube Shorts Ekorantt. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman fenomena secara kontekstual dan mendalam, dengan menerapkan alur berpikir induktif yang berangkat dari praktik nyata produksi konten digital. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap tahapan produksi, wawancara mendalam dengan tim yang terlibat dalam pembuatan konten, serta dokumentasi berupa arsip video, naskah, dan materi pendukung lainnya. Instrumen utama penelitian adalah peneliti sendiri, yang didukung oleh pedoman observasi, pedoman wawancara, dan lembar dokumentasi.

Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh diseleksi dan difokuskan sesuai dengan tujuan penelitian, kemudian disajikan dalam bentuk deskriptif untuk menggambarkan proses kreatif dan tahapan produksi konten secara sistematis. Penarikan kesimpulan dilakukan secara induktif berdasarkan temuan empiris di lapangan guna memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai praktik kreativitas dalam produksi konten edukatif berbasis YouTube Shorts.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Pra Produksi

Pra produksi merupakan tahap yang sangat krusial dalam pembuatan sebuah program, karena pada fase ini dilakukan berbagai persiapan awal, seperti perumusan ide dan gagasan, pelaksanaan riset, serta penyiapan aspek pendukung lainnya. Seluruh kegiatan pada tahap pra produksi berperan penting dalam menentukan kelancaran dan keberhasilan program yang akan dijalankan (Poernomo et al., 2023).

Tahapan pra produksi dalam Konten “Kamu Tahu Tidak” terdiri dari:

a. Penentuan Konsep Konten

Dalam fase pra-produksi, konsep video konten “Kamu Tau Tidak” di YouTube Short Ekorantt ditentukan sebagai konten informatif singkat yang menyajikan fakta, wawasan umum, dan informasi menarik mengenai isu lokal secara ringkas dan mudah dipahami. Konten ini dibuat untuk memikat perhatian audiens dengan cepat melalui penyampaian yang langsung mengenai inti informasi. Gaya penyajiannya dirancang dengan santai dan komunikatif, serta penggunaan bahasa yang mudah agar pesan dapat dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat. Konsep ini bertujuan untuk memperbaiki daya tarik konten serta efisiensi penyampaian informasi melalui platform YouTube Short.

b. Identifikasi Target Audiens

Audiens yang dituju oleh video konten “Kamu Tau Tidak” di YouTube Short Ekorantt adalah masyarakat umum, terutama pengguna media sosial berusia remaja hingga dewasa muda yang aktif menggunakan platform YouTube Ekorantt. Audiens diperlihatkan kepada penonton yang tertarik pada informasi singkat, fakta menarik, serta isu-isu lokal yang disajikan dengan cepat dan mudah dimengerti.

c. Perencanaan Format dan Gaya Penyajian

Konten “Kamu Tau Tidak” disajikan dalam format YouTube Short yang singkat dengan tampilan vertikal. Penyampaian informasi dilakukan secara langsung, informal, dan komunikatif dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti. Visual berfokus pada penyajian sudut pengambilan gambar dari tingkat mata untuk menghasilkan kesan alami dan kedekatan dengan penonton.

d. Penyusunan Naskah atau Outline

Naskah pada konten tersebut disusun untuk memandu penyampaian informasi secara singkat dan jelas, alurnya mencakup pembukaan menarik, fakta atau informasi utama, contoh atau penjelasan tambahan, dan penutup yang mengajak audiens berinteraksi. Bahasa yang digunakan sederhana dan komunikatif, serta disesuaikan dengan durasi YouTube Short.

e. Perencanaan Teknis Produksi

Perencanaan teknis produksi dilakukan untuk memastikan kualitas video sesuai konsep. Pada konten “Kamu Tau Tidak”, hal-hal teknis yang direncanakan meliputi: Kamera: Menggunakan kamera HP dengan sudut eye level untuk menciptakan kesan natural dan dekat dengan audiens. Audio: Mikrofon dipersiapkan agar suara penyaji jelas dan terdengar nyaman. Format video: Vertikal sesuai standar YouTube Short, durasi maksimal 60 detik. Properti dan latar: Minimalis agar fokus tetap pada penyaji dan informasi yang disampaikan.

Perencanaan ini membantu kelancaran produksi dan memastikan konten tersampaikan secara efektif sesuai tujuan.

f. Penentuan Lokasi Dan Set

Lokasi perekaman dipilih berdasarkan kenyamanan, kestabilan, dan kelengkapan fasilitas pendukung. Properti minimal digunakan agar visual tetap bersih. Pemilihan lokasi dan set ini bertujuan mendukung kualitas visual dan penyampaian informasi secara efektif.

g. Pembagian Tim Peran Produksi

Dalam produksi konten, setiap anggota tim memiliki tugas spesifik untuk memastikan proses berjalan lancar. Pada konten “Kamu Tau Tidak”, pembagian peran meliputi: Host/Penyaji: Menyampaikan informasi secara jelas dan komunikatif. Kameramen: Mengatur sudut kamera eye level, framing, dan fokus visual. Operator Audio: Memastikan suara penyaji terdengar jelas dan bebas gangguan. Editor: Menyunting video sesuai durasi YouTube Short dan menjaga alur konten tetap padat. Pembagian

peran ini membantu koordinasi tim agar setiap proses produksi berjalan efisien dan hasil konten sesuai konsep.

h. Penjadwalan Produksi

Penjadwalan produksi dilakukan untuk memastikan proses perekaman berjalan efektif dan efisien. Pada konten “Kamu Tau Tidak”, jadwal mencakup: Persiapan peralatan dan set: Memastikan kamera HP, audio, dan properti siap sebelum perekaman. Perekaman: Menentukan waktu pengambilan gambar sesuai ketersediaan penyaji dan kru. Pemeriksaan ulang: Meninjau hasil rekaman sebelum proses editing. Editing dan finalisasi: Menyunting video sesuai durasi YouTube Short dan memastikan kualitas audio-visual optimal. Penjadwalan ini bertujuan agar setiap tahap produksi terkoordinasi dengan baik, mengurangi hambatan, dan menghasilkan konten sesuai konsep yang telah ditentukan.

i. Persiapan Peralatan

Persiapan peralatan dilakukan sebelum perekaman untuk memastikan semua perangkat siap digunakan. Pada konten “Kamu Tau Tidak”, peralatan yang dipersiapkan meliputi: Kamera HP : Diperiksa kualitas gambar dan posisi untuk sudut eye level. Mikrofon / audio: Memastikan suara penyaji terdengar jelas dan bebas gangguan. Persiapan peralatan ini bertujuan agar proses perekaman berjalan efisien dan kualitas video sesuai konsep yang telah ditentukan.

j. Antisipasi Kendala Produksi

Antisipasi kendala dilakukan untuk mengurangi risiko gangguan selama proses produksi. Pada konten “Kau Tau Tidak”, hal-hal yang diantisipasi meliputi: Gangguan teknis: Persiapan peralatan cadangan seperti mikrofon tambahan. Keterlambatan penyaji atau kru: Menetapkan jadwal cadangan dan komunikasi yang jelas. Gangguan suara/lingkungan: Memilih lokasi yang minim kebisingan dan menyiapkan alat peredam suara jika diperlukan. Langkah antisipasi ini bertujuan agar produksi tetap berjalan lancar, efisien, dan hasil konten sesuai konsep yang telah direncanakan.

2. Produksi

Tahap produksi merupakan pelaksanaan dari rencana kerja yang telah disusun pada tahap pra produksi. Pada fase ini, reporter melakukan peliputan di lapangan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang relevan untuk menggali informasi. Proses tersebut didukung oleh peran sekretaris redaksi yang memastikan kesiapan dan kelancaran kebutuhan logistik. Selanjutnya, seluruh materi yang telah diperoleh diserahkan kepada tim editor untuk diolah dan disunting hingga menjadi sebuah konten berita yang siap dan layak untuk dipublikasikan (Maulania & Suwanda, 2025). Tahap produksi pada konten “Kamu Tahu Tidak” merupakan proses pelaksanaan dari seluruh perencanaan yang telah disusun pada tahap pra produksi. Pada tahap ini, jurnalis melakukan pengumpulan data melalui peliputan langsung di lapangan maupun penelusuran sumber-sumber informasi kredibel yang relevan dengan topik yang diangkat. Informasi yang diperoleh kemudian disusun ke dalam bentuk naskah singkat yang padat dan mudah dipahami, menyesuaikan dengan karakteristik YouTube Shorts yang berdurasi singkat.

Selama proses produksi, tim redaksi juga memastikan bahwa seluruh peralatan pendukung seperti kamera, mikrofon, serta perangkat editing berada dalam kondisi optimal agar menghasilkan kualitas audio-visual yang baik. Selanjutnya, dilakukan perekaman gambar, voice over, dan elemen pendukung lainnya sesuai dengan naskah yang telah disusun. Semua materi yang terkumpul kemudian diserahkan kepada editor untuk diolah lebih lanjut pada tahap pasca produksi hingga siap dipublikasikan sebagai konten “Kamu Tahu Tidak”.

3. Pasca Produksi

Pasca produksi merupakan tahap akhir yang berfungsi sebagai proses penyelesaian dan penyempurnaan dari seluruh rangkaian pra produksi dan produksi. Pada tahap ini dilakukan berbagai kegiatan, seperti penyuntingan video dan audio, pengisian narasi, penambahan efek khusus, serta evaluasi terhadap hasil akhir produksi untuk memastikan kualitas konten sebelum dipublikasikan (Maulania & Suwanda, 2025). Pasca produksi pada konten “Kamu Tahu Tidak” merupakan tahap penyempurnaan materi video yang telah direkam sebelumnya. Pada tahap ini, editor melakukan proses penyuntingan video dan

audio untuk memastikan kesesuaian antara naskah, visual, dan alur informasi yang ingin disampaikan. Proses penyuntingan dilakukan dengan prinsip kesederhanaan visual, namun tetap mengutamakan kejelasan pesan, mengingat durasi video yang singkat dalam format YouTube Shorts.

Selain pengolahan visual, pada tahap pasca produksi juga dilakukan penambahan elemen pendukung seperti *Voice Over*, *subtitle*, transisi, grafis informatif yang membantu memperjelas pesan. Seluruh komponen tersebut diselaraskan agar ritme tayangan tetap dinamis dan mudah dipahami oleh audiens. Tahap akhir dari pasca produksi adalah proses evaluasi internal Bersama pimpinan redaksi Irenius J. A. Sagur untuk memastikan akurasi informasi, kelayakan tayang berupa penyesuaian *Voice Over* dan *Subtitel*, serta konsistensi dengan identitas visual Ekorantt sebelum akhirnya dipublikasikan di platform YouTube Shorts.

4. Kendala dan Solusi

Dalam pelaksanaan proses produksi, berbagai kendala kerap muncul dan berpotensi mengganggu kelancaran kegiatan produksi. Kendala tersebut dapat terjadi pada setiap tahapan, termasuk pada tahap pra produksi, misalnya ketika materi atau cerita yang akan diangkat memiliki muatan emosional atau pengalaman traumatis bagi narasumber, sehingga membutuhkan waktu lebih lama dalam pendalaman peran dan penggalian informasi. Selain itu, kendala juga dapat muncul pada aspek peralatan produksi yang menyebabkan proses pengambilan gambar harus diulang. Dalam proses produksi konten “Kamu Tahu Tidak”, berbagai kendala turut memengaruhi kelancaran alur kerja, baik pada tahap pra produksi, produksi, maupun pasca produksi. Kendala tersebut secara umum dapat dikategorikan menjadi kendala teknis dan nonteknis.

Kendala teknis biasanya berkaitan dengan keterbatasan sarana dan prasarana produksi. Misalnya, gangguan pada perangkat perekaman seperti kamera atau mikrofon yang tidak berfungsi optimal, kualitas audio yang kurang jelas akibat kondisi lingkungan, serta gangguan jaringan internet yang memengaruhi proses unggah konten ke platform YouTube Shorts. Selain itu, kendala teknis juga dapat terjadi pada tahap penyuntingan, seperti keterbatasan perangkat lunak atau perangkat keras yang berdampak pada efisiensi proses editing. Untuk mengatasi hal tersebut, tim produksi melakukan pengecekan rutin terhadap peralatan sebelum digunakan, menyiapkan perlengkapan cadangan, serta mengoptimalkan penggunaan perangkat editing yang tersedia agar proses produksi tetap berjalan efektif.

Sementara itu, kendala nonteknis lebih banyak berkaitan dengan faktor manusia dan situasi lapangan. Contohnya, tema yang diangkat terkadang menyangkut pengalaman personal atau peristiwa sensitif sehingga memerlukan pendekatan komunikasi yang hati-hati terhadap narasumber. Selain itu, dinamika jadwal kerja redaksi yang padat juga berpotensi memengaruhi kelancaran koordinasi antaranggota tim. Untuk meminimalkan kendala tersebut, tim redaksi melakukan perencanaan yang matang, membangun komunikasi yang terbuka, serta menerapkan pembagian tugas yang jelas agar setiap tahapan produksi tetap berjalan sesuai jadwal. Melalui pengelolaan kendala secara sistematis, proses produksi konten “Kamu Tahu Tidak” dapat tetap berlangsung dengan baik tanpa mengurangi kualitas penyajian informasi yang akurat, ringkas, dan mudah dipahami oleh audiens.

5. Proses Kreatif

Proses kreatif dalam produksi konten “Kamu Tahu Tidak” diawali dengan penentuan tema yang relevan dengan fenomena sosial, budaya, maupun peristiwa aktual di wilayah Nusa Tenggara Timur. Tema yang telah dipilih kemudian dipadatkan menjadi naskah singkat yang informatif, sehingga mampu disampaikan secara efektif dalam durasi video yang terbatas. Pada tahap ini, tim redaksi tidak hanya mempertimbangkan aspek informatif, tetapi juga nilai edukatif serta potensi menarik perhatian audiens digital. Selanjutnya, proses kreatif berfokus pada pengolahan konsep visual. Editor merancang tampilan video dengan memadukan footage, teks, ilustrasi, serta elemen grafis yang sederhana namun komunikatif. Teks informatif ditampilkan sebagai penopang narasi suara, sehingga audiens dapat menangkap pesan meskipun menonton tanpa audio. Selain itu, ritme penyuntingan dibuat ringkas dan dinamis untuk menyesuaikan kebiasaan konsumsi konten pendek di media sosial.

Secara keseluruhan, proses kreatif “Kamu Tahu Tidak” menekankan pada efisiensi pesan, kejelasan informasi, serta konsistensi identitas media. Dengan pendekatan tersebut, konten ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi bagian dari strategi branding digital Ekorantt melalui penyajian konten singkat yang tetap kredibel dan menarik bagi audiens.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai tahap pra produksi, produksi, pasca produksi, kendala dan solusi, serta proses kreatif konten “Kamu Tahu Tidak”, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan pembuatan konten ini sangat bergantung pada perencanaan dan koordinasi yang matang. Tahap pra produksi menekankan pentingnya penentuan konsep, identifikasi audiens, penyusunan naskah, perencanaan teknis, penjadwalan, dan antisipasi kendala untuk memastikan kelancaran proses produksi. Pada tahap produksi, pengumpulan data dan rekaman dilakukan sesuai naskah, didukung kualitas peralatan yang optimal agar pesan tersampaikan dengan jelas. Tahap pasca produksi menitikberatkan pada penyuntingan visual dan audio, penambahan elemen pendukung, serta evaluasi akhir untuk menjaga kualitas konten sesuai durasi YouTube Shorts. Kendala teknis maupun nonteknis yang muncul selama proses produksi dapat diatasi melalui perencanaan, komunikasi, dan penggunaan perlengkapan cadangan. Seluruh rangkaian proses kreatif memastikan konten tetap informatif, edukatif, menarik, dan konsisten dengan identitas visual Ekorantt, sehingga mampu menjangkau audiens secara efektif dan membangun pengalaman menonton yang nyaman serta mudah dipahami.

E. Referensi

- Anjaly, H. S., & Ramdani, G. (2025). Proses Pembuatan Konten Kreatif Visual untuk Pemasaran Digital pada Sosial Media Instagram @BOSSFOOD.OFFICIAL. *Jurnal Komputer, Informasi Dan Teknologi*, 5(1), 13.
- Demetrio, Y. A., Kedoh, L. N., & Bastian, M. D. (2024). Produksi Video Berita pada Media Sosial Tiktok EKORA NTT. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 2319–2328. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v4i3.912>
- Hastomo, R., & Muksin, N. N. (2025). Analisis Pesan Komunikasi Dalam Produksi Program YouTube Channel Pecah Telur. *Jurnal Sosial Teknologi*, 5(5 SE-Articles), 1241–1250.
- Kedoh, L. N., Febrianti, & Sedu, V. A. (2025). Penggunaan Elemen Visual dalam Membangun Identitas Brand pada Konten “Kamu Tahu Tidak” di Youtube Shorts Ekorantt. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(3 SE-Artikel), 5260–5267.
- Kedoh, L. N., Sedu, V. A., & Hekin, P. L. (2025). Visual Storytelling dalam Komposisi Kamera pada Video Liputan Khusus YouTube Tribun Flores. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(3), 5320–5335.
- Maulania, M. I., & Suwanda, B. S. (2025). Proses Kreatif Dan Produksi Konten Video Di Akun Instagram @Cxc.Customerprotection. In *Journal of Sciencetech Research and Development* (Vol. 7, Issue 1, pp. 637–647).
- Poernomo, C. A., Wibowo, J. H., & Jupriono. (2023). Analisis Proses Produksi Konten Kreatif Pada Kanal Youtube Kembara Sunyi. *Semakom: Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi*, 1(01), 161–167.
- Sapinatunajah, P., Hermansyah, T., & Nasichah, N. (2022). Produksi Media Dan Dampaknya Pada Perubahan Sosial Dan Politik Di Masyarakat Studi Deskriptif Tayangan CNN Indonesia Pada Pemberitaan K-Pop Diantara Strategi Diplomasi Forum Dunia. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 2(1), 206–211.