

Proses Pembuatan Video Hasil Pertanian Sebagai Media Sosialisasi Internal Instansi dan Masyarakat di Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian (BBP2TP)

Lilis Cucu Sumartini^{1*}, Fujiyati², Ujang Sujana³, Roso Putranto Widiatmoko⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Manajemen Industri, Akademi Telekomunikasi Bogor, Jl Bina Marga No. 17 Bogor Timur, Kota Bogor, Indonesia

E-mail: liliscucu80@gmail.com

* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2286>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 20 August 2025

Revised: 26 August 2025

Accepted: 01 Sept 2025

Kata Kunci:

BBP2TP, Media Sosial, Video.

Keywords:

BBP2TP, Socializing Media, Video.

ABSTRACT

Pengabdian ini menyajikan Proses Pembuatan Video Produk Pertanian sebagai media sosialisasi internal kelembagaan dan publik di Balai Besar dan Pengembangan Teknologi Pertanian (BBP2TP) dan menerapkan metode kualitatif untuk menyediakan referensi dan kejadian sistematis atau akurat dari berbagai sumber dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data. Media sosialisasi merupakan kegiatan komunikasi dalam menyampaikan surplus produk, baik komoditas maupun jasa, dan media ini cukup substansial untuk meyakinkan komoditas dan jasa tersebut. BBP2TP telah mensosialisasikan produk melalui media, seperti flyer, leaflet, brosur, x-banner, dan video. Balai Besar dan Pengembangan Teknologi Pertanian (BBP2TP) merupakan Unit Pelaksana Teknis (UPT) dalam pengkajian dan pengembangan teknologi pertanian di bawah pengawasan Kepala Bidang dan Pengembangan Pertanian, dan media sosialisasi tersebut tentunya memberikan informasi dan visualisasi hasil kajian produk. Informasi yang jelas dapat meningkatkan dan memengaruhi antusiasme masyarakat untuk menggunakan hasil kajian produk. Harapannya, penggunaan media yang dirancang dan diimplementasikan ini akan lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan menggunakan brosur, jurnal, dan situs web lembaga konvensional.

This service presents the Agricultural Product Video Making Process as institutional and public internal socialization media in Indonesian Agricultural Technology Research and Development (BBP2TP) and applies qualitative method to provides the references and systematical or accurate occurrences from many sources using various data gathering techniques. Socializing media represents communication activities in delivering product surplus of either commodities or services and this media is quite substantial in order to persuade the commodities and services. BBP2TP has been socializing products research by media, such as flyer, leaflet, brochure, x-banner and video. Indonesian Agricultural Technology Research and Development (BBP2TP) is technical implementer unit (UPT) in study and development agricultural technology under the surveillance of Agricultural Research and Development Division Chairman and the socializing media certainly provides information and visualization of products' study result. Obvious information can improve and effect people enthusiasm to use products' study result. The expectation of using the designed and implemented is to be more effective and efficient than using conventional brochure, journal and institution website.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Lilis Cucu Sumartini, et al (2025). Proses Pembuatan Video Hasil Pertanian Sebagai Media Sosialisasi Internal Instansi dan Masyarakat di Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian (BBP2TP), 4(1). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2286>

PENDAHULUAN

Masyarakat bergerak maju dan tidak bergerak mundur. Ini artinya, masyarakat akan bergeser dari masyarakat tradisional ke masyarakat modern. Tentunya perangkat, tantangan, dan alat-alat yang digunakan dalam masyarakat modern berbeda dengan masyarakat tradisional.

Berbagai peralatan untuk menunjang kebutuhan hidupnya juga sangat berbeda jauh. Dalam masalah berkomunikasi, juga terlihat pergeseran yang mencolok. Kalau dahulunya mereka mengandalkan komunikasi tatap muka dalam komunikasi kelompok sebagai pola komunikasi yang paling diandalkan, dengan perkembangan teknologi komunikasi yang kian pesat, mereka mengandalkan peralatan modern untuk mendukung proses komunikasi tersebut. (Nurudin, 2007:33). Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian (BBP2TP) sebagai suatu institusi pengkajian dan pengembangan teknologi pertanian spesifik lokasi. Mempunyai komitmen untuk menyampaikan hasil pengkajian dan pengembangan teknologi pertanian. petani dan pengguna lainnya di daerah adalah fokus utama, sehingga inovasi teknologi spesifik lokasi yang dihasilkan harus sesuai kebutuhan mereka. Untuk melaksanakan tugas pokok, fungsi dan mandatnya, Balai Besar Pengkajian didukung oleh 31 Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) dan 2 Loka Pengkajian Teknologi Pertanian (LPTP) yang berada diseluruh Indonesia. BPTP/LPTP memegang peranan strategis sebagai kepanjangan tangan dari Badan Litbang Pertanian di daerah. Koordinasi dengan Balai Besar, Balai, dan Loka di lingkup Badan Litbang Pertanian juga penting sebagai penunjang teknologi dasar, yang kemudian akan dikaji lebih lanjut oleh BPTP/LPTP untuk menghasilkan teknologi spesifik (bbp2tp.litbang.pertanian.go.id).

Sosialisasi hasil produk pertanian kepada masyarakat perlu dilakukan oleh BBP2TP dalam upaya meningkatkan pengembangan dan sosialisasi iptek melalui sinergi antara akademisi, bisnis, dan pemerintah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. Untuk mendukung sosialisasi tersebut, diperlukan sebuah media sosialisasi yang mudah dimengerti oleh masyarakat maupun internal instansi, salah satunya adalah penggunaan video.

Video dipilih menjadi media sosialisasi dan informasi untuk mengemas profile produk hasil pertanian menjadi lebih menarik, dan efektif dalam menyampaikan informasi. Selain itu video produk ini bisa menjadi pemecahan masalah yang saat ini ada di BBP2TP, yaitu kurangnya visualisasi tentang produk hasil pertanian. Dengan video, masyarakat menjadi lebih mengetahui tentang hasil dan kegunaan produk pertanian.

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa inggris, *mass communication*, sebagai kependekan dari *mass media communication*. Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa. Pada dasarnya komunikasi massa melalui media cetak dan elektronik. (Nurudin, 2009 : 3-4).

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV (Cangara,2002: 134). Media Massa adalah faktor lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui proses pelaziman klasik, pelaziman operan atau proses imitasi (belajar sosial). Dua fungsi dari media massa adalah media massa memenuhi kebutuhan akan fantasi dan informasi (Rakhmat, 2001: 189). Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audiens yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas (Nurudin, 2007: 3).

Peran media massa secara umum adalah sebagai sarana atau sumber informasi dalam komunikasi massa. Hal ini dapat dilihat apabila media massa dijadikan sebagai salah satu wadah untuk menyebarkan informasi.

Media massa adalah institusi yang berperan sebagai *agent of change*, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Ini adalah paradigma utama media massa. (Burhan Bungin, 2006:85), Dalam menjalankan paradigmanya media massa berperan sebagai berikut: 1) Media massa sebagai institusi pencerahan masyarakat; Media massa dapat digunakan sebagai sarana edukasi yang mendidik masyarakat dengan berita atau informasi yang disampaiakannya sehingga membuat pikiran masyarakat menjadi lebih cerdas, maju dan terbuka, 2) Media massa menjadi media informasi; Dengan adanya media massa maka masyarakat dapat mengetahui informasi yang ada dan menjadi masyarakat yang kaya akan informasi, 3) Media massa sebagai hiburan dan institusi budaya; Selain sebagai sumber informasi, media massa juga dapat digunakan masyarakat sebagai sarana hiburan dan sebagai institusi budaya.

Media massa berperan untuk menjaga masyarakat dari kebudayaan yang dapat merusak moral maupun kehidupan sosial.

Sosialisasi adalah proses belajar yang kompleks. Dengan sosialisasi, manusia sebagai makhluk biologis menjadi manusia yang berbudaya, yang cakap menjalankan fungsinya dengan tepat sebagai individu dan sebagai anggota kelompok. Sosialisasi merupakan proses penanaman kecakapan dan sikap yang diperlukan untuk dapat memainkan peran sosial di masyarakat. Di dalam diri setiap manusia, terdapat impuls-impuls untuk melakukan segala sesuatu. Di sisi lain, lingkungan tempat ia berada dan berinteraksi memiliki nilai dan norma yang mengarahkan perilaku. Dalam proses sosialisasi, seorang individu berusaha menyesuaikan impuls-impuls itu dengan tekanan nilai dan norma yang mengikatnya. Bila potensi tingkah laku seseorang tidak bertentangan dengan nilai dan norma, maka berkembang lebih lanjut menjadi bagian dari kepribadiannya (Suhardi dan Sunarti, 2009: 104). Manusia tidak mungkin mengadakan sosialisasi tanpa melibatkan pihak atau unsur dari luar. Unsur dari luar itulah yang disebut media sosialisasi. Media sosialisasi adalah pihak-pihak yang menjadi perantara terjadinya sosialisasi. (Suhardi dan Sunarti, 2009: 104).

Video merupakan gambar-gambar dalam frame, dimana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup. Azhar Arsyad (2011 : 49) Komponen video terdiri dari: 1) *Frames per second* : merupakan jumlah frame per detik. Semakin banyak jumlah frame per detik, maka kualitas videonya akan lebih bagus. FPS yang menyebabkan terjadinya perubahan pada video, pergerakan yang terlihat, 2) *Aspec Ratio* : merupakan perbandingan lebar dan tinggi. Tinggi gambar digunakan untuk tentukan jarak pandang, setiap detail gambar ditampilkan dalam pixel, 3) Resolusi : jumlah pixel yang digunakan, semakin besar resolusi yang digunakan, maka akan memberikan gambar yang lebih tajam, 4) *Bit Depth*: merupakan ukuran pixel untuk menghasilkan warna, semakin tinggi depth yang digunakan, warna yang dihasilkan akan lebih tajam, 5) *Bit Rate*: suatu ukuran kecepatan bit suatu data dari suatu tempat ke tempat lain, diukur dengan Kbps dst. Semakin besar bit rate nya semakin halus gambar yang akan dihasilkan.

Menurut Sugianto (2012:8) Adobe Premiere Pro CC merupakan aplikasi video editing yang sangat populer di kalangan profesional ataupun pengguna awam yang menyukai video editing Adobe Premiere Pro CC mampu mengolah dan menyelesaikan produksi video mulai dari capture, editing, memberikan efek, transisi dan menggunakan perpaduan efek yang cantik dan professional.

METODE

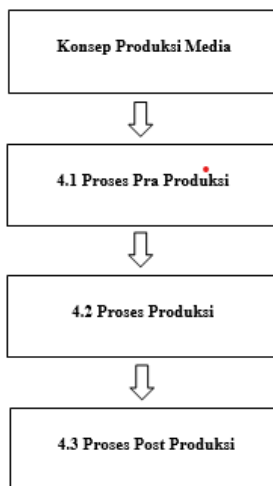
Metode yang digunakan dalam ini adalah metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data tentang pemanfaatan video hasil pertanian sebagai media sosialisasi internal dan masyarakat di Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian dilakukan dengan melakukan wawancara dengan pegawai BBP2TP mengenai hal-hal lain yang berkaitan dengan tema yang dibahas tentang pemanfaatan video sebagai media sosialisasi internal dan masyarakat tersebut. Penulis melakukan pengamatan terhadap apa yang terjadi dilapangan, dan mengamati hal-hal yang dianggap sebagai permasalahan untuk dibahas dalam laporan ini. Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati langsung tanpa mediator sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut. Observasi ini dilakukan pada Bidang Seksi Pendayagunaan Hasil Pertanian dan fungsional humas di BBP2TP.

Waktu dan Tempat Kegiatan

- Waktu kegiatan : 01 April sampai 30 Mei 2024
- Lokasi : Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

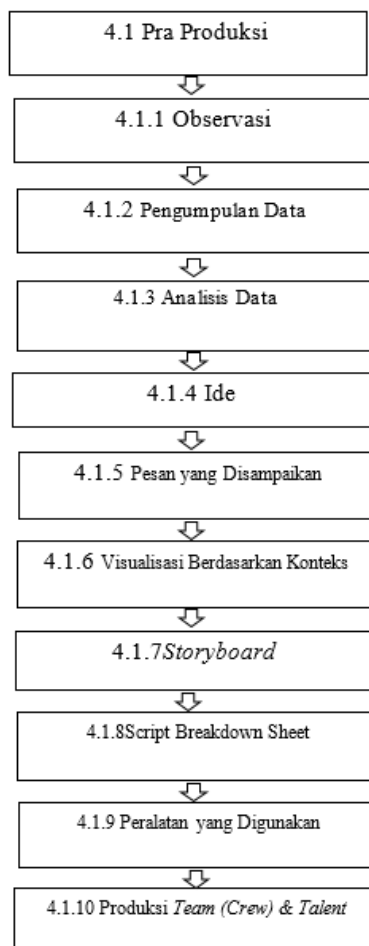
Tahapan-tahapan yang dilakukan untuk proses pembuatan video menggunakan konsep produksi media agar media video yang dihasilkan dapat mencapai tujuan dan efisien. Tahapan pada Konsep Produksi Media adalah:



Gambar 1. Konsep Produksi Media

Proses Pra Produksi

Pra produksi merupakan tahap perencanaan yang dimulai dengan menuangkan ide yang ditulis secara garis besar dengan membuat sinopsis. Kemudian sinopsis dikembangkan melalui gambaran cerita yang dituangkan melalui *storyboard* dan proses penulisan naskah atau *script writing* untuk keperluan produksi. Setelah persiapan cerita sudah matang, kemudian dilakukan pemilihan pemain dan crew, pemilihan lokasi, serta persiapan alat-alat dan budget. Semua tahapan yang ada harus terencana secara sistematis.



Gambar 2. Proses Pra Produksi

Ide atau gagasan dikembangkan dan dituangkan kedalam bentuk karya nyata melalui media video produk sebagai sarana penunjang informasi yang mengambil ide dari profile Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian yang menampilkan informasi tentang produk dari masing-masing BPTP Provinsi.

Melalui video ini penulis ingin menyampaikan pesan mengenai informasi produk hasil pertanian, cara menanam, dan kegiatan pertanian serta memberikan visualisasi dari produk hasil pertanian dari masing-masing BPTP Provinsi.

Untuk memvisualisasikan profile produk hasil pertanian digunakan media audio visual berupa video. Video berisi tentang informasi produk dan kegunaannya berdurasi sekitar 1-3 menit. Diharapkan durasi video yang singkat dapat menyampaikan informasi kepada pegawai BPTP dan masyarakat. Selama proses pra produksi, perencanaan yang berhubungan dengan visualiasasi yang akan dibuat membutuhkan Storyboard sebagai media bantuannya.

Berikut adalah *visual* jenis video yang ditampilkan beberapa segmen yang telah dibuat untuk media sosialisasi selama di Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian (BBP2TP), berikut jumlah dan jenis video, diantaranya:

1. Video Jagung menjadi Produk Olahan Beras Jagung (BPTP Nusa Tenggara Timur).



Gambar 3. Produk Beras Jagung

2. Video Daun Gambir menjadi Produk Olahan Minuman Teh Celup Daun Gambir (BPTP Sumatera Barat).



Gambar 4. Produk The Celup Daun Gambir

3. Video Cabai dan Tomat menjadi Produk Olahan Saus Cabai dan Tomat (BPTP Kalimantan Tengah).



Gambar 5. Produk Saus Cabai dan Tomat

Proses meng-upload video produk hasil pertanian ke channel Youtube BBP2TP

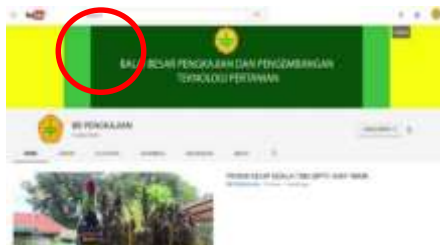
Pada tahap ini semua proses pra produksi, produksi, pasca produksi telah selesai sesuai dengan yang dibahas, maka diperlukan fasilitas untuk memanfaatkan video hasil pengkajian ini, pada ini penulis menggunakan *Youtube* sebagai media hasil akhir, dimana semua informasi yang terdapat pada video dapat dilihat oleh semua kalangan masyarakat. Proses pemanfaatan video menggunakan *youtube* yaitu:

1. Masuk ke akun Youtube BB Pengkajian.



Gambar 6. Beranda Youtube BBP2TP

2. Klik **Upload** dibagian atas laman.



Gambar 7. Upload

3. Sebelum mulai mengupload video, *admin* dapat memilih [setelan privasi video](#).

- a. Setelan privasi video

Anda dapat mengubah setelan privasi video dengan mudah dan mengelola akses penayangannya:

- 1) Video dan playlist **publik** dapat dilihat dan dibagikan oleh siapa saja.
 - 2) Video dan playlist **pribadi** hanya dapat dilihat oleh Anda dan pengguna yang Anda pilih.
 - 3) Video dan playlist **tidak publik** dapat dilihat dan dibagikan oleh siapa saja yang memiliki linknya.
4. Pilih video yang ingin *upload* dari komputer. *admin* juga dapat membuat rangkaian slide video atau mengimpor video dari Google Foto.



Gambar 8. Pemilihan Video

Selama video diupload, *admin* dapat mengedit informasi dasar dan setelan lanjutan untuk video, serta menentukan bila ingin mengirim notifikasi ke para pelanggan (jika menghapus centang opsi ini, para pelanggan tidak akan mendapatkan notifikasi). Partner juga dapat menyesuaikan setelan monetisasi. Klik Publikasikan untuk menyelesaikan proses upload video publik ke YouTube. Bila mengatur setelan privasi video ke Pribadi atau tidak tercantum, cukup klik Selesai untuk menyelesaikan upload, atau klik Bagikan untuk berbagi video.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas mengenai informasi tentang hasil produk pertanian, dapat ditarik kesimpulan bahwa pembuatan video produk ini untuk memberikan informasi tentang produk hasil pertanian yang ada di ruang lingkup BBP2TP dan masyarakat luas. Selama melaksanakan kegiatan pengabdian di BBP2TP penulis membuat 7 video produk hasil pertanian diantaranya, Produk Beras Jagung, Produk Teh Celup Daun Gambir, Produk Saus Cabai dan Tomat, Produk Kecap Kedelai, Produk Minyak Kelapa, Produk Minuman Kopi, Produk Minuman Cokelat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini, kami mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami ingin mengucapkan terima kasih kepada BBP2TP Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian (BBP2TP) atas kesempatan dan tempat yang digunakan.

REFERENSI

- Ardianto, Elvinaro, dkk, 2004, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- Ardianto, Komala, Karlinah, 2012, *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Baskro, Adi, 2009, *Panduan Praktis Searching di Internet*, PT TransMedia, Jakarta.
- Binanto, Iwan, 2010, *Multimedia Digital –Dasar Teori dan Pengembangannya*, Andi, Yogyakarta.
- Bungin, Burhan, 2007, *Sosiologi Komunikasi*, Kencana Persada Media Group, Jakarta.
- Cangara, Hafied, 2002, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Effendy, OnongUchjana, 2006, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Fauziahardiyani, 2009, *Komunikasi dan Media Massa*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- <http://bbp2tp.litbang.pertanian.go.id/index.php/profil/sejarah> (Di akses pada tanggal 18 Mei 2017)
- http://www.kompasiana.com/yuhdyanto/peranan-media-massa-dalam-kehidupan-sosial-dan-politik-indonesia_552a36486ea834f649552d3c (Di akses pada tanggal 19 Mei 2017)
- Kriyantono, Rachmat, 2011, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana. Jakarta.
- Mulyana, Deddy, 2005, *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nurudin, 2007, *Pengantar Komunikasi Massa*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Prastowo Andi, 2011, *Memahami Metode-Metode (Suatu Tinjauan Teoritis dan Praktis)*, Ar-Ruzz Media, Yogyakarta.
- Subroto, Sastro, Darwanto, 2007, *Produksi Acara Televisi*, Duta Wacana University Press, Yogyakarta.
- Vardiansyah Dani, 2004, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Ghalia Indonesia, Bogor.
- “Pengertian Media Massa” http://www.kompasiana.com/nur.amalina22/pengertian-media-massa_550069dfa333115c73510b26 (Di akses pada tanggal 18 Mei 2017)
- “Penggunaan Media Audio Visual dan Komunikasi Pembangunan” <http://www.agribisnispenyuluhan.tk/search?q=video> (Di akses pada tanggal 18 Mei 2017)