

**MANAJEMEN PRODUKSI CHANNEL YOUTUBE SINAU HURIP
DALAM MENGEMAS KONTEN EMPATI PENANGANAN ODGJ JALANAN**

Herlin Ade Kusumawardani

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Negeri Surabaya

Email: herlinade.20009@mhs.unesa.ac.id

Gilang Gusti Aji

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Negeri Surabaya

Email: gilangaji@unesa.ac.id

Abstrak

Media sosial berkembang dengan sangat pesat dari tahun ke tahun. Hampir semua masyarakat menggunakan media sosial untuk mendapatkan sumber informasi, edukasi, hiburan, dan lain sebagainya. Youtube menjadi salah satu media sosial berbagi video yang populer di masyarakat karena kemudahan dalam mengakses video serta memiliki beragam manfaat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana manajemen produksi channel youtube Sinau hurip dalam mengemas konten empati ODGJ jalanan hingga mampu memulangkan 250 ODGJ kepada keluarganya. Landasan teori yang digunakan berdasar dari Eli M Noam yang berisi teknik pengurangan resiko, faktor pengembangan produk, dan faktor struktur organisasi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana channel youtube Sinau Hurip dalam mengelola konten empati yang humanis, tiak menyinggung pihak lain, berkolaborasi dan menjalin hubungan baik dengan semua pihak.

Kata Kunci : Manajemen Produksi, Konten Empati, ODGJ Jalanan

Abstract

social media is developing very rapidly from year to year. Almost all people use social media to get sources of information, education, entertainment, and so on. YouTube is one of the video sharing social media that is popular among the public because it is easy to access videos and has various benefits. The aim of this research is to find out how the production management of the Sinau Hurip YouTube channel is in packaging empathetic content for people with mental disorders on the streets so that they are able to send 250 people with mental disorders back to their families. The theoretical basis used is based on from Eli M Noam which contains risk reduction techniques, product development factors, and organizational structure factors. This research uses a qualitative descriptive method. The results of this research are to find out how the Sinau Hurip YouTube channel manages humanistic, empathetic content, does not offend other parties, collaborates and builds good relationships with all parties.

Keywords: Production Management, Empathetic Content, Mental Disorders on the Street

PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat, membuat banyak pihak yang memprediksi tenggelamnya media konvensional di Indonesia dan berpindah pada media sosial yang jauh lebih mudah diakses kapan pun dan di manapun dengan menggunakan internet. Televisi kini tidak lagi menjadi medium komunikasi utama bagi individu untuk mendapatkan informasi (Mutmainnah dkk, 2020). Hal ini ditandai dengan menurunnya jumlah penonton televisi dan meningkatnya pengguna akses internet.

Menurut Data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2018 penonton televisi mencapai sekitar 93,21%, namun pada tahun 2021 penonton televisi menurun menjadi 89,96%. Penurunan ini menunjukkan jumlah penonton menurun sebesar 3,25% selama periode 3 tahun. Sedangkan penggunaan akses internet seperti (media sosial youtube, instagram, facebook, tiktok, whatsapp, dan lain – lain) justru semakin tinggi dan meningkat dari tahun ke tahun.

Sejauh ini, youtube memang lebih banyak ditonton oleh masyarakat Indonesia karena kebaruan media sosial youtube yang dapat memberikan tayangan beragam sesuai dengan keinginan dan kebutuhan para penonton. Sedangkan televisi cenderung memiliki program tetap atau rutinan yang telah dirancang oleh crew stasiun televisi. Walaupun televisi mulai bertransformasi menjadi televisi pintar (smart tv) yang dapat menayangkan konten youtube pada televisi, namun transformasi tersebut masih dinilai kurang efektif oleh masyarakat.

Berkembangnya media youtube membuat masyarakat juga ikut serta berlomba – lomba dalam membuat konten yang menarik. Sehingga pada era saat ini, seorang content creator membutuhkan manajemen yang baik

untuk menarik dan mempertahankan para penonton pada setiap konten yang diproduksi. Manajemen tersebut dapat dirancang sedemikian rupa misalnya dengan melakukan pendekatan yang terkait dengan penerapan ide, perencanaan, dan jadwal pelaksanaan produksi dalam kerangka waktu yang ditentukan oleh kreator dan tim produksi. Dalam industri penyiaran, strategi manajemen produksi digunakan untuk bersaing dengan kreator lain dengan tujuan memenangkan para audiens (Khanifaturohmah, 2022). Oleh karena itu, sangat penting untuk mempelajari manajemen dalam memproduksi suatu konten youtube yang memandu realisasi konten dan mencapai tujuan sebuah keberhasilan suatu channel youtube.

Keberhasilan channel youtube juga ditunjang dari keunikan dan kebutuhan para penonton, sehingga para penonton akan merasa ingin menonton konten tersebut. Pada umumnya, masyarakat Indonesia lebih suka menonton konten – konten yang menyentuh emosional. Hal ini dibuktikan dengan hasil riset Kumparan.com oleh Rachmadin Ismaeil (2018) yang menyatakan bahwa masyarakat memang cenderung lebih menyukai konten yang menguras emosional karena konten dinilai mampu mempengaruhi masyarakat untuk berempati terhadap lingkungan sekitar.

Misalnya pada channel youtube Sinau Hurip, yang merupakan salah satu channel youtube dengan isi konten berupa edukasi hiburan yang bertujuan ingin memberikan pesan kepada para penonton untuk belajar hidup dari kehidupan. Dimana kita sesama manusia harus memanusiakan manusia lain. Di dalam channel youtube ini, Sukaryo Adi Saputra selaku content creator Sinau Hurip memproduksi konten – konten yang hampir setiap hari mengatasi Orang Dalam Gangguan Jiwa (ODGJ) di jalanan Jawa Tengah dan sekitarnya bahkan pernah hingga sampai ke Tangerang. Adi dengan sukarelawan berusaha untuk menangani para ODGJ jalanan

dengan harapan bisa membantu mempertemukan ODGJ pada keluarganya.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis ingin meneliti manajemen produksi channel youtube Sinau Hurip dalam membangun konten ODGJ jalanan karena Sinau Hurip berhasil mengemas konten *education entertainment* secara sederhana, namun sama sekali tidak terasa membosankan dan sangat nyaman untuk ditonton. Channel youtube ini juga terlihat berbeda dengan konten – konten empati lainnya. Dimana, tim Sinau Hurip mampu mengatasi gejolak emosi dari para ODGJ hingga mereka luluh dan patuh dengan apa yang dibicarakan oleh Adi selaku kreator Sinau Hurip. Hal ini membuktikan bahwa sebenarnya ODGJ juga ingin diperhatikan layaknya manusia pada umumnya. Dari situlah yang melatarbelakangi penulis untuk ingin meneliti manajerial produksi channel youtube Sinau Hurip yang matang, hingga mampu mengedukasi para viewers-nya untuk belajar dari kehidupan bagaimana cara memanusiakan manusia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menemukan, mendapatkan, serta mengumpulkan data dalam suatu peristiwa yang sedang diteliti. Metode deskriptif kualitatif seringkali digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang berkaitan dengan apa, siapa, dimana, serta bagaimana pengalaman atau peristiwa tersebut terjadi, hingga akhirnya peneliti menemukan pola – pola pada fenomena tersebut.

Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan dengan tahapan empat bulan pertama diawali dengan penemuan ide dan penyusunan proposal; dua bulan selanjutnya melaksanakan tahapan penelitian yang meliputi penggalan dan analisis

data. Perencanaan penggalan dan analisis data ini akan dilaksanakan pada bulan April – Mei.

Lokasi penelitian ini berada di rumah narasumber atau pemilik dari channel youtube Sinau Hurip yang berada di Kudus, Jawa Tengah. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang maksimal, jelas, dan lengkap, maka penulis perlu melakukan observasi dan wawancara secara langsung di tempat pihak yang bersangkutan.

Subjek dalam penelitian ini adalah orang – orang yang ada dibalik channel youtube Sinau Hurip meliputi pendirinya founder, co founder, camera person, dan editor. Sedangkan objek penelitian ini berfokus pada penerapan manajemen channel youtube Sinau Hurip dalam mengemas konten empati penanganan ODGJ jalanan sebagai media edukasi dan hiburan serta membantu para ODGJ jalanan untuk dapat bertemu kembali dengan keluarganya.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data dengan *library research* atau studi kepustakaan, seperti pengumpulan data pustaka, mencari, membaca, dan menganalisis teori yang ada dalam buku, jurnal, maupun hasil penelitian yang relevan. Namun pengumpulan data yang utama dalam penelitian ini adalah dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Teknik Pengurangan Resiko

Pada riset pertama Sukaryo Adi mencoba belajar ilmu hipnoterapi, dimana sang istri juga berpeluang dapat menangani ODGJ jalanan karena dulunya beliau juga yang pernah praktek di Rumah Sakit Jiwa. Sedangkan Sukaryo Adi juga sejak kecil telah bersinggungan langsung dengan ODGJ karena di dalam keluarga ada juga yang mengalami ODGJ. Sukaryo Adi juga melakukan riset

bagaimana mengangani ODGJ yang tepat namun tetap humanis dengan melihat tayangan – tayangan konten empati lainnya salah satunya CCTV ODGJ dari Rian TV yang menjadi role model (gambaran dalam mengemas konten ODGJ jalanan) yang telah berhasil disukai masyarakat. Sehingga pada akhirnya Sinau Hurip kini juga mampu memberikan konten empati penanganan ODGJ jalanan yang justru memiliki ciri khas tersendiri dengan menonjolkan sisi humanis dalam mengemas konten empati tersebut.

Selain melakukan riset dalam memperbanyak wawasan, Sinau Hurip tentu juga melakukan riset terkait besarnya peluang yang dapat dijadikan sebagai sumber konten. Dimana banyaknya ODGJ jalanan yang terlantar di sekitar daerah rumah Sukaryo Adi. Bahkan daerah Kudus Jawa Tengah dan sekitarnya ini dikenal sebagai surganya ODGJ. Sehingga, selain membuat konten sebenarnya tujuan utama dari Sinau Hurip sendiri adalah ingin mencari solusi untuk ODGJ jalanan yang terlantar dengan membantu memulangkan ODGJ kepada keluarganya.

Riset dalam perencanaan anggaran biaya juga sangat dipikirkan secara matang oleh founder Sinau Hurip. Menurut Sukaryo Adi, pendanaan untuk konten empati penanganan ODGJ jalanan ini sebenarnya juga tidak murah. Namun disisi lain, Sinau Hurip tidak perlu membayar atau mengundang talent ternama di setiap kontennya. Pemilihan topik konten youtube yang peduli akan makhluk sosial, justru mendapat banyak bantuan anggaran dana atau barang dari beberapa pihak yang ingin terlibat dalam membantu ODGJ jalanan. Namun perlu digaris bawahi, walaupun banyak pihak yang ingin memberikan bantuan kepada ODGJ jalanan, pihak Sinau Hurip sama sekali tidak pernah meminta sumbangan, murni dari ODGJ untuk ODGJ. Sinau Hurip menggunakan teknik pertanggunggan ini dengan sangat tepat.

Sehingga, semua biaya yang dibutuhkan dalam produksi selalu tercukupi dengan baik.

Dalam memproduksi konten empati penanganan ODGJ jalanan, sebenarnya tim Sinau Hurip tidak menargetkan pada audiens tertentu, baik usia ataupun gender. Menurut hasil wawancara, Sinau Hurip melakukan peramalan pasar justru pada isi konten, dimana konten empati sangat banyak diminati oleh para masyarakat yang ada di Indonesia.

Dalam pemilihan pembuatan konten, Sinau Hurip juga pada awalnya melakukan peramalan pasar dan merasakan *trial and error*. Sebelum Sinau Hurip memproduksi konten empati penanganan ODGJ jalanan, Sinau Hurip telah melewati lika – liku dalam memproduksi topik lainnya. Seperti memproduksi konten – konten yang menunjukkan kehidupan kaum marjinal yang sangat inspiratif. Namun ternyata konten empati penanganan ODGJ jalanan lah yang lebih mampu menarik perhatian masyarakat dan menjadikan channel youtube Sinau Hurip semakin dikenal oleh banyak orang hingga disorot pemerintah.

Dalam konsep Eli M Noam untuk mengurangi pengurangan resiko pada produksi dapat dilakukan dengan teknik pergeseran ke pihak lain, dimana tim sebaiknya dibedakan antara pembuat naskah, tim produksi di lapangan, editor, ataupun tim distribusi konten. Managemen produksi channel youtube Sinau Hurip sendiri sebenarnya hanya membedakan tim menjadi 2 (dua), yaitu tim produksi lapangan dan tim editor. Namun, teknik tersebut kurang dimaksimalkan oleh Sinau Hurip karena Sinau Hurip masih membebankan pekerjaan pada *founder* yang menjadi tim produksi dan tim distribusi. Saat produksi, founder menjadi pemimpin tim, dan ketika poses distribusi, founder menjadi editor tiktok dan instagram.

Diversifikasi konten empati penanganan ODGJ jalanan juga dilakukan oleh tim Sinau Hurip dengan menyebarkan cuplikan atau potongan video yang menarik melalui media sosial instagram, facebook, tiktok untuk mempromosikan kontennya, agar para penonton penasaran dan melihat konten secara lengkapnya di youtube.

2. Faktor Pengembangan Produk

Pada teknik pengembangan produk biasanya ide cerita ditulis, direvisi, dan dikembangkan (Noam, 2019). Namun pada produksi channel youtube Sinau Hurip dalam mengemas konten empati penanganan ODGJ jalanan tidak berfokus pada pemantapan ide cerita, melainkan pada kisah yang diceritakan oleh ODGJ jalanan yang nantinya akan ditayangkan. Sehingga, Sinau Hurip tidak melakukan proses pra produksi, dimana konten yang disajikan memang secara spontan dan berisi informasi terkait penemuan ODGJ yang ada di jalanan. Justru yang menjadi tantangan Sinau Hurip dalam teknik pengembangan produk adalah bagaimana Sinau Hurip saat memproduksi konten dapat menguasai suasana dan memancing ODGJ untuk bercerita.

Sinau Hurip memang mengemas konten secara sederhana, namun channel youtube Sinau Hurip sangat menekan beberapa hal yang perlu untuk diperhatikan dan dilakukan agar konten dapat disukai dan diterima oleh banyak orang serta berhasil menyentuh perasaan para penontonnya. Berikut merupakan poin – poin strategi manajemen produksi Sinau Hurip dalam mengemas konten empati ODGJ jalanan:

Menggali Pemicu ODGJ Jalanan dengan Sisi Humanis

Sinau Hurip memiliki value atau terlabel menjadi channel youtube yang mengemas konten empati ODGJ jalanan dengan sisi yang sangat humanis. Sinau Hurip memang memiliki

tujuan untuk selalu belajar hidup dari kehidupan bagaimana memanusiakan manusia lain karena ODGJ juga manusia. Dengan tujuan seperti itu, Sinau Hurip selalu menyajikan tayangan youtube dengan menangani ODGJ jalanan secara tulus seperti memotong rambut, kuku, bahkan memandikan ODGJ jalanan. Ketika konten dibuat dengan ketulusan hati, maka tanpa disengaja juga akan tercipta suasana yang mengharukan dan menguras emosi. Sebenarnya membersihkan ODGJ jalanan merupakan salah satu cara Sinau Hurip untuk mendekati ODGJ jalanan agar mau diajak berinteraksi. Kebanyakan ODGJ jalanan mau berinteraksi ketika mereka sudah mandi dan dibersihkan.

Menjunjung Tinggi Etika Perlindungan Hak dan Privacy Keluarga

Sinau Hurip memiliki tujuan utama menemukan ODGJ jalanan bertemu kembali dengan keluarganya. Namun Sinau Hurip sangat menjunjung tinggi perlindungan hak keluarga dan privacy keluarga. Dalam penanganan ODGJ, Sinau Hurip selalu melibatkan keluarga dengan mengkonfirmasi terlebih dahulu untuk menindaklanjuti ODGJ jalanan. Apabila ODGJ jalanan ditemukan dan telah dikenali keluarga, Sinau Hurip memiliki dua opsi untuk dijemput di rumah Sukaryo Adi yang berkediaman di Kudus, Jawa Tengah atau diantarkan ke rumah keluarga ODGJ. Namun proses memulangkan ODGJ juga atas izin keluarga, tidak secara tiba – tiba dipulangkan. Semua tindakan Sinau Hurip selalu menunggu konfirmasi pihak keluarga.

Menjaga Hubungan Baik dan Berkolaborasi dengan Berbagai Pihak

Untuk menjangkau audiens yang heterogen dan meluas, Sinau Hurip berkolaborasi dengan berbagai pihak, seperti kepala desa (pemangku desa), polisi, tentara, dokter, perawat, warga, bahkan para awak media (stasiun televisi). Menurut Sukaryo Adi, dalam proses penanganan

ODGJ Jalanan ini memang sangat dipelukan bantuan dan terlibatnya berbagai pihak untuk memudahkan poses evakuasi atau penanganan ODGJ jalanan. Founder Sinau Hurip sendiri mengatakan bahwa tim Sinau Hurip memang harus berkolaborasi dengan semua pihak yang terlibat tanpa ada yang ditinggalkan.

Bahkan Ganjar Pranowo selaku Gubernur Jawa Tengah pada kala itu, beliau juga mempunyai keinginan untuk bisa melihat proses Sinau Hurip dalam menangani ODGJ jalanan. Pada saat Ganjar Pranowo ikut, Sinau Hurip sedang menangani ODGJ yang penuh dengan rantai. Ganjar Pranowo berhasil merayu ODGJ untuk rehab. Pada saat itu pula, ODGJ jalanan mendapat atensi yang sangat bagus dari dinas sosial. Namun, dari hasil observasi yang diselenggarakan dengan wawancara peneliti dengan Sinau Hurip menunjukkan bahwa Sinau Hurip belum menemukan solusi untuk ODGJ yang tidak terdaftar Kartu Indonesia Sehat (KIS), walaupun Sinau Hurip akan tetap mengusahakan ODGJ jalanan mendapatkan pelayanan dari rumah sakit. Padahal seharusnya kolaborasi antara Sinau Hurip dan pemerintah dapat memberikan kemudahan dalam pelayanan kesehatan ODGJ jalanan.

Konsistensi Menyampaikan Informasi yang Tidak Terputus

Tidak dapat dipungkiri Sukaryo Adi memang dapat dikatakan seorang youtuber dari pemilik channel youtube Sinau Hurip, dimana konsistensi untuk pengunggahan video harus tetap terjaga untuk mengembangkan dan meningkatkan perfoma channel youtubanya. Dimana konsistensi untuk pengunggahan video harus tetap terjaga untuk mengembangkan dan meningkatkan perfoma channel youtubanya.

Bagi Sinau Hurip konsistensi ini sangat perlu dilakukan karena channel youtube Sinau Hurip berusaha menyampaikan informasi yang

tidak terputus yang berkaitan dengan ODGJ jalanan. Semakin cepat menayangkan informasi terkait ODGJ jalanan, semakin cepat pula ODGJ jalanan dikenali dan dapat berkumpul lagi dengan keluarganya. Dengan meningkatnya perfoma channel youtube Sinau Hurip, maka sangat berpeluang besar juga untuk ODGJ dikenali keluarganya.

Memaksimalkan Audio Video dalam Proses Produksi Konten

Sukaryo Adi selaku founder menjelaskan proses produksi konten Sinau Hurip ini sangat memaksimalkan audio dan video. Walaupun pengambilan gambar pada konten youtube Sinau Hurip sederhana karena hanya *still* dan fokus menyorot pada wajah ODGJ jalanan, namun Sukaryo Adi mengusahakan agar gambar tetap jelas dan memiliki kualitas yang bagus dengan menggunakan **Lumix S5 Mirroless Camera** sebagai pengambilan gambar konten youtube Sinau Hurip. Sinau Hurip pun tidak memiliki *story board* untuk acuan dalam pengambilan gambar konten empati ODGJ jalanan ini karena Sinau Hurip lebih berfokus pada pesan yang disampaikan kepada para penonton. Namun pengambilan gambar yang sederhana ini tetap memberikan tayangan yang terbaik dan mampu bersaing dengan konten empati youtube lainnya yang serupa.

Dibandingkan dengan pengambilan gambar, Sinau Hurip justru lebih mengutamakan kualitas audio, dimana sebenarnya konten Sinau Hurip ini dapat dikatakan sebagai *podcast* bersama ODGJ di jalanan. Dengan keadaan di jalanan yang bising, tentu Sinau Hurip mengatasinya dengan audio yang bagus agar suara tetap terdengar jelas dan layak untuk disajikan kepada para penonton. Audio Sinau Hurip pun menggunakan **Rode Wireless Microphone**, alat audio yang pada umumnya digunakan oleh youtuber lain yang sudah sangat terkenal. Dengan memperhatikan dan

memberikan kualitas video dan audio yang terbaik, Sinau Hurip berharap agar konten Sinau Hurip dapat memberikan informasi atau edukasi yang nyaman untuk dikonsumsi oleh penonton. Dengan begitu ODGJ jalanan juga akan mudah dikenali dan dapat kembali bersama keluarganya.

3. Faktor Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang jelas pada pengelolaan channel youtube memang sangat diperlukan agar menghasilkan konten yang maksimal. Menurut Eli M Noam setiap organisasi memiliki pekerjaannya masing – masing. Begitupun dengan channel youtube Sinau Hurip yang tentu memiliki struktur organisasi tersendiri. Namun sayangnya, tim Sinau Hurip memang sangatlah terbatas sehingga dalam struktur organisasi tim hanya dibedakan menjadi dua yaitu tim produksi lapangan dan tim editor.

Pembagian tersebut dapat dikatakan tepat karena membedakan tim produksi dan tim distribusi, namun fokus founder dapat dikatakan belum maksimal. Dimana proses produksi konten youtube Sinau Hurip masih memberatkan di tugas founder. Founder menjadi pembawa acara dalam proses produksi dan menjadi tim distribusi dalam proses pasca produksi. Walaupun begitu, Sinau Hurip masih mampu menyajikan konten youtube dengan sangat menarik para penonton.

Sayangnya pada publikasi tiktok Sinau Hurip kurang mendapat fokus dalam pengunggahannya. Hal ini dapat dibuktikan dengan konten cuplikan pada tiktok yang seringkali mendapat teguran karena terdapat adegan kekerasan. Hingga pada akhirnya, tiktok Sinau Hurip terkena *banned* oleh pihak tiktok karena beberapa kali mengabaikan peringatan tersebut.

PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan dari data hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen produksi channel youtube Sinau Hurip dalam mengemas konten empati penanganan ODGJ jalanan memiliki tahapan yang lebih sederhana daripada media konvensional seperti program televisi pada umumnya. Pada tahapan pra produksi konten youtube Sinau Hurip, cukup melakukan peramalan pasar secara sederhana dengan memperhatikan performa atau *traffic* jumlah *views* yang tertera pada *account creator*. Dimana kini media sosial memiliki algoritma tertentu yang membuat konten lebih mudah tersampaikan kepada para pemirsa sesuai tontonan yang disukai tanpa memerlukan riset yang panjang.

Pada tahapan produksi, Sinau Hurip juga melakukannya dengan sederhana. Sinau Hurip tidak melakukan *meeting* sebelum turun ke jalan, tidak ada *story board* ataupun *script* dalam proses produksinya. Bahkan untuk pengambilan gambar pun Sinau Hurip cenderung *still* dan fokus menyorot ke wajah ODGJ. Walaupun proses produksi yang dilakukan oleh Sinau Hurip ini sederhana, namun makna atau *value* pesan yang disajikan dapat tersampaikan secara maksimal dan membuat konten menjadi hidup serta tidak membosankan. Hal ini membuktikan bahwa Sinau Hurip mampu mengemas konten penanganan ODGJ jalanan dengan sangat baik dan menarik.

Namun sayangnya Sinau Hurip masih kurang memaksimalkan *platform* media lain untuk menarik perhatian penonton yang sebenarnya ada peluang besar. Penggunaan media instagram dan tiktok kurang dimanfaatkan dengan baik.

Manajemen produksi Sinau Hurip dalam mengemas konten empati ODGJ jalanan menekan pada lima faktor penting yang harus

diperhatikan dan dilakukan, yaitu (1) Konsistensi menyampaikan informasi yang tidak terputus, (2) Menggali pemicu ODGJ jalanan dengan sisi humanis, (3) Menjunjung tinggi perlindungan hak dan privacy keluarga, (4) Menjaga hubungan baik dan berkolaborasi dengan berbagai pihak, serta (5) Memaksimalkan audio video dalam proses produksi konten.

Walaupun Sinau Hurip memiliki struktur organisasi sederhana, yang meliputi *founder*, *co founder*, *camera person*, editor youtube, dan editor facebook, namun founder Sinau Hurip berhasil membedakan tim produksi di lapangan dan tim distribusi konten. Dengan begitu, masing – masing orang akan fokus dengan apa yang dikerjakan, dimana setiap produk konten tentu membutuhkan kedetailan agar menghasilkan konten yang kreatif, menarik, dan maksimal. Sayangnya, pada tim Sinau Hurip ini, masih terlalu membebankan founder dalam proses produksinya yang merangkap menjadi pembawa acara dan editor konten instagram dan tiktok.

SARAN

1. Saran Akademis

Untuk peneliti selanjutnya apabila berminat untuk mengkaji topik yang serupa dapat menggali lebih dalam lagi terkait pemilihan SDM yang ada di Sinu Hurip.

Selain itu, peneliti selanjutnya dapat mengulik pandangan kedepannya channel youtube Sinau Hurip akan dikembangkan seperti apa, dan apakah founder akan selalu ikut dalam proses produksi atau tidak.

Dapat juga mengulas strategi pemilik channel youtube dalam mengembangkan produksi konten agar tayangan yang disajikan mampu survive dari waktu ke waktu. Hal tersebut patut dilakukan karena untuk

mengetahui bagaimana mengembangkan channel youtube seiring berjalannya waktu yang akan terus berubah menjadi lebih kreatif dan modern.

2. Saran Praktis

Memilih Sumber Daya Manusia atau tim yang memahami terkait penanganan ODGJ juga, sehingga produksi konten tidak hanya membebankan pada *founder* dan bisa saling membantu.

Dapat menuliskan deskripsi youtube yang memberikan gambaran dari isi konten, tidak hanya sekedar memberikan *clickbait* dengan harapan agar penonton lebih mudah memahami point yang disampaikan oleh ODGJ. Selain itu, juga Sinau Hurip juga bisa menambahkan hastag – hastag pada perluasan konten di media sosial lainnya seperti instagram, tiktok, dan facebook.

Sinau Hurip dapat berkolaborasi dengan media – media online lainnya yang relevan dengan Sinau Hurip yang dapat lebih berdampak untuk jangkauan penonton yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, I. (2023). Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmu Keolahragaan Undiksha* , 10.
- Alrasyid, H. (2023). Manajemen Produksi Program Humanitalk Podcast Pada Channel Youtube Dompot Dhuafa TV. *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah* , 66 - 80.
- Andanni, R. M. (2021). Analisis Tren Online Live Streaming pada Website dan Youtube Televisi Berita di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi* , XVIII, 35.
- Anindya, A., Elian, N., & Hanana, A. (2020). Transformasi Media Youtube dan

- Televisi (Analisis Fungsi dan Konsumsi Media Youtube dan Televisi di Kota Padang). *Jurnal Ranah Komunikasi* , IV, 189.
- Aniza, F. (2023). Manajemen Produksi Chanel Youtube Akun "Gibran Rakabuming" dalam Mempromosikan Kota Solo. *Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta* , 28.
- Anwar, F. (2017). Perubahan dan Permasalahan Media Sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* , I, 139.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. (2023). Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* , I, 4.
- Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana* , IX, 145.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design*. Purworejo: Pustaka Pelajar.
- Dewi, E. R. (2020). Hubungan Media Sosial dalam Pembentukan Karakter Anak. *Journal of Learning Education and Counseling* , III, 47.
- Dwistia, H., Sajdah, M., Awaliah, O., & Elfina, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Pendidikan Agama Islam* , 78 - 79.
- Endarwati, E. T., & Ekawarti, Y. (2021). Efektivitas Penggunaan Sosial Media Tiktok sebagai Media Promosi Ditinjau dari Perspektif Buying Behaviors. *Management Development and Applied Research Journal* , IV, 119.
- Evanalia, S., Rochim, A., & Fatimah, S. (2023). Komodifikasi Pekerja dan Dampaknya pada Kualitas Pemberitaan di Youtube KompasTV. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* , XXII, 76 - 77.
- Fadhallah. (2020). *Wawancara*. Jakarta: UNJ Press.
- Fairuz, D., Safitri, N. K., & Hidayatulloh, A. (2024). Peran Youtube Studio Al - Fusha TV dalam Dakwah Islam di Era Digital. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* , II, 454.
- Fikhasari, A., & Aji, G. G. (2019). Peran Media Sosial dalam Manajemen Media Online (Studi Kasus Tirto.ID). *Commercium* , II, 55-59.
- Fitrianingrum, A. (2023). Manajemen Produksi Channel Youtube Akun "Gibran Rakabuming" dalam Mempromosikan Kota Solo. *Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta* , 19.
- Hartanti, L. E. (2015). Kebijakan Media Televisi di Era Media Baru. *Jurnal Interact* , IV, 42 - 43.
- Harun, A. (2023). Manajemen Produksi Program Humanitalk Podcast pada Channel Youtube Dompot Dhuafa TV. *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah* , 32.
- Hidayanto, S., & Irwansyah. (2019). Youtube Vlog: Lahirnya Era User Generated Content dan Industri Vlog di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* , II, 19.
- Joesyiana, K. (2018). Penerapan Metode Pembelajaran Observasi Lapangan (Outdoor Study) Pada Mata Kuliah

- Manajemen Operasional. *PeKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi* , VI, 94-95.
- Khanifaturohmah, F. N. (2022). Strategi Produksi dalam Meningkatkan Kualitas Konten Norak di Channel Youtube Cameo Project. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, XIV, 91.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- Kusumastuti, R. D., & Salsabillah, D. (2022). Analisis Resepsi Khalayak Tentang Stigma Orang Dengan Skizofrenia Pada Tayangan Youtube CXO Media "Perspektif" Episode 23. *Brand Communication Jurnal Ilmu Komunikasi* , I, 193-195.
- Lucas, H. C. (2000). *Information Technology For Management* (7 ed.). New York: McGraw Hill.
- McLachlan, S. (2024, February 24). *2024 Instagram Demographics: Top User Stats for Your Strategy*. Retrieved June 19, 2024, from Hootsuite: <https://blog.hootsuite.com/instagram-demographics/>
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat* , XII, 150.
- Mokhtar, S. B., Haron, A., Hassan, & Yunus, K. (2022). Penggunaan Facebook Page Untuk Mempertingkatkan Kemahiran Menulis dalam Kalangan Komuniti TVET. *Jurnal Kejuruteraan, Teknologi dan Sains Sosial* , VIII, 110.
- Muhammad Rifki Ihsan Tamimi, A. W. (2023). Manajemen Produksi Konten YouTube Danang Giri Sadewa. *Jurnal Audiens* , II, 332.
- Mutmainnah, D. N., Eriyanto, D., Triwibowo, P. W., & Salamah, D. U. (2020, November). Riset Penonton Khalayak Televisi (Pandangan Generasi Z Tentang TVRI). *Lembaga Penelitian dan Pengembangan Sosial dan Politik* , 1.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Naufal, M. I. (2022). Analisis Resepsi Crew Budi Luhur TV Tentang Youtube Channel Raio 101.8 Bahana FM Jakarta Vlogbodjo. *Avant Garde Jurnal Ilmu Komunikasi* , X, 251.
- Noam, E. (2019). *Media and Digital Management*. Germany: Springer International Publishing AG.
- Nuraini, R. D. (2020). Penerapan Metode Studi Kasus Yin dalam Penelitian Arsitektur dan Perilaku. *Inersia* , XVI, 92-104.
- Nurrohman, A. S. (2022). Strategi Dakwah Digital Dalam Meningkatkan Viewers di Channel Youtube Jeda Nulis. *Jurnal Studi Islam dan Masyarakat* , I, 26.
- Prabowo, G. A. (2022). Komodifikasi Sedekah di Media Youtube. *Fucosis* , II, 249.
- Prihatiningsih, W. (2017, April). Motif Penggunaan Media Sosial di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication* , 52.
- Purwitasari, E., Althaf, M., & Umam, C. (2022). Analisis Framing Komodifikasi Kemiskinan dalam Konten Video Pada

- Akun Baimpaula. *Jurnal Ilmu Komunikasi* , XII, 27.
- Puspitarini, Sekar, D., & Nuraeni, & R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common* , III (1), 71 - 80.
- Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021). Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok. *Koeksi* , V, 281.
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* , V, 60.
- Rahayu, M., & Mahmudah, S. M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara* , II, 4.
- Razaq, A., Islahudin, & Khakim, A. (2022). Komodifikasi Konten Berbagi Uang dalam Akun Youtube Baim Paula. *Al-Hikmah* , XX, 19.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah* , XVII, 83.
- Septiarysa, L., Marta, R. F., & Agung, H. (2021). Anotasi Rasa Empati Selama Pandemi Covid 19 pada Konten Digital Pariwara Youtube Rosalia Inah. *Jurnal Komunikasi Profesional* , V, 457 - 458.
- Sitompul, W. W., Masitoh, S., Tanjung, S. P., & Kartini. (2021). Penelitian Tentang Youtube. *Maktabatun Jurnal Perpustakaan dan Informasi* , 14-15.
- Stellarosa, Y., Firyal, S. J., & Ikhsano, A. (2018). Pemanfaatan Youtube Sebagai Sarana Transformasi Majalah Highend. *Jurnal Lugas* , II, 61.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Bandung: Alfabeta.
- Susanti, S., & Standi, K. (2020). Manajemen Produksi Program Anak Indonesia di TVRI Jawa Barat. *Jurnal Ranah Komunikasi* , IV, 136 - 138.
- Susilowati, R., & Bagaskoro, G. (2021). Penggunaan Klip Video Dari Youtube Di Dalam Acara Televisi Yang Bersifat Komersil Dipandang Dari undang - Undang No.28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *Supermasi Hukum* , XVII, 97.
- Tamimi, M. R., Wjayanto, A., & Hidayat, I. N. (2023). Manajemen Produksi Konten Youtube Daang Giri Sadewa. *Jurnal Audiens* , II, 332.
- Tinambunan, T. M., & Siahaan, C. (2022). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Komunikasi Massa di Kalangan Pelajar. *Jurnal Ilmu Komunikasi* , V, 14.
- Utami, F. T., & Zanah, M. (2021). Youtube Sebagai Sumber Informasi Bagi Peserta Didik di Masa Pandem Covid-19. *Jurnal Sinestesia* , XI, 83.
- Vebrynda, R. (2022). Manajemen Produksi Konten SketsaMu di Youtube Muhammadiyah Channel. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* , XXI, 171-175.
- Wahyudin, U., & Karimah, K. E. (2016). Etika Komunikasi di Media Sosial. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi* , 221.
- Yuliana, W. (2018). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif dalam Perspektif Bimbingan dan Konseling. *Quanta* , II, 83-84.