

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dan analisis penelitian ini akan disajikan dalam beberapa bagian pembahasan. Bagian pertama pada penelitian akan menyajikan gambaran umum mengenai subjek penelitian, yaitu tiga informan yang memiliki tanggung jawab pada Youtube Kompas.com. Bagian berikutnya akan membahas mengenai strategi pengemasan berita video pendek pada Youtube Shorts Kompas.com yang mencakup sub bab yang akan membahas cara penerapan dalam mengemas berita video pendek yang dilakukan oleh Kompas.com pada Youtube Shorts. Selanjutnya akan membahas apakah strategi yang digunakan oleh Kompas.com pada berita video pendek sama seperti media lainnya atau memiliki strategi khusus dalam mengemas sebuah berita pada video pendek.

#### **4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian**

Subjek penelitian ini akan melibatkan staf dari Youtube Kompas.com yang memiliki keberagaman posisi dan tanggung jawab pada pekerjaan yang dilakukan. Staf yang akan menjadi informan atau subjek penelitian ini terdiri atas wakil redaktur pelaksana tim video, *lead news*, *news producer*, dan wakil redaktur pelaksana tim media sosial. Peneliti memilih keempat informan ini agar mampu untuk memperoleh keberagaman sudut pandang mengenai pengalaman dan persepsi informan terkait dengan strategi pengemasan berita video pendek pada Youtube Shorts Kompas.com. Pemilihan informan dengan adanya keberagaman tanggung jawab memiliki tujuan untuk memahami bagaimana strategi pengemasan berita video pendek yang dilakukan oleh Kompas.com pada Youtube Shorts dari berbagai perspektif. Jumlah informan pada penelitian ini terdapat yaitu empat orang:

- a. Informan 1: Informan pertama dalam penelitian ini adalah Inggried Dwi Wedhaswary. Inggried merupakan Wakil Redaktur Pelaksana pada tim video Kompas.com. Saat ini, ia berusia 43 tahun dan telah menjabat sebagai Wakil Redaktur Pelaksana sejak Desember 2022. Tanggung jawab Inggried

mencakup pengorganisasian pekerjaan tim video, penyusunan daftar isu-isu yang sedang hangat dibicarakan setiap hari, penentuan isu yang layak dikembangkan menjadi topik pemberitaan, serta penetapan strategi untuk setiap konten yang akan diproduksi. Inggried juga memutuskan apakah suatu peristiwa akan diliput secara langsung (live) atau cukup dalam bentuk konten video biasa. Setelah perencanaan dilakukan oleh Inggried, pelaksanaannya dikerjakan oleh rekan-rekan yang berada pada posisi lead news di tim video. Inggried memimpin tim video yang terbagi di dua lokasi, yaitu Jakarta dan Solo. Komunikasi serta koordinasi kerja dilakukan melalui grup kerja internal tim video.

Menurut Inggried tim video di Solo terdiri dari 42 orang, sedangkan di Jakarta terdiri dari 10 orang. Struktur tim melibatkan 3 lead news video dan 9 produser. Tim harian (daily team) terbagi menjadi 9 tim, masing-masing dipimpin oleh 1 produser, dibantu oleh 2 content creator, dan 1 video editor. Inggried juga memaparkan jadwal produksi tim video yang berada di Solo, yang terbagi ke dalam dua shift, yakni pukul 5 pagi dan pukul 12 malam. Setiap tim di Solo memiliki target produksi sebanyak 11 video per hari. Tantangan yang dihadapi tim video yang dipimpin Inggried dalam memproduksi dan mendistribusikan konten di YouTube adalah memahami dan menyesuaikan diri dengan algoritma YouTube. Pemilihan isu-isu harus disesuaikan dengan preferensi algoritma tersebut. Tantangan lainnya adalah kebutuhan untuk mengadaptasi materi teks ke dalam format video. Setiap anggota tim perlu menyesuaikan diri dengan pola kerja media digital, khususnya dalam produksi konten berbasis video.

- b. Informan 2: Informan kedua dalam penelitian ini adalah Deta Putri. Deta merupakan Lead News di Kompas.com. Saat ini, ia berusia 33 tahun dan telah menjabat sebagai Lead News sejak tahun 2023. Tanggung jawab Deta sebagai Lead News terbagi menjadi dua, yaitu dalam bidang keredaksian dan manajemen tim. Dalam tugas keredaksian, Deta memantau proses produksi berita harian. Ia membantu produser dalam produksi program harian, menyalurkan proyeksi yang telah disusun, seperti isu-isu yang perlu dikerjakan pada hari itu, serta memantau hasil produksi yang telah

dikerjakan oleh produser. Jika dalam proses pemantauan ditemukan kekurangan, Lead News dapat memberikan koreksi kepada produser, baik berupa penyampaian kekurangan maupun informasi tambahan. Dalam bidang manajemen, tanggung jawab Deta meliputi penentuan formasi tim kerja, pengaturan alur kerja, serta penyusunan jadwal kerja masing-masing tim.

Deta menjelaskan alur kerja tim video dalam memproduksi satu konten. Lead News memberikan proyeksi kepada produser, atau produser juga dapat menyusun proyeksi sendiri. Selanjutnya, produser akan menyerahkan materi berita yang perlu dikerjakan kepada content creator untuk dibuatkan naskahnya. Content creator menyusun naskah sesuai arahan produser, baik untuk kebutuhan voice over maupun teks. Naskah yang disusun oleh content creator harus mencakup deskripsi, SEO, tagging, kalimat pada thumbnail, dan judul thumbnail. Setelah naskah selesai, produser akan memeriksanya kembali dan memberikan masukan. Jika sudah disetujui, content creator dapat melanjutkan ke tahap pembuatan konten. Konten yang belum diedit bisa dikerjakan oleh content creator atau video editor. Setelah melalui proses editing, video akan diperiksa kembali oleh produser. Jika sudah sesuai, video dapat diunggah.

- c. Informan 3: Informan ketiga dalam penelitian ini adalah Yusuf Reza. Reza merupakan News Producer di Kompas.com. Saat ini, ia berusia 32 tahun dan telah menjabat sebagai News Producer sejak tahun 2022. Reza mengibaratkan peran produser sebagai "pemimpin kecil" dalam sebuah tim. Produser bertanggung jawab melakukan perencanaan (plotting) terhadap setiap konten berita yang akan diproduksi. Selain itu, produser juga melakukan pengecekan terhadap naskah, visual, dan hasil akhir (preview) dari sebuah konten. Tanggung jawab lainnya mencakup pengaturan pola kerja tim, termasuk jika diperlukan pembuatan konten wawancara maka produser turut membantu mencari narasumber dan keperluan pendukung lainnya.

Reza menjelaskan tahapan yang dilakukan dalam produksi berita oleh tim yang ia pimpin, yaitu tim yang bertugas mengolah materi yang telah ada

menjadi format video. Tim ini mengumpulkan informasi dan sumber data berdasarkan materi yang diperoleh dari tim peliputan. Untuk memenuhi kebutuhan visual, tim menggunakan berbagai sumber yang valid. Setiap isu yang diterima akan diplotting oleh Reza sebagai produser dan diproyeksikan kepada tim. Topik yang diangkat tidak selalu berupa berita politik atau kriminal, tetapi juga bisa berupa informasi populer yang diminati oleh warganet. Ide atau topik untuk berita di Kompas.com dapat berasal dari Google Trends maupun dari pemantauan isu-isu yang sedang ramai dibicarakan. Dalam satu hari, tim video memiliki target produksi sebanyak 11 video. Namun, jumlah ini dapat berubah tergantung pada isu-isu yang berkembang pada hari tersebut.

- d. Informan 4: Informan keempat dalam penelitian ini adalah Nibras Nada Nailufar, yang biasa dipanggil Ajeng. Ajeng merupakan Wakil Redaktur Pelaksana Tim Media Sosial Kompas.com. Saat ini, ia berusia 31 tahun. Ia mulai menjabat sebagai Wakil Redaktur Pelaksana sejak Mei 2025, setelah sebelumnya menjabat sebagai Lead Produksi di tim media sosial Kompas.com. Ajeng bertanggung jawab dalam mengawasi proses produksi konten untuk media sosial Kompas.com serta memantau isu-isu yang dapat diangkat menjadi konten yang relevan untuk berbagai platform media sosial. Aktivitas produksi konten dilakukan oleh tim media sosial yang menyesuaikan konten dengan karakteristik masing-masing platform. Saat ini, tim produksi media sosial terdiri atas empat content creator yang dibagi ke dalam dua shift kerja, yaitu pukul 06.00–14.00 dan pukul 14.00–06.00. Setiap content creator diawasi oleh co-lead tim, yang saat ini berjumlah dua orang. Target produksi per content creator adalah 2 hingga 3 konten per hari. Tantangan yang dihadapi oleh tim media sosial antara lain adalah menentukan topik yang tepat untuk diangkat di masing-masing platform. Karena tim media sosial tidak melakukan peliputan langsung, maka terdapat kesulitan dalam mendapatkan visual yang sesuai dan menarik. Selain itu, terdapat perbedaan persepsi mengenai makna “menarik” antara tim peliputan dan tim media sosial, yang dapat memengaruhi proses kurasi konten. Tantangan lain adalah keterbatasan

yang dihadapi oleh tim, seperti lokasi tim yang berada di Solo sementara sebagian besar audiens berada di Jakarta, sehingga akses terhadap informasi kadang menjadi terbatas. Tim juga menghadapi keterbatasan dalam penggunaan audio, karena harus menggunakan audio yang bebas lisensi (license-free) untuk menghindari pelanggaran hak cipta.

Tabel 4. 1 Deskripsi Informan

Deskripsi	Inggrid Dwi Wedhaswary (Informan 1)	Deta Putri (Informan 2)	Yusuf Reza (Informan 3)	Nibras Nada Nailufar (Informan 4)
<b>Jabatan</b>	Wakil Redaktur Pelaksana tim video	Lead News	News Producer	Wakil Redaktur Pelaksana Tim Media Sosial
<b>Usia</b>	43 Tahun	33 Tahun	32 Tahun	31 Tahun
<b>Tugas dan Tanggung Jawab</b>	Bertanggung jawab untuk pengorganisasian pekerjaan tim video, penyusunan daftar isu-isu yang sedang hangat dibicarakan setiap hari, penentuan isu yang layak dikembangkan menjadi topik pemberitaan, serta penetapan strategi untuk setiap konten yang akan diproduksi	Bertanggung jawab memantau proses produksi berita harian, membantu produser dalam produksi program harian, menyalurkan proyeksi yang telah disusun, penentuan formasi tim kerja, pengaturan alur kerja, serta penyusunan jadwal kerja masing-masing tim.	Bertanggung jawab melakukan perencanaan (plotting) terhadap setiap konten berita yang akan diproduksi, melakukan pengecekan terhadap naskah, visual, dan hasil akhir (preview) dari sebuah konten, dan pengaturan pola kerja tim	Bertanggung Jawab dalam mengawasi proses produksi konten untuk media sosial Kompas.com serta memantau isu-isu yang dapat diangkat menjadi konten yang relevan untuk berbagai platform media sosial

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

#### Temuan Peneliti:

1. Dari keempat informan memiliki dua informan yang merupakan wakil redaktur pelaksana yang memiliki tanggung jawab untuk mengatur kebijakan dari strategi pengemasan berita.

2. Keempat informan penelitian memiliki tugas yang berbeda namun berkaitan pada proses pengemasan berita video pendek pada Youtube Shorts

Peneliti menemukan temuan bahwa terdapat kedua informan yang memiliki tanggung jawab dalam mengatur kebijakan pada strategi pengemasan berita. Hal ini dapat memberikan jawaban yang valid mengenai strategi pengemasan berita yang dimiliki oleh Kompas.com di Youtube Shorts dalam berita video pendek. Sehingga data yang diperoleh dari informan sesuai dengan cara kerja dilapangan dalam mengatur strategi pengemasan berita. Peneliti akan mendapatkan wawasan mengenai bagaimana konsep strategi pengemasan berita pada Youtube Shorts saat ini. Informan dapat menyampaikan kondisi awal dari pengemasan Youtube Shorts hingga kondisi saat ini.

Penemuan peneliti lainnya adalah tanggung jawab keempat informat yang berkaitan dengan pengemasan pada strategi di berita video pendek. Informan penelitian memiliki tanggung jawab yang berbeda namun terfokus pada produksi video pada berbagai platform media sosial salah satunya adalah Youtube. Penelitian ini memiliki informan yang bertanggung jawab pada kebijakan, pengawasan, dan produksi dari sebuah berita video pendek.

## **4.2 Hasil dan Pembahasan**

### **4.2.1 Pengemasan Berita Video Pendek**

Pada penelitian ini peneliti melakukan analisa secara sederhana terhadap 30 konten berita video pendek yang terdapat pada Youtube Shorts Kompas.com. Hal ini dilakukan oleh peneliti dengan tujuan mengetahui tema-tema yang terdapat pada berita video pendek. Periode waktu pengamatan pada pengemasan berita video pendek di Youtube Shorts Kompas.com dilakukan pada bulan Februari 2025. Pemilihan konten dilakukan dengan melihat konten yang memiliki engagement cukup tinggi pada Youtube Shorts Kompas.com di Februari 2025.

Tabel 4. 2 Pengamatan berita video pendek Youtube Shorts Kompas.com Februari 2025

No	Tema	Frekuensi	Persentase
1	Peristiwa Regional	9	30,00%
2	Konflik Perang	8	26,67%
3	Ekonomi	3	10,00%
4	Hukum	3	10,00%
5	Pemerintah	3	10,00%
6	Sosok	2	6,67%
7	Sains	1	3,33%
8	Seni	1	3,33%
Total		30	100%

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Tabel diatas menunjukkan Berdasarkan hasil analisis terhadap 30 konten berita video pendek pada Shorts Kompas.com periode Februari 2025 tema yang mendominasi adalah Peristiwa Regional. Tema ini muncul sebanyak 9 kali (30%). Dominasi ini menunjukkan bahwa isu-isu lokal memiliki daya tarik yang kuat di tengah lanskap media digital. Konten-konten dalam kategori ini mengangkat berbagai kejadian nyata yang terjadi di wilayah-wilayah tertentu di Indonesia, seperti insiden transportasi umum, eksekusi lahan, atau konflik sosial berskala kecil yang menyentuh aspek kehidupan sehari-hari masyarakat.

Disusul oleh tema Konflik Perang yang menempati posisi kedua dengan 8 video atau sebesar 26,67% dari total konten. Meskipun berjarak secara geografis isu-isu global seperti konflik Rusia-Ukraina dan pendudukan Israel di Palestina tetap menjadi perhatian publik Indonesia. Tema ini menunjukkan bahwa audiens lokal memiliki ketertarikan tinggi terhadap perkembangan geopolitik dunia, khususnya ketika isu-isu tersebut bersinggungan dengan nilai-nilai kemanusiaan atau menyentuh dimensi agama dan politik global.

Sementara itu tema-tema seperti Ekonomi, Hukum, dan Pemerintah tampil berimbang, masing-masing menyumbang 3 video atau 10% dari total konten. Meskipun tidak sebanyak dua tema sebelumnya, ketiganya tetap memberikan kontribusi penting dalam menyampaikan dinamika domestik. Tema Ekonomi berfokus pada distribusi subsidi, kebijakan harga, serta inisiatif strategis nasional; tema Hukum mengangkat konflik hukum, penyidikan, dan dinamika peradilan yang

melibatkan tokoh publik maupun warga negara; sementara tema Pemerintah menampilkan aktivitas simbolik para pejabat, pertemuan strategis, hingga komunikasi politik yang mencerminkan arah kebijakan dan upaya persatuan nasional.

Di luar tema-tema dominan tersebut, hadir pula tema Sosok sebanyak 2 video (6,67%), serta masing-masing 1 video untuk tema Sains (3,33%) dan Seni (3,33%). Meski kuantitasnya terbatas, ketiga tema ini memperkaya lanskap narasi media digital dengan pendekatan yang lebih humanis, edukatif, dan ekspresif. Tokoh-tokoh dalam tema Sosok biasanya hadir melalui kisah inspiratif, kontroversial, atau representasi dari nilai-nilai sosial tertentu. Tema Sains memberikan informasi ringan dan edukatif melalui peristiwa alam yang unik, sedangkan tema Seni menjadi ruang bagi kritik sosial dan kebebasan berekspresi dalam bentuk visual yang viral dan simbolik.

Berdasarkan hasil analisis terhadap 30 konten berita video pendek yang terdapat pada Youtube Shorts Kompas.com memperlihatkan terdapat beberapa tema yaitu berita peristiwa regional, konflik perang, ekonomi, hukum, dan pemerintah, dan tema lainnya.

### Berita Peristiwa Regional



Gambar 4. 1 Salah satu berita video pendek peristiwa regional, 20 Februari 2025  
Sumber: Youtube Kompas.com

Tabel 4. 3 Tabel Engagement Berita Video Pendek Peristiwa Regional, 20 Februari 2025

Jumlah Tayangan	Jumlah Likes	Jumlah Komentar	Tanggal Dilihat
689.318	7.100	266	4 Juli 2025

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Berikut adalah salah satu berita video pendek yang terdapat pada Youtube Shorts Kompas.com dengan tema berita peristiwa regional. Berita ini pada pengamatan peneliti di bulan Februari dengan tema peristiwa regional memiliki jumlah tayangan terbanyak yaitu 689318 penayangan. Jumlah tayangan pada konten berita ini termasuk tinggi dibandingkan dengan konten berita peristiwa regional lainnya. Jumlah likes sebanyak 7100 likes juga menjadi likes terbanyak dibandingkan dengan likes konten lainnya. Peristiwa ini jika dilihat dari engagementnya menunjukkan bahwa audiens tertarik untuk melihat peristiwa yang berasal dari kejadian yang tidak biasa dilihat di masyarakat. Pengemasan berita evakuasi ini dilakukan dengan format reader. Pada berita video pendek terdapat potongan-potongan video proses evakuasi yang dilakukan dan disertakan teks yang digunakan untuk memberi keterangan kejadian dan informasi berita.

Berita Peristiwa Regional merujuk pada laporan jurnalistik yang mengangkat kejadian nyata yang terjadi di wilayah atau daerah tertentu di Indonesia. Cakupan berita ini bersifat lokal, tidak memiliki skala nasional maupun internasional, tetapi berdampak signifikan terhadap masyarakat setempat. Kompas.com menyajikan semua berita dengan tema Peristiwa Regional ini dalam format reader, yakni video yang dilengkapi teks. Analisis terhadap berita bertema Peristiwa Regional pada berita video pendek Shorts Kompas.com menunjukkan bahwa tema ini mencakup beberapa karakteristik utama yang dapat diklasifikasikan ke dalam subkategori berikut:

1. Kejadian Unik di Masyarakat

Berita dalam kategori ini biasanya menyoroti kisah-kisah menarik, unik, atau emosional yang muncul dari interaksi antarwarga. Contohnya, judul seperti "Kisah Cobra si Penjual Tisu, Mainkan Tongkat Sakti di Jalanan Bak Ahli Kungfu" dan "Tertawa karena Bawa Nasi Kotak, Kades Wiwin Komalasari Minta Maaf", menunjukkan bagaimana peristiwa kecil di masyarakat dapat menarik perhatian publik luas ketika mengandung unsur keunikan atau viralitas.

## 2. Insiden di Fasilitas Umum

Subtema ini meliputi kejadian yang terjadi di ruang-ruang layanan publik dan berdampak langsung pada warga, seperti kemacetan, kecelakaan, atau pelanggaran ketertiban di transportasi umum. Contoh seperti "Transjakarta Berhenti di Perlintasan Kereta, Penumpang Panik Pecahkan Kaca" dan "Mobil Lindas Sajadah di Depan Masjid, Jamaah Geram" mengilustrasikan bagaimana gangguan kecil di ruang publik dapat mencerminkan ketidaksiapan infrastruktur atau lemahnya kesadaran warga.

## 3. Ketertiban Daerah

Beberapa berita berfokus pada tindakan aparat atau masyarakat dalam menjaga ketertiban dan penegakan hukum di wilayahnya. Judul seperti "1000 Aparat Eksekusi Lahan di Makassar, Tangis Histeris Pecah" dan "Remaja Diarak Warga karena Curi Pisang, Demi Hidupi Sang Adik" menunjukkan bahwa dinamika sosial-hukum di daerah dapat memunculkan ketegangan emosional dan konflik sosial yang relevan untuk diberitakan.

## 4. Bencana Lokal

Isu-isu terkait bencana, ancaman lingkungan, atau evakuasi darurat juga sering muncul dalam berita regional. Contohnya adalah "Momen BPBD Tangkap 25 Ular Kobra dan 105 Cangkang Telur di Madiun", yang mencerminkan kesiapsiagaan pemerintah daerah dalam menghadapi situasi tidak terduga yang membahayakan keselamatan warga.

## Berita Konflik Perang



Gambar 4. 2 Salah satu berita video pendek konflik perang, 5 Februari 2025  
Sumber: Youtube Shorts Kompas.com

Tabel 4. 4 Tabel Engagement Berita Video Pendek Konflik Perang, 20 Februari 2025

Jumlah Tayangan	Jumlah Likes	Jumlah Komentar	Tanggal Dilihat
181.728	2.900	1.322	4 Juli 2025

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Dalam proses pengamatan yang dilakukan peneliti cukup banyak menemukan berita mengenai konflik perang yang terdapat pada berita video pendek di Youtube Shorts Kompas.com. Salah satu berita video pendek konflik perang yang memiliki views tinggi dimiliki oleh konten berita yang berjudul “Ingin Kuasai Gaza, Trump tak Segan Kirim Militer AS”. Pada 4 Juli 2025 terlihat bahwa berita ini memiliki jumlah tayangan sebanyak 181.728 tayangan dengan likes sebanyak 2900. Komentar pada berita ini juga termasuk banyak karena menyentuh 1322 komentar. Format pengemasan yang digunakan pada berita ini adalah voice over yang berisikan penjelasan mengenai statement Trump dan visual terdiri atas kumpulan footage yang berkaitan dengan peristiwa tersebut.

Berita Konflik Perang merujuk pada laporan jurnalistik yang mengangkat dinamika ketegangan bersenjata dan peperangan yang terjadi di kancah internasional, seperti konflik antara Ukraina dan Rusia, serta pendudukan Israel di Palestina. Tema ini berskala global atau lintas negara, melibatkan aktor-aktor negara maupun non-negara, dan mencerminkan dampak geopolitik yang luas. Dalam konteks video pendek yang dipublikasikan oleh Kompas.com melalui platform YouTube Shorts, isu konflik perang disampaikan secara ringkas dan padat, menggunakan gaya voice over, yakni audio naratif yang memperkuat penyampaian

visual dan mempercepat pemahaman penonton terhadap konteks konflik yang kompleks. Berdasarkan analisis terhadap sejumlah judul video bertema Konflik Perang, terdapat beberapa karakteristik utama yang dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

#### 1. Perang Ukraina dan Rusia

Video dalam subtema ini menyoroti saling klaim keberhasilan atau kegagalan operasi militer oleh kedua pihak yang terlibat. Judul seperti "Rusia-Ukraina Sama-sama Klaim Lumpuhkan Serangan Lawan" menunjukkan bahwa narasi yang diusung bersifat konfrontatif dan kompetitif, di mana masing-masing pihak berusaha membentuk opini publik melalui retorika strategis dan propaganda. Hal ini memperlihatkan bagaimana konflik bersenjata turut berlangsung di medan wacana, bukan hanya di medan perang.

#### 2. Konflik Israel dan Palestina

Berita dalam subtema ini mengangkat peristiwa penyerangan, invasi, dan bombardir di wilayah-wilayah sengketa seperti Gaza, Tepi Barat, dan Lebanon Selatan. Judul seperti "Penampakan Israel Bombardir Gedung-Gedung di Tepi Barat Palestina" dan "Mesir Perintahkan Pasukan Israel Angkat Kaki dari Lebanon Selatan" menggambarkan eskalasi militer serta dampak langsung terhadap warga sipil dan infrastruktur. Elemen visual dalam video pendek menjadi penting untuk menggugah empati dan kesadaran publik terhadap realitas kekerasan yang terjadi di wilayah konflik.

Berita dalam subtema ini juga mengangkat keterlibatan tokoh atau negara besar dalam konflik, seperti dalam judul "Ingin Kuasai Gaza, Trump Tak Segan Kirim Militer AS" dan "Menlu Israel Sebut Ide Trump Ambil Alih Gaza 'Out of the Box'". Narasi ini menunjukkan bagaimana konflik lokal tidak lepas dari agenda politik internasional, serta bagaimana retorika para pemimpin dunia membentuk opini dan persepsi global terhadap perang. Selain itu, ada pula berita yang menyoroti sisi non-militer dari konflik, khususnya terkait hak asasi manusia dan diplomasi

kemanusiaan. Judul seperti "Momen Hamas Serahkan Sandera Berwarganegaraan Israel dan AS" serta "Momen Pembebasan Tiga Sandera Israel, Hamas Peringatkan Trump" mencerminkan dimensi kemanusiaan yang kompleks dalam konflik bersenjata.

### Berita Ekonomi, Hukum, dan Pemerintah



Gambar 4. 3 Salah satu berita video pendek ekonomi, hukum, dan pemerintah, 4 Februari 2025  
Sumber: Youtube Shorts Kompas.com

Tabel 4. 5 Tabel Engagement Berita Video Pendek Ekonomi, Hukum, dan Pemerintah, 4 Februari 2025

Jumlah Tayangan	Jumlah Likes	Jumlah Komentar	Tanggal Dilihat
227.688	2.200	4.688	4 Juli 2025

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Berikut adalah salah satu berita video pendek yang terdapat pada Youtube Shorts Kompas.com dengan tema berita ekonomi. Berita video pendek bertemakan ekonomi berjudul "Kenapa Masyarakat Harus Bawa KTP untuk Beli Elpiji 3 Kg?". Berita video pendek dengan tema ekonomi memiliki jumlah tayangan cukup banyak dengan jumlah 227.688 penayangan. Jumlah like yang dimiliki pada berita ini cukup banyak sejumlah 2.200 sedangkan komentar pada berita video pendek yang membahas mengenai ketentuan penggunaan KTP untuk membeli Elpiji 3kg menarik banyak audiens untuk berkomentar dengan jumlah 4.688 komentar. Format yang digunakan pada berita video pendek ini menggunakan voice over untuk menjelaskan informasi dan potongan footage yang berkaitan serta stratement dari narasumber.

Tema lain yang diangkat dalam berita video pendek Kompas.com pada periode Februari 2025, yakni ekonomi, hukum, dan pemerintah. Berita tema Ekonomi dalam video pendek Kompas.com berkaitan dengan isu-isu publik yang memengaruhi kehidupan ekonomi masyarakat secara langsung, seperti distribusi

barang bersubsidi, kebijakan harga, dan program inisiatif ekonomi nasional. Berita tema Hukum mencakup berbagai peristiwa hukum yang melibatkan tokoh publik, institusi, dan warga negara, dengan fokus pada konflik hukum, penyidikan, dan proses peradilan. Berita tema Pemerintah mengangkat aktivitas dan komunikasi politik dari para pemimpin dan institusi negara. Fokusnya pada narasi simbolik, pertemuan strategis, dan kegiatan pejabat yang mencerminkan arah kebijakan atau persatuan nasional. Ketiga tema tersebut menggambarkan kompleksitas dinamika sosial-politik dan ekonomi di Indonesia. Berita dalam ketiga tema tersebut disampaikan dengan format voice over.

Tema Ekonomi mencerminkan kebijakan publik dan persoalan distribusi sumber daya yang langsung menyentuh kehidupan masyarakat. Berita-berita ini menyoroti bagaimana pemerintah mengelola subsidi, mengawasi distribusi barang pokok, dan meluncurkan program-program strategis di tengah ekspektasi dan tekanan publik. Misalnya, dalam video berjudul "Kenapa Masyarakat Harus Bawa KTP untuk Beli Elpiji 3 Kg?", terlihat upaya pemerintah menertibkan penyaluran subsidi agar lebih tepat sasaran. Judul lain seperti "Gibran Datangi Pangkalan Gas di Manggarai, Cek Stok Elpiji 3 Kg" menunjukkan peran pejabat daerah dalam memastikan stabilitas pasokan. Sementara itu, video "Prabowo Akui Banyak yang Ragukan Danantar..." menggambarkan bagaimana isu ekonomi juga berkaitan erat dengan kredibilitas dan komunikasi pemimpin nasional.

Tema Hukum dalam video pendek Kompas.com menghadirkan narasi konflik, keadilan, dan persoalan legalitas yang melibatkan tokoh publik maupun warga negara. Video seperti "Razman Arif Ngamuk di Gedung MA..." menyoroti dinamika emosi dalam ranah peradilan dan kritik terhadap institusi hukum. Sementara itu, "Babak Baru Kasus Vadel Badjideh..." mencerminkan pengungkapan aliran dana yang menyentuh ranah selebritas dan hukum pidana. Dalam kasus lain, seperti "Disiksa dan Dijadikan Scammer di Myanmar, Eks DPRD Indramayu Akhirnya Bebas", dimensi hukum internasional dan perdagangan manusia juga diangkat, memperluas cakupan isu hukum dari lokal ke global.

Tema Pemerintah menampilkan narasi mengenai aktivitas, simbolisme, dan komunikasi politik para pemimpin negara. Video seperti "Mayor Teddy Semprot

Paspampres..." dan "Prabowo, Jokowi, dan SBY Tiba di Retreat Kepala Daerah..." menunjukkan momen-momen seremonial atau taktis yang berisi pesan simbolik tentang solidaritas antar pemimpin. Di sisi lain, "Awali Hari Kedua Retret, Kepala Daerah Senam Pagi Bersama" menghadirkan sisi humanis dari birokrasi yang sering kali dianggap kaku, dengan memperlihatkan interaksi informal antarpejabat.

### Berita Tema Lainnya



Gambar 4. 4 Salah satu berita video pendek sosok, 13 Februari 2025  
 Sumber: Youtube Shorts Kompas.com

Tabel 4. 6 Tabel Engagement Berita Video Pendek Sosok, 13 Februari 2025

Jumlah Tayangan	Jumlah Likes	Jumlah Komentar	Tanggal Dilihat
65.282	670	91	4 Juli 2025

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Gambar diatas merupakan salah satu berita video pendek dengan tema Sosok. Berita ini berjudul “Cerita di Balik Video Viral Caroline Riady Pulang Kerja Naik Helikopter”. Pada berita ini menceritakan Caroline Riady yang tertangkap kamera netizen sedang ingin pergi dari kantornya menggunakan helikopter. Jumlah tayangan pada video berita pendek ini juga termasuk kedalam jumlah yang cukup tinggi sebanyak 65.282 dan memiliki likes sebanyak 670. Pemberitaan mengenai seseorang dan sedang melakukan hal yang dianggap tidak biasa cukup menarik perhatian dari audiens. Format yang digunakan pada berita ini yaitu adalah voice over untuk menjelaskan peristiwa yang terjadi dan memiliki footage dari klip viral yang tersebar dimedia sosial serta tanggapan dari Calorine Riady terkait kejadian tersebut.

Selain isu-isu besar seperti konflik, ekonomi, hukum, dan pemerintahan, Kompas.com Shorts juga menampilkan tema-tema lain yang memberikan warna tersendiri dalam lanskap berita digital. Tiga di antaranya adalah Sosok, Sains, dan Seni. Konten-konten tersebut tetap disajikan dalam format reader. Tema Sosok berfokus pada figur-figur individu yang menonjol karena pencapaian, viralitas, atau latar belakang sosial yang unik. Misalnya, dalam video "Cerita di Balik Video Viral Caroline Riady Pulang Kerja Naik Helikopter", publik disuguhkan potret gaya hidup kelas atas yang memicu diskusi sosial mengenai kesenjangan dan efisiensi. Sementara itu, dalam "Sherly Tjoanda Jadi Gubernur Wanita Pertama di Maluku Utara, Harta Kekayaan Rp 709 M", isu representasi gender dan transparansi kekayaan pejabat diangkat secara simbolik dan menarik perhatian publik.

Tema Sains dalam video pendek Kompas.com menghadirkan peristiwa alam atau fenomena ilmiah yang mengandung keunikan dan keanehan. Video seperti "Langka, Anglerfish Naik ke Permukaan Lalu Mati, Apa Penyebabnya?" bukan hanya menyajikan informasi, tetapi juga membangkitkan rasa ingin tahu dan spekulasi dari penonton. Tema Seni menampilkan ekspresi artistik yang menjadi pusat perhatian publik karena menimbulkan reaksi sosial maupun politik. Video "Lukisan Tikus Garuda Viral, Fadli Zon Singgung Batasan Berekspresi" adalah contoh bagaimana karya seni dapat menimbulkan kontroversi dan menjadi ruang diskusi publik tentang kebebasan berekspresi.

Tabel 4. 7 Tabel Temuan Pengemasan Berita Video Pendek

Deskripsi	Temuan Pengamatan
Dominasi Tema Konten Youtube Shorts Februari 2025	Didominasi oleh berita video pendek bertemakan peristiwa regional sebanyak 9 kali atau 30%. Disusul dengan tema konflik perang sebanyak 8 kali atau 26,67%.
Pengemasan format yang digunakan pada berita video pendek	Pengemasan berita video pendek pada pengamatan Februari 2025 lebih banyak yang menggunakan format reader sebanyak 19 berita. Format voice over terdapat 9 berita dan clear video hanya terdapat 2 berita
Video berita video pendek dengan jumlah tayangan terbanyak	Berita dengan judul "Momen BPBD Tangkap 25 Ular Kobra dan 105 Cangkang Telur di Madiun" memiliki jumlah tayangan terbanyak yaitu 689.318.

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Temuan Peneliti:

1. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti yang dilakukan pada bulan Februari 2025 dengan melihat 30 konten terlihat bahwa berita video pendek dengan tema peristiwa regional mendominasi dengan jumlah 9 berita (30%). Tema selanjutnya yang berada diposisi kedua yaitu adalah tema konflik perang sebanyak 8 berita (26.67%). Selanjutnya pada tema ekonomi, hukum, dan pemerintah terdapat 3 berita (10%), tema terkait sosok atau tokoh 2 berita (6,67%), tema sains 1 berita (3,33%), dan tema seni 1 berita (3,33%).
2. Pengemasan berita video pendek pada 30 konten yang diamati dibulan Februari 2025 menunjukan lebih banyak menggunakan format reader untuk menyampaikan pemberitaan dengan jumlah 19 berita. Format selanjutnya yang mengikuti adalah voice over sebanyak 9 berita dan clear video sebanyak 2 berita.
3. Dari ke 30 konten berita video pendek yang diamati video berita pendek berjudul “Momen BPBD Tangkap 25 Ular Kobra dan 105 Cangkang Telur di Madiun” memiliki jumlah tayangan terbanyak sebesar 689.318 kali. Berita yang bertemakan peristiwa regional ini cukup mengambil banyak perhatian audiens terkait dengan peristiwa yang terjadi.

#### **4.2.2 Strategi Pengemasan Berita Video Pendek**

Berdasarkan penjelasan Luttrell (2021) mengenai The Circular Model of SoMe for Communcation merupakan sebuah pendekatan konseptual terhadap komunikasi media sosial yang menekankan interaktivitas, siklus keterlibaran, dan hubungan dua arah antara organisasi dan audiens. Pada pengemasan berita video pendek pada Youtube Shorts Kompas.com berikut adalah penjelasan strategi yang dilakukan dengan menggunakan The Circular Model of SoMe.

##### **1. Share**

Dalam mengembangkan strategi pengemasan berita video pendek, Kompas.com mempertimbangkan perubahan perilaku audiens, khususnya generasi

Z. Generasi ini menunjukkan kecenderungan yang semakin rendah dalam mengakses informasi melalui situs web. Sebaliknya, mereka lebih aktif mencari berita dan konten terkini melalui media sosial. Hal ini ditegaskan oleh Informan 1 yang menjelaskan bahwa audiens saat ini sudah tidak lagi bergantung pada satu merek atau platform berita tertentu. Sebagian besar dari mereka menemukan berita melalui media sosial, bukan dengan mengunjungi langsung situs berita:

“Jadi ya keyword-keyword yang rising apa untuk untuk isu-isu tertentu dan pastinya harus masuk di situ. Karena akses informasi orang sekarang kan jarang yang langsung ke webnya gitu ya. Misalnya cari isu. Engga mungkin dia langsung sekarang orang udah jarang banget lah liatnya kompas.com. Karena addicted pada satu brand itu sekarang udah nggak bukan seperti itu lagi perilaku konsumen ya. Mereka masuknya itu lewat media sosial” (Informan 1, 22 Mei 2025)

Memahami karakteristik ini, Kompas.com mengidentifikasi sejumlah platform yang paling sering digunakan oleh audiens untuk mengakses konten digital. Platform yang difokuskan antara lain adalah YouTube, Facebook, TikTok, dan Instagram, sebagaimana dijelaskan oleh Informan 2:

“Untuk media itu kita yang berjalan hari ini adalah YouTube, Facebook, TikTok, Instagram kayak gitu. Jadi keempat ini yang paling banyak” (Informan 2, 28 Mei 2025).

Pemilihan YouTube Shorts sebagai salah satu kanal utama distribusi konten video pendek dilakukan secara strategis. Tujuannya adalah untuk menjangkau audiens yang lebih luas serta menambah jumlah subscriber, dengan mempertimbangkan pola konsumsi informasi yang telah berubah dan preferensi platform digital yang digunakan oleh audiens. Hal ini ditegaskan oleh Informan 1:

“Tujuannya waktu itu shorts itu untuk kita menjangkau audiens yang lebih luas sama menambah subscriber waktu itu.” (Informan 1, 22 Mei 2025)

Tidak hanya itu, YouTube Shorts juga dimanfaatkan untuk menyebarluaskan konten secara rutin, baik berupa video berita harian (VOD) maupun program mingguan yang telah terjadwal. Platform ini menjadi saluran distribusi yang tidak hanya strategis secara teknis, tetapi juga relevan secara kultural dengan kebiasaan digital audiens masa kini. Berikut adalah pernyataan dari Informan 2:

“Untuk media itu kita yang berjalan hari ini adalah YouTube, Facebook, TikTok, Instagram kayak gitu. Jadi keempat ini yang paling banyak.” (Informan 2, 28 Mei 2025)

“Di YouTube itu kita ada VOD kan, VOD berita harian, Lalu ada program. Program itu seminggu sekali tapi berbeda-beda ya programnya” (Informan 2, 28 Mei 2025)

Dalam pengemasan konten video pendek, Kompas.com menggunakan tiga format utama yang disesuaikan dengan karakteristik berita dan kebutuhan penyampaian pesan, yaitu Clear, yaitu potongan murni dari peristiwa tanpa tambahan teks atau suara; Reader, yaitu gabungan visual (gambar atau video) dengan narasi dalam bentuk teks; dan Voice Over (VO), yaitu narasi langsung oleh content creator yang didukung dengan footage visual. Berikut adalah pernyataan dari Informan 4:

“Jadi Cuma potongan kejadian. Misalnya kayak mencetak gol yaudah. Cuma itu aja udah kita gak nambahin apa-apa. Selain itu mungkin di depan intuk pas ngeupload ya bukan caption di videonya di teksnya itu. Itu clear namanya. Habis itu kedua ada model video namanya Reader. Reader itu yang baru itu ada keterangan teksnya. Misalnya gabungan dari gambar atau video. Kemudian kita kasih teks di satu kayak slideshow gitu tau kan. Itu reader namanya. Terus ada lagi yang video yang kita ada content creatornya yang menceritakan. Itu ada voice overnya nah itu VO” (Informan 4, 9 Juni 2025).

Hasil analisis 30 berita video pendek pada YouTube Shorts Kompas.com, format Clear adalah video yang menampilkan potongan kejadian apa adanya, tanpa tambahan narasi suara maupun teks. Hasil analisis menunjukkan bahwa format ini bersifat dokumentatif dan menonjolkan kekuatan visual sebagai sumber informasi utama. Format ini digunakan pada momen resmi atau visual yang kuat, seperti kunjungan tokoh, seremoni, atau insiden viral. Misalnya, pada berita berjudul "Mayor Teddy Semprot Paspampres tak Perlu Payungi Prabowo" (12 Februari 2025). Format ini cepat diproduksi, tetapi tidak memberikan konteks atau penjelasan mengenai kejadian.



Gambar 4. 5 Contoh Format Clear Video Berita Video Pendek  
Sumber: Youtube Shorts Kompas.com

Format Reader menggabungkan visual dengan teks berjalan sebagai narasi. Teks menjelaskan isi berita secara ringkas, sementara gambar mendukung narasi sebagai ilustrasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa format ini dipakai untuk peristiwa lokal, hukum, sosial ringan, atau isu yang tidak membutuhkan narasi mendalam. Format ini efektif ketika berita harus cepat tayang dan penonton cenderung menonton tanpa suara. Misalnya pada berita berjudul "Remaja Diarak Warga karena Curi Pisang". Format ini dapat diakses tanpa audio, tetapi tidak ada konteks naratif.



Gambar 4. 6 Contoh Format Reader Berita Video Pendek  
Sumber: Youtube Shorts Kompas.com

Format Voice Over menyertakan narasi suara oleh jurnalis atau content creator, disertai dengan footage visual sebagai pendukung cerita. Hasil analisis menunjukkan format ini cocok untuk isu serius, seperti konflik perang, ekonomi, atau tokoh publik, yang membutuhkan penjelasan, framing, dan konteks. Format ini juga digunakan untuk berita yang ingin disampaikan dengan gaya naratif atau storytelling. Contoh berita yang menggunakan berita ini, yakni "Ingin Kuasai Gaza, Trump tak Segan Kirim Militer AS". Format ini memungkinkan Kompas.com

menyampaikan pesan secara utuh dan meyakinkan, menyentuh emosi audiens, sehingga meningkatkan interaksi (likes dan komentar). Namun, format ini membutuhkan waktu dalam produksi karena adanya voice over.



Gambar 4. 7 Contoh Format Voice Over Berita Video Pendek  
Sumber: Youtube Shorts Kompas.com

Dari sisi produksi, Kompas.com menerapkan alur kerja yang sistematis untuk memastikan efektivitas dan efisiensi. Proses dimulai dari pemberian proyeksi berita oleh produser, dilanjutkan dengan penyusunan naskah lengkap yang memuat deskripsi, SEO, tagging, dan thumbnail, lalu dilakukan proses crosscheck oleh produser, sebelum akhirnya konten diproduksi dan diunggah ke kanal YouTube Shorts:

“Dimulai dari proyeksi yang diberikan oleh produser seperti itu. Produser akan memberikan materi berita untuk dikerjakan naskahnya oleh konten creator seperti itu. Nanti content creator akan membuat naskahnya ... Lalu di dalam naskah itu sudah lengkap dengan deskripsi, SEO, tagging, lalu kata-kata untuk di thumbnailnya, judul thumbnailnya seperti itu. Nanti setelah naskah itu jadi, akan di cross-check lagi oleh produser. Setelah producer sudah selesai-check sudah selesai, nanti baru di-voiceover oleh content creator kalau naskahnya voiceover. Tapi kalau naskahnya berupa naskah teks itu bisa langsung dieksekusi editing kayak gitu. ... . Nanti begitu setelah selesai di edit nanti dari content creator atau video editor akan kasih ke producer supaya bisa di review lagi untuk hasil videonya ... misalkan aman ya sudah langsung tinggal di-upload” (Informan 2, 28 Mei 2025).

Melalui tahapan share ini, Kompas.com tidak hanya memastikan kontennya hadir di platform yang tepat, tetapi juga dikemas dan didistribusikan secara sistematis dengan mempertimbangkan pola konsumsi media sosial yang dinamis.

Tabel 4. 8 Temuan Pada Share dalam Strategi Pengemasan Berita Video Pendek

Deksripsi	Inggried Dwi Wedhaswary (Informan 1)	Deta Putri (Informan 2)	Nibras Nada Nailufar (Informan 4)
<b>Situasi Analisis</b>	Generasi Z tidak akses berita di website, tetapi media sosial		
<b>Platform</b>		Kompas.com fokus di YouTube, Facebook, TikTok, dan Instagram. VOD dan program mingguan diunggah di Shorts.	
<b>Tujuan Youtube Shorts</b>	YouTube Shorts untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menambah subscriber		
<b>Strategi Format</b>			Tiga format video pendek, yakni Clear, Reader, dan Voice Over.
<b>Alur Kerja Produksi</b>		SOP Alur kerja produksi dimulai dari proyeksi produser	

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

#### Temuan Peneliti:

1. Generasi Z dalam mengakses berita tidak melalui situs website yang dimiliki oleh media namun mengakses melalui media sosial.
2. Kompas.com memanfaatkan Youtube Shorts untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan memiliki tujuan lain yaitu menambah subscriber.

#### 2. Optimize

Optimize pada The Circular Model of SoMe for Social Communication menurut Luttrell (2022) mengacu pada penyesuaian konten dan strategi yang didasarkan pada respons dari pengguna dan juga karakteristik platform digital yang digunakan. Kompas.com menempatkan verifikasi sebagai prinsip utama dalam proses produksi berita video pendek, guna menjaga kepercayaan publik meskipun berada dalam tekanan kecepatan produksi di era media digital. Meski terdapat tuntutan untuk segera menanggapi isu-isu yang sedang ramai di media sosial, tim redaksi tetap memprioritaskan akurasi sebagai bagian dari tanggung jawab jurnalistik. Hal ini ditegaskan oleh Informan 1, yang menyatakan bahwa akurasi menjadi prioritas dibanding kecepatan:

“pada mengelola isu yang sedang ramai gitu termasuk di media sosial ada SOP yang diterapkan. Yang pertama itu kita tetap melakukan apa tetap taat pada cara-cara kerja jurnalistik ya artinya disiplin verifikasi. Memfollow up isu-isu yang ramai di media sosial. . . . Nah di kompas.com kita cukup ketat untuk disiplin verifikasi. Jadi akurasi itu di atas apa cepat tapi harus akurat. . . . Jadi, akurasi itu tetap penting ya. Ini kan untuk menjaga kepercayaan orang juga terhadap media gitu.” (Informan 1, 22 Mei 2025).

Untuk memastikan akurasi tersebut, Kompas.com menerapkan proses double crosscheck sebelum konten video pendek diproduksi. Hal ini dijelaskan oleh Informan 2, yang menyampaikan bahwa setiap berita yang diangkat ke dalam format video pendek terlebih dahulu dicek ulang dari artikel Kompas.com yang sudah tayang:

“Biasanya kita double crosscheck ya. Maksudnya kita dapat ada pantulan berita kan kita biasanya ngambil berita dari artikel kompas.com yang sudah tayang di portal web. Kita lihat artikelnya lalu kita baca dulu sebelum kita proyeksiinkan. Di situ kita bisa ngecek dulu apakah ada visualnya. Lalu peristiwanya terjadinya kapan itu juga menjadi satu pertimbangan gitu” (Informan 2, 28 Mei 2025).

Selain itu, penyajian informasi juga harus memenuhi unsur validitas dan kepadatan isi agar tetap padat, informatif, dan akurat. Informan 3 menekankan pentingnya kualitas informasi sebelum disebarluaskan ke publik:

“tapi bahwa poinnya adalah harus benar harus Valid dan padat iya itu secara informasi harus. Tapi ya tetap kalau caranya itu apa namanya kredibel ya harus kredibel gitu informasinya harus valid dulu baru kita sajikan” (Informan 3, 27 Mei 2025)

Proses verifikasi juga memperhatikan kelayakan isu dan konfirmasi resmi sebelum dipublikasikan. Kompas.com menetapkan bahwa isu yang belum memiliki konfirmasi dari sumber terpercaya tidak boleh dinaikkan menjadi berita. Informan 4 menjelaskan:

“Sebenarnya tadi selalu memantau menyisir secara aktif ini masih layak dibuat apa enggak. Kalau misalnya sekiranya itu kita udah telat bikinnya. Telat itu artinya misalnya kejadiannya dua hari lalu terus kita baru bikin sekarang gitu itu bisa jadi telat bisa jadi enggak. . . . Jadi pertimbangan soal aktualitas itu ada banyak faktornya ya kalau berita itu. Karena tadi kan ada policy dimana kita nggak boleh bikin sesuatu sebelum terkonfirmasi.” (Informan 4, 9 Juni 2025)

Dengan menerapkan disiplin verifikasi, double crosscheck, dan kebijakan konfirmasi, Kompas.com menunjukkan komitmen kuat terhadap praktik jurnalistik yang bertanggung jawab. Pendekatan ini membedakan mereka dari kecenderungan clickbait atau pemberitaan instan yang banyak ditemui di media sosial, dan menjadi fondasi kepercayaan audiens terhadap media.

### **Produksi Konten Berita**

Dalam memproduksi berita video pendek, Kompas.com menerapkan strategi yang menyeimbangkan antara efisiensi kerja tim, efektivitas penyampaian informasi, serta konsistensi identitas visual merek (brand identity). Format video pendek dirancang agar mendukung target produksi harian dan memaksimalkan daya tarik konten tanpa mengorbankan esensi jurnalistik. Informan 1 menjelaskan bahwa tim memilih format yang memungkinkan efisiensi kerja, seperti memanfaatkan potongan pernyataan narasumber atau peristiwa penting untuk dikemas ulang ke dalam format pendek berdurasi sekitar satu menit:

“Akhirnya yang short-nya itu kita hanya potongan berita gitu. Bisa potongan pernyataan orang yang menarik dipotong dalam satu menit gitu atau berita yang sudah diproduksi format reguler kemudian dijadikan format pendek gitu ya.” (Informan 1, 22 Mei 2025)

Sebelumnya, tim Kompas.com juga telah mencoba berbagai eksperimen format, termasuk penggunaan gimmick atau gaya penceritaan kreatif. Namun, seiring waktu, tim menyadari bahwa efektivitas dan efisiensi kerja lebih utama daripada kreativitas yang menguras waktu namun tidak memberikan dampak signifikan terhadap audiens:

“Itu kan gimmick yang kita produksi. Pernah mencoba juga bermain peran. Ada yang pura-pura jadi ini, pura-pura gimmick seperti ini. ... . Terus ini saya menjelaskan perkembangannya ya. Wah memakan banyak waktu. Kalau yang nonton cuma sedikit juga tidak efektif. Kita berganti ya memang kalau formatnya banyak sih Aisyah. Jadi memang ada yang pakai VO, ada yang pakai tulisan itu diberikan kebebasan sih. ... . Tapi yang bagaimanapun ya akhirnya itu kan balik lagi ke strategi kerja. Strategi kerja secara individu gitu. Karena supaya juga semua bekerja dalam seefektif mungkin lah.” (Informan 4, 9 Juni 2025)

Dalam hal jenis konten, berita viral dan straight news menjadi dominan karena sesuai dengan karakter video pendek dan kebutuhan akan penyampaian cepat. Informan 2 menyebut:

“Kebanyakan langsungnya straight news ya. Sama yang kita merespon berita yang viral kaya gitu. Tapi kalau untuk depth itu sepertinya enggak ya. Karena durasinya cuma satu menit pada saat itu ya. Jadi untuk merangkumnya masih kurang pas gitu kalau satu menit” (Informan 2, 28 Mei 2025)

Namun demikian, durasi satu menit bukanlah batasan kaku. Informan 4 menekankan bahwa fokus utama adalah kepatutan durasi terhadap informasi yang disampaikan:

“Sebenarnya satu kalau dari aku setiap aku masuk sosial media durasi itu suatu hal yang tidak penting atau yang bukan pertimbangan gitu ya. . . . misalnya nggak banyak ceritanya gitu ya kamu bisa ceritakan cukup dalam waktu 20 detik ya itu 20 detik gitu kan. Jadi durasi itu prinsipnya adalah satu bukan kita berpatok pada durasi berapa tapi informasi itu butuh berapa lama untuk kamu bisa menyampaikan secara informatif.” (Informan 4, 9 Juni 2025)

Dari segi struktur isi, video tetap berusaha memenuhi unsur 5W+1H, namun disesuaikan dengan konteks dan durasi. Fokus utama diarahkan pada elemen "Why" dan "How" yang mampu memberikan pemahaman mendalam kepada audiens:

“Karena kita bisa misalnya yang penting itu adalah hownya atau whynya itu jadi ya yang lain harus kita kurangi porsi yang gak penting supaya orang fokus pada hal yang menariknya. Nah habis itu benar-benar disingkat juga. Nah yang menarik itu kan sebenarnya dari sebuah peristiwa ya. Peristiwa kan how sama whynya gitu kan. Begitu juga dalam fenomena atau masalah. Hownya atau whynya gitu kan. . . . Penulisan cerita yang memberikan perspektif kepada orang memberikan pemahaman kepada orang. Lebih dari sekedar detail-detail siapa, kapan, dan lain-lain.” (Informan 4, 9 Juni 2025)

Untuk menjaga konsistensi visual dan memperkuat brand identity Kompas.com, digunakan template khusus yang memuat elemen-elemen seperti warna dominan biru, logo Kompas.com, serta pengaturan posisi elemen grafis dalam video. Template ini membantu mempercepat proses produksi sekaligus menciptakan kesan profesional dan mudah dikenali audiens:

“Ya paling soal ketentuan-ketentuan letak logo dan lain-lain sama template itu sih yang menyesuaikan dengan format raw source video yang dimiliki itu seperti apa.” (Informan 1, 22 Mei 2025)

Dengan pendekatan ini, Kompas.com berhasil menciptakan video pendek yang padat, cepat diproduksi, tetapi tetap informatif dan konsisten secara visual,

sehingga dapat memenuhi kebutuhan audiens Gen Z tanpa kehilangan integritas jurnalistik.

### **Nilai Berita dan Kelayakan Isu**

Dalam menentukan apakah suatu peristiwa layak dijadikan berita video pendek, Kompas.com tetap mengacu pada prinsip-prinsip nilai berita dan kelayakan jurnalistik. Meskipun format video pendek menuntut kecepatan dan kesederhanaan, substansi berita tetap menjadi pertimbangan utama dalam proses produksi. Informan 3 menjelaskan bahwa tidak semua unsur nilai berita harus selalu terpenuhi, namun setidaknya terdapat satu atau dua nilai kuat seperti kepentingan publik, tokoh yang relevan, kedekatan peristiwa dengan audiens, atau keberimbangan dalam penyajian informasi. Nilai-nilai tersebut menjadi landasan untuk menilai apakah sebuah isu cukup signifikan untuk diangkat ke dalam format video pendek:

“Ini apa namanya yang gak harus semua terpenuhi sih sebenarnya itu nilai-nilai berita itu. Jadi tetap salah satu ada sudah cukup bagi saya gitu dalam artian ya. Tapi yang rata-rata pasti penting itu kan harus ya kalau kita nyampe gak penting ya ya ngapain. ... . presiden tapi juga ada sifatnya ketokohan kan itu tuh presiden loh yang kepleset gitu. Terus apa namanya lain hal Sisi lainnya juga ada kedekatan. ... . Meskipun juga kita juga harus ada masaukupnya. Jangan sampai cuma bahasa paling gampangnya beginilah jangan sampai cuma memberitakan baik-baiknya tok Intinya gitu lah. Jadi juga ala lain yang sifatnya Sifatnya kebijakan dia Yang dirasa menjadi kontroversial Juga harus disampaikan Gitu sih.” (Informan 3, 27 Mei 2025)

Selain nilai berita, kelayakan isu juga ditentukan berdasarkan aktualitas dan kebijakan redaksional. Kompas.com memiliki standar internal bahwa sebuah berita tidak dapat diproduksi apabila informasinya belum terkonfirmasi secara jelas, meskipun isu tersebut sedang ramai diperbincangkan. Informan 4 menegaskan bahwa aktualitas bukan hanya soal waktu, tetapi juga soal validitas informasi:

“Pertimbangan soal aktualitas itu ada banyak faktornya ya kalau berita itu. Karena tadi kan ada policy dimana kita nggak boleh bikin sesuatu sebelum terkonfirmasi.” (Informan 4, 9 Juni 2025)

Dengan mempertimbangkan nilai berita dan kelayakan isu secara hati-hati, Kompas.com memastikan bahwa setiap konten yang diproduksi bukan hanya cepat dan menarik, tetapi juga tetap relevan, etis, dan sesuai dengan standar jurnalistik.

## Storytelling Berita

Dalam era video pendek yang padat dan cepat, penyampaian pesan yang menarik dan efisien menjadi kunci keberhasilan suatu konten. Kompas.com memanfaatkan strategi storytelling yang disesuaikan dengan pola konsumsi audiens di media sosial, agar pesan tidak hanya tersampaikan dengan jelas, tetapi juga mampu menarik perhatian sejak detik pertama. Menurut Informan 4, bagian awal dari video sangat menentukan apakah penonton akan melanjutkan menonton atau melewatkan konten tersebut. Oleh karena itu, kalimat pembuka atau “hook” dalam 3 hingga 8 detik pertama menjadi elemen krusial:

“Kalau cara khusus sebenarnya prinsip storytelling saja. ... jadi pertimbangan saat kita bikin video jadi apa namanya pastikan 3 detik, 4 detik 5 detik, 6 detik, sampai 8 detik pertama itu ngehook. Kalau cerita buat orang tertarik untuk nonton artinya apa dagingnya kalau bisa dikeluarin dulu gitu kan. ... Nah tiga itu dengan cara storytelling lagi yang tidak membuat orang bingung. Itu dengan kronologis. Oke kalau misalnya voiceover gitu itu dibacain dulu satu kalimat pertama yang paling ngehook. Poinnya atau intinya atau fakta yang paling menarik.” (Informan 4, 9 Juni 2025)

Selain elemen storytelling visual, pengoptimalan penemuan konten juga dilakukan melalui penggunaan keyword yang relevan. Kata kunci ini tidak hanya dimasukkan ke dalam naskah, tetapi juga diintegrasikan dalam elemen visual seperti thumbnail, judul, dan deskripsi video. Strategi ini ditujukan agar video Kompas.com lebih mudah ditemukan melalui pencarian di platform:

“Keyword itu harus diletakkan di mana, di thumbnail, di judul, di deskripsi, di teks atau naskah gitu ya.” (Informan 1, 22 Mei 2025)

Dari segi bahasa, tim produksi menyadari pentingnya menggunakan gaya komunikasi yang dekat dan mudah dipahami oleh Gen Z dan pengguna media sosial. Oleh karena itu, penggunaan bahasa tidak baku diperbolehkan selama masih sopan dan sesuai konteks:

“Tidak baku juga nggak apa-apa. Yang penting mudah dimengerti. Ada batasan sih ... tidak pakai ‘gue lo’ misalnya ... tetap bahasa yang mudah dimengerti aja.” (Informan 4, 9 Juni 2025)

Elemen audio juga turut diperhatikan dalam mendukung storytelling. Kompas.com memastikan bahwa musik latar atau suara yang digunakan tidak hanya legal (tidak melanggar hak cipta), tetapi juga relevan dengan suasana isu yang diangkat, agar mendukung pesan secara emosional:

“Kalau untuk menyesuaikan dengan isunya, itu didiskusikan produser dengan editor yang mengerjakan kira-kira cocok nggak sama isu yang diangkat.” (Informan 2, 28 Mei 2025)

Dengan kombinasi narasi yang kuat, visual yang optimal, dan bahasa yang komunikatif, storytelling dalam berita video pendek Kompas.com menjadi alat penting dalam menyampaikan informasi secara efektif dan tetap menarik di tengah persaingan konten di media sosial.

Tabel 4. 9 Tabel temuan optimize strategi pengemasan berita video pendek

Deksripsi	Inggried Dwi Wedhaswary (Informan 1)	Deta Putri (Informan 2)	Yusuf Reza (Informan 3)	Nibras Nada Nailufar (Informan 4)
<b>Akurasi sebagai prioritas produksi berita video pendek</b>	Akurasi digunakan agar menjaga kepercayaan audiens terhadap media			
<b>Melakukan double crosscheck pada berita video pendek</b>		Melakukan double crosscheck pada artikel yang menjadi pantulan berita sebelum membuar proyeksi		
<b>Unsur validitas dan kepadatan informasi</b>			Informasi harus valid dan padat maka kredibilitas dapat terjaga	
<b>Proses verifikasi isu</b>				Memperhatikan kelayakan isu serta mengkonfirmasi secara resmi sebelum publikasi
<b>Strategi menyeimbangkan efisiensi, efektivitas, dan konsistensi</b>	Format dibuat agar mendukung target produksi harian dan memaksimalkan daya tarik konten tanpa mengabaikan etika jurnalistik			
<b>Proses penentuan format</b>			Penggunaan gimmic dan cerita kreatif digunakan diawal dan dipertimbangkan pada efektivitas	
<b>Jenis berita pada berita video pendek</b>		Didominasi straight news		

	sesuai karakter video pendek	
<b>Ketentuan durasi pada berita video pendek</b>		Durasi dapat menyesuaikan dari kelengkapan informasi
<b>Struktur isi berita video pendek</b>		Memenuhi 5W+1H dengan menonjolkan unsur why dan how
<b>Konsistensi visual</b>	Terdapat template khusus yang memuat elemen warna, logo dan posisi grafis pada video	
<b>Nilai berita video pendek</b>		Tidak semua unsur nilai berita terpenuhi namun terdapat minimal satu nilai berita
<b>Kelayakan isu pada berita video pendek</b>		Ditentukan berdasarkan aktualitas dan kebijakan redaksional
<b>Pernyampaian pesan berita video pendek</b>		Menggunakan storytelling dengan kalimat hook sebelum 8 detik pertama
<b>Penggunaan keyword yang relevan</b>	Kata kunci dapat dimasukan kedalam naskah, thumbnail, judul, dan deskripsi video	
<b>Gaya bahasa yang digunakan berita video pendek</b>		Diperbolehkan menggunakan bahasa tidak baku selama masih sopan dan sesuai konteks
<b>Penggunaan audio</b>	Memastikan penggunaan audio yang legal dan relevan pada isu serta dapat mendukung pesan secara emosional	

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

#### Temuan Peneliti:

1. Kompas.com sempat bereksperimen dengan gimmick, drama, atau penceritaan kreatif. Namun, pendekatan tersebut ditinggalkan karena memakan waktu dan tidak berdampak signifikan terhadap audiens.
2. Produksi video pendek banyak memanfaatkan potongan pernyataan tokoh atau cuplikan berita reguler.

3. Tidak ada patokan baku durasi video karena tergantung kebutuhan informasi. Prioritas adalah kepadatan dan kejelasan pesan, bukan sekadar batasan teknis.
4. Dalam video pendek, elemen “Why” dan “How” lebih diprioritaskan karena memberikan pemahaman mendalam dan menjawab rasa ingin tahu audiens, ketimbang sekadar “What” atau “When”.
5. Produksi video pendek menggunakan template khusus dengan logo, warna, dan tata letak tertentu agar konsisten secara visual dan mudah dikenali oleh audiens.
6. Kompas.com mengutamakan jenis berita straight news dengan isu yang berasal dari informasi yang viral di media sosial.

### 3. Manage

Manage pada The Circular Model of SoMe for Social Communication menurut Luttrell (2021) menjelaskan tahap ini organisasi melakukan pemantauan dan mengelola interaksi, reputasi, dan kehadiran digital secara menyeluruh. Dalam konteks ini, Kompas.com mengembangkan sistem pengelolaan konten berita video pendek di platform seperti YouTube Shorts, dengan berbagai penyesuaian agar tetap relevan secara algoritmik, informatif secara jurnalistik, dan efektif dalam penyampaian pesan. Informan 1 menjelaskan bahwa algoritma YouTube menjadi tantangan dalam pengelolaan kanal. Perubahan cara sistem membaca konten menuntut tim untuk cepat beradaptasi, agar video Kompas.com tetap muncul dalam hasil pencarian saat isu sedang ramai:

“Tantangannya ini ya karena ibaratnya kalau publikasi di youtube itu kan ibaratnya bukan di rumah sendiri ya di rumah orang nah ketika mungkin ada perubahan cara algoritma Youtube misalnya bagaimana mereka membaca konten-konten dan segala macam itu tantangan yang misalnya oh kayaknya yang kemarin kita pakai ini perform sekarang enggak. ... . tantangan dan beberapa produser di video itu adalah teman-teman teks yang kami tarik ke video karena di video itu kita butuh juga orang-orang yang sudah matang dari sisi penulisan dan penguasaan isu. ... . Paling tidak ketika ada isu rame, video kompas.com harus ada di topik di video apa di pencarian YouTube untuk yang videonya gitu.” (Informan 1, 22 Mei 2025)

Pengelolaan konten juga dilakukan dengan mempertimbangkan efisiensi dalam penyampaian pesan yang ringkas, tetapi tetap mengandung 5W+1H. Tantangannya, seperti disampaikan oleh Informan 3, adalah bagaimana menyampaikan sisi yang berimbang dalam waktu yang terbatas:

“Iya, tantangannya itu bagaimana mengemasas berita ringkas mungkin. Tapi apakah itu benar-benar menjadi seimbang ya? Berat gitu. ... . Tapi ya bisa. Bisa dalam artian dijelasinnya dalam kalimat-kalimat yang singkat dan padat gitu. ... . Untuk itu lebih banyak cenderung memilih yang tadi momentum, ada peristiwa ada jadi itu lebih enak untuk short sih. Ini terkait gaya penyajian ya. Gaya penyajian ya. Tapi yang penting tetap lengkap. Apa 5W+1Hnya ada semua. Ya unsur itu sepenuhnya harus terpenuhi ya” (Informan 3, 27 Mei 2025).

Untuk memastikan pesan menarik sejak awal, penggunaan kalimat “hook” pada 3–8 detik pertama menjadi perhatian penting. Menurut Informan 4, penyajian harus langsung memperlihatkan inti cerita, baru kemudian menyusul dengan kronologi:

“pastikan 3 detik, 4 detik 5 detik, 6 detik, sampai 8 detik pertama itu ngehook. Kalau cerita buat orang tertarik untuk nonton artinya apa dagingnya kalau bisa dikeluarin dulu gitu kan. ... . Nah tiga itu dengan cara storytelling lagi yang tidak membuat orang bingung. Itu dengan kronologis.” (Informan 4, 9 Juni 2025)

Dalam proses ini, prinsip verifikasi jurnalistik tetap dijaga secara ketat. Kompas.com tidak serta-merta mengunggah isu yang sedang viral jika informasinya belum terverifikasi dengan baik. Seperti ditegaskan oleh Informan 3:

“Prinsip yang ditanamkan di Kompas.com kebetulan adalah selalu harus diverifikasi ulang. Jangan sampai menyinggung orang lain. ... Harus memperhitungkan apakah ini informasinya sudah A1 atau belum.” (Informan 3, 27 Mei 2025)

Sebelum konten diproduksi, produser wajib memeriksa kelengkapan unsur berita melalui naskah yang disiapkan oleh tim. Jika belum lengkap, produser melakukan koreksi agar informasi tetap utuh dan informatif:

“Produser harus cross check di dalam naskah tersebut itu ada nggak 5W1H-nya. Kalau misalkan masih belum lengkap, produser bisa menambahkan lagi. Di dalam naskahnya itu harus masuk.” (Informan 2, 28 Mei 2025)

Dari sisi kebijakan teknis dan etik, Kompas.com juga menetapkan pedoman kerja melalui style guide. Panduan ini mengatur tidak hanya desain visual, tetapi juga larangan plagiarisme, penggunaan konten legal, dan kepatuhan terhadap etika jurnalistik:

“Semua style guide, itu kan ya panduan. Jangan plagiasi itu udah pasti. ... Terus habis itu, selain dari dilarang plagiasi, dilarang sembarangan ngambil konten. ... Kalau itu license-nya atau secara izin kita nggak punya atau tidak dibolehkan untuk menggunakan, ya kita nggak pakai.” (Informan 4, 9 Juni 2025)

Sumber visual yang digunakan dalam video pendek juga harus berasal dari sumber legal, seperti hasil liputan jurnalis internal, akun pemerintah, atau mitra berlangganan resmi seperti Antara dan Associated Press. Informan 1 menyampaikan:

“Sumber yang legal misalnya ya dimiliki oleh reporter Kompas.com baik di Jakarta ataupun kontributor daerah. Yang kedua dari sumber-sumber resmi ... Yang ketiga misalnya langganan visual dari Antara, dari IFP, dari Associated Press.” (Informan 1, 22 Mei 2025)

Dengan pendekatan menyeluruh ini, tahapan Manage tidak hanya berfokus pada respons audiens, tetapi juga mencerminkan bagaimana Kompas.com menjaga reputasi, kredibilitas konten, dan relevansi dalam ekosistem media sosial yang dinamis.

Tabel 4. 10 Hasil temuan manage strategi pengemasan berita video pendek

Deksripsi	Inggried Dwi Wedhaswary (Informan 1)	Deta Putri (Informan 2)	Yusuf Reza (Informan 3)	Nibras Nada Nailufar (Informan 4)
<b>Pengelolaan kanal platform Youtube</b>	Pengelolaan memperhatikan algoritma Youtube dengan membaca perubahan sistem			
<b>Pengelolaan konten pada berita video pendek</b>			Menyajikan pesan yang ringkas dan padat dan tetap mengandung 5W+1H	
<b>Penggunaan kalimat hook pada berita video pendek</b>				Hook terletak pada 3-8 detik pertama menjadi perhatian penting
<b>Prinsip verifikasi jurnalistik secara ketat</b>			Isu viral harus diverifikasi sebelum akan diunggah menjadi sebuah berita	
<b>Pemeriksaan unsur berita video pendek</b>		Produser melakukan pemeriksaan unsur berita dan jika belum		

lengkap maka akan dikoreksi agar informasi utuh

**Kebijakan teknis dan etik**

Menetapkan pedoman kerja dengan style guide

**Sumber visual berita video pendek** Visual berasal dari sumber legal seperti hasil liputan jurnalis, akun pemerintah, dan mitra berlangganan resmi

---

*Sumber: Olahan Peneliti, 2025*

Temuan Peneliti:

1. Kompas.com menyadari bahwa YouTube bukan "rumah sendiri", sehingga perubahan algoritma menjadi tantangan utama dalam memastikan visibilitas konten, khususnya saat isu sedang ramai diperbincangkan.
2. Video pendek harus mampu mengandung unsur 5W+1H dalam durasi terbatas. Tantangannya adalah menjaga keseimbangan dan kedalaman informasi tanpa kehilangan kejelasan.
3. Dalam 3–8 detik pertama, video harus mampu menarik perhatian penonton secara instan.
4. Meski berada dalam tekanan kecepatan media sosial, Kompas.com tetap mempertahankan prinsip verifikasi ketat untuk menjaga akurasi dan etika pemberitaan.
5. Kompas.com menggunakan style guide yang mencakup aturan desain, etika, hak cipta, dan batasan penggunaan konten pihak ketiga.

#### **4. Engage**

Tahapan Engage dalam The Circular Model of SoMe for Social Communication menurut Luttrell (2021) menekankan pentingnya membangun hubungan emosional melalui komunikasi dua arah, serta mendorong keterlibatan audiens lewat konten yang bermakna dan relevan secara personal maupun sosial. Dalam konteks Kompas.com, proses ini dijalankan melalui strategi konten yang

informatif, menyentuh, dan komunikatif, khususnya melalui berita video pendek di platform media sosial.

Salah satu cara membangun engagement adalah dengan menyediakan informasi yang memiliki nilai guna bagi audiens, sehingga mereka tidak hanya menonton tetapi juga terdorong untuk membagikan informasi tersebut. Informan 1 menjelaskan:

“Kalau untuk ngereach audience iya gitu ya. Ya karena isi substansi kontennya seputar informasi ya saya yakin yang nonton juga dapat sesuatu ya dari situ. Jadi paling tidak kalau diharapkan dengan penyebaran informasinya ya pasti dapat juga.” (Informan 1, 22 Mei 2025)

Namun, untuk benar-benar melibatkan audiens secara emosional dan kognitif, pemilihan konten dan cara penyajiannya harus dilakukan secara cermat dan strategis. Judul, isu, serta cara bercerita harus dipilih dengan penuh pertimbangan agar benar-benar dapat “bekerja” di tengah audiens media sosial:

“Ini harus-harus cerdas dalam memilih kontennya. Kalau ngomongin efektif ya efektif kontennya bisa bekerja atau tidak ya. Judulnya harus menarik. Harus-harus ini harus-harus cerdas dalam memilih itu.” (Informan 3, 27 Mei 2025)

Selain aspek konten, nada penyampaian dalam berita video pendek juga dirancang agar dapat menjangkau aspek emosional audiens. Menurut Informan 4, meskipun secara umum tone berita di Kompas.com tetap mengedepankan netralitas, nada empati atau keberpihakan terhadap isu kemanusiaan dan kepentingan publik tetap digunakan pada kasus tertentu:

“Tone itu yang ideal netral, artinya kita menyampaikan sesuatu tanpa tendensi. Tapi dalam beberapa hal kita berpihak kepada korban. ... Misalnya kekerasan seksual atau isu-isu kemanusiaan seperti Palestina, kita berpihak kepada kepentingan publik.” (Informan 4, 9 Juni 2025)

Visual juga memainkan peran penting dalam membangun koneksi emosional. Tim Kompas.com secara aktif memilih footage yang legal namun tetap menarik dan kuat secara visual agar narasi yang disampaikan tidak hanya informatif, tetapi juga menyentuh secara emosional. Misalnya, penggunaan gambar kejadian aktual, wajah-wajah tokoh, atau simbol-simbol yang mengandung emosi dapat membangun keterikatan lebih dalam dengan audiens.

Melalui kombinasi informasi yang relevan, tone yang tepat, visual yang kuat, dan pemilihan isu yang berdampak langsung pada masyarakat, berita video

pendek Kompas.com tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga mengundang audiens untuk peduli, terlibat, dan menyebarkan informasi secara aktif. Ini sejalan dengan tujuan utama tahap Engage, yakni menciptakan percakapan bermakna dan membangun hubungan jangka panjang antara media dan publiknya.

Untuk menilai tingkat keterlibatan (engagement) pengguna terhadap video pendek, digunakan tiga indikator utama, yaitu views (jumlah penayangan), likes (jumlah suka), dan komentar. Ketiga indikator ini mencerminkan seberapa besar respons dan interaksi yang diberikan audiens terhadap konten video yang disajikan. Dalam penelitian ini, masing-masing indikator dikelompokkan ke dalam tiga kategori tingkat keterlibatan: Rendah, Sedang, dan Tinggi. Proses pengelompokan dilakukan dengan cara membagi rentang data secara merata menjadi tiga bagian berdasarkan nilai minimum dan maksimum pada masing-masing indikator.

Hasil pengelompokan menunjukkan bahwa untuk indikator views atau jumlah penayangan, kategori Rendah mencakup rentang antara 2.716 hingga 230.604 penayangan, kategori Sedang mencakup 230.605 hingga 458.493 penayangan, sedangkan kategori Tinggi mencakup 458.494 hingga 686.602 penayangan. Untuk indikator likes atau jumlah suka, kategori Rendah berada pada kisaran 49 hingga 2.400 likes, kategori Sedang antara 2.401 hingga 4.750 likes, dan kategori Tinggi adalah nilai di atas 4.750 likes. Sementara itu, untuk indikator komentar, kategori Rendah mencakup jumlah komentar antara 0 hingga 1.562, kategori Sedang antara 1.563 hingga 3.125, dan kategori Tinggi antara 3.126 hingga 4.688 komentar. Berikut hasil analisis engagement di atas:

*Tabel 4. 11 Hasil Analisis Engagement*

<b>Judul Video</b>	<b>Tanggal</b>	<b>Views</b>	<b>Likes</b>	<b>Komentar</b>	<b>Kategori Engagement</b>
Rusia-Ukraina Sama-sama Klaim Lumpuhkan Serangan Lawan	2 Feb	37.558	900	42	Rendah
Gibran Datangi Pangkalan Gas di Manggarai, Cek Stok Elpigi 3Kg	6 Feb	24.99	226	36	Rendah
Reaksi Korban Nakba Palestina soal Trump Mau Kosongkan Gaza	6 Feb	34.62	2	171	Rendah
Menlu Israel Sebut Ide Trump Ambil Alih Gaza "Out of The Box"	7 Feb	66.527	910	466	Rendah

Kisah Cobra si Penjual Tisu, Mainkan Tongkat Sakti di Jalanan Bak Ahli Kungfu	9 Feb	12.357	217	20	Rendah
Transjakarta Berhenti di Rel Perlintasan Kereta, Penumpang Panik Pecahkan Kaca	16 Feb	12.375	142	9	Rendah
Disiksa dan Dijadikan Scammer di Myanmar, Eks DPRD Indramayu Akhirnya Bebas	17 Feb	18.119	148	16	Rendah
Momen BPBD Tangkap 25 Ular Kobra dan 105 Cangkang Telur di Madiun	20 Feb	689.318	7.1	266	Tinggi (Views, Likes)
Lukisan Tikus Garuda Viral, Fadli Zon Singgung Batasan Berekspresi	26 Feb	2.716	49	9	Rendah

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari sembilan video, hanya satu video yang berhasil mencapai kategori tinggi pada indikator views dan likes, yaitu video berjudul "Momen BPBD Tangkap 25 Ular Kobra dan 105 Cangkang Telur di Madiun". Video ini memperoleh 689.318 views dan 7.100 likes, melampaui ambang batas tertinggi dalam klasifikasi. Namun, video tersebut tetap berada pada kategori rendah untuk jumlah komentar, yaitu 266.



Gambar 4. 8 Beberapa Komentar pada Berita BPBD menangkap Ular

Dari 266 komentar, peneliti menganalisis 20 komentar. Sebagian besar komentar bernuansa humor dan satire. Penonton tampaknya menikmati kekacauan yang terekam dalam video, dan menjadikannya bahan lelucon yang ringan namun tajam. Misalnya, komentar seperti “Ulo 1 ae, sing geger wong sak kecamatan” atau “Baru satu ular saja, yang heboh satu kecamatan” dan “Bpbd nyekel ulo semono ribute ngungkuli wong jotosan nok dangdutan” atau “BPBD nangkap ular saja ributnya melebihi orang berkelahi di acara dangdutan” mengindikasikan bahwa

audiens melihat situasi yang dramatis ini sebagai hiburan yang mencerminkan realitas sosial khas Indonesia. Narasi semacam ini menunjukkan bahwa konten yang menyajikan kejadian nyata dengan elemen keramaian berpotensi memicu keterlibatan dalam bentuk ekspresi lucu dan komentar bernada santai.

Di sisi lain, tidak sedikit komentar yang bersifat kritis dan reflektif. Beberapa penonton menyoroti kurangnya koordinasi dalam penanganan situasi, seperti komentar “Harusnya satu komando, satu orang saja yang mengkoordinir” atau “Ruweet... kakean seng ngatur” atau “Ruwet... terlalu banyak yang ikut mengatur”. Ini menandakan bahwa audiens tidak hanya pasif menikmati tayangan, tetapi juga memperhatikan aspek manajerial dan keselamatan dalam aksi nyata di lapangan.

Komentar juga muncul terhadap aspek teknis penyajian video, seperti overlay tulisan yang dianggap menutupi objek utama, yakni ular. Keluhan seperti “Tulisanmu nutupi pemandangan” menunjukkan bahwa pengalaman menonton sangat dipengaruhi oleh pilihan visual editor. Hal ini menjadi penting sebagai catatan evaluatif terhadap produksi konten visual yang efektif. Selain itu, terdapat juga komentar yang memberi saran dengan nada empatik, seperti anjuran untuk menggunakan perlengkapan keselamatan dalam menangani ular berbisa. Komentar-komentar semacam ini menegaskan bahwa penonton juga berperan sebagai pemberi masukan konstruktif, terutama bagi pihak yang terlibat langsung dalam kejadian.

Sementara itu, delapan video lainnya menunjukkan performa yang seragam dalam kategori rendah untuk semua indikator keterlibatan. Video-video tersebut mencakup berbagai topik, mulai dari isu geopolitik (konflik Rusia-Ukraina dan Palestina), ekonomi (kunjungan Gibran ke pangkalan gas), hingga peristiwa regional dan seni. Temuan ini menunjukkan bahwa isu besar atau bernilai berita tinggi tidak menjamin keterlibatan tinggi, khususnya dalam format video pendek yang bergantung pada kecepatan penyampaian dan daya tarik visual.

Analisis juga menunjukkan bahwa jenis narasi (Voice Over vs Reader) tidak secara signifikan mempengaruhi engagement. Video dengan narasi Voice Over maupun Reader sama-sama dominan berada dalam kategori rendah. Oleh karena

itu, dapat disimpulkan bahwa keterlibatan lebih dipengaruhi oleh kekuatan konten visual dan relevansi tema, bukan oleh format penyajian suara.

CTA yang digunakan pada semua video bersifat pasif dan kurang menggugah interaksi. Frasa "Simak pada video berikut!" hanya berfungsi sebagai transisi atau penutup, tanpa memberikan dorongan emosional atau instruksional yang dapat mengarahkan penonton untuk melakukan tindakan seperti memberikan komentar, menyukai, atau membagikan video. Dengan demikian meskipun komponen CTA telah diterapkan, efektivitasnya dalam mendorong keterlibatan audiens sangat terbatas. Keterlibatan yang tinggi pada satu video tampaknya lebih disebabkan oleh faktor tema yang menarik dan tidak biasa (penangkapan ular), bukan oleh keberadaan CTA itu sendiri.

Tabel 4. 12 Temuan Penelitian Engage strategi pengemasan berita video pendek

<b>Deksripsi</b>	<b>Temuan Penelitian</b>
<b>Upaya melibatkan audiens</b>	Menyediakan informasi yang memiliki manfaat agar mendorong audiens untuk membagikan informasi
<b>Keterlibatan audiens</b>	Melakukan pemilihan konten secara cermat dan strategis mengenai judul, isu, dan cara bercerita
<b>Pilihan Nada dan Keberpihakan</b>	Secara umum tone berita mengedepankan netralitas, nada empati, atau keberpihakan pada isu kemanusiaan kepentingan publik
<b>Peran visual untuk engagement</b>	Menggunakan sumber yang legal serta menarik dan kuat secara visual agar narasi yang disampaikan dapat menyentuh secara emosional
<b>Tingkat keterlibatan (engagement) pada berita video pendek</b>	Tiga indikator utama, yaitu views (jumlah penayangan), likes (jumlah suka), dan komentar. dari sembilan video, hanya satu video yang berhasil mencapai kategori tinggi pada indikator views dan likes, yaitu video berjudul "Momen BPBD Tangkap 25 Ular Kobra dan 105 Cangkang Telur di Madiun".
<b>Komentar audiens pada berita video pendek</b>	Pada berita video pendek yang berjudul "Momen BPBD Tangkap 25 Ular Kobra dan 105 Cangkang Telur di Madiun" terdapat komentar yang bersifat humor dan satire, kritis, serta mengomentari teknis penyajian video.
<b>Pengaruh format pada engagement</b>	Antara format reader dan voice over terlihat bahwa tidak mempengaruhi dari segi engagement. Format reader dan voice over didominasi pada kategori rendah. Keterlibatan dapat dipengaruhi kekuatan konten visual dan relevansi
<b>CTA pada berita video pendek</b>	Penggunaan bersifat pasif dan kurang menggugah interaksi hanya menggunakan ajakan pada penutup dideskripsi berita.

Sumber: Olahan Penelitian, 2025

#### Temuan Peneliti:

1. Kompas.com memproduksi konten video pendek yang tidak hanya menginformasikan, tetapi juga memberikan manfaat kepada audiens. Namun, engagement tinggi ternyata tidak ditentukan oleh isu besar, tetapi kedekatan dan keunikan visual. Audiens video pendek lebih tertarik pada kejadian nyata yang dekat, dan dramatis.
2. Kompas.com berupaya membangun hubungan dengan audiens media sosial melalui pemilihan isu, judul, dan narasi. Kompas.com juga menggunakan

visual tidak hanya pelengkap informasi, tapi alat utama untuk membangun koneksi emosional. Namun, CTA yang digunakan seperti “Simak pada video berikut” bersifat pasif, dan hanya menjadi penutup, sehingga tidak mengarahkan audiens untuk menyukai, berbagi, atau berkomentar.

3. Video dengan format Voice Over (VO) maupun Reader cenderung berada dalam kategori engagement rendah.
4. Kompas.com secara umum menjaga tone berita tetap netral, tapi memberi ruang untuk berpihak pada isu kemanusiaan dan korban kekerasan, misalnya dalam berita soal Palestina.



