

		2. Siapa sasaran audiens untuk program Reels Enam Plus dengan presenter ini dan mengapa audiens tersebut dianggap penting? 3. Bagaimana Tim Produksi Reels Enam Plus dengan presenter memproduksi video Reels ini sesuai dengan kebutuhan masyarakat? 4. Apa yang membedakan video Reels Enam Plus dengan presenter dengan Enam Plus lainnya di Instagram atau di website ? perbedaan dengan program lain 5. Mengapa memilih presenter laki-laki dan bule? Citra apa yang ingin dibentuk? 6. Mengapa memilih program Enam Plus dengan presenter ini ditayangkan di Instagram?
	Institusi Sosial	1. Bagaimana media mempertimbangkan karakteristik pengguna di media sosial untuk program ini? Apakah mempengaruhi mulai dari topik hingga penyajian berita? 2. Bagaimana program ini memiliki kaitan dengan pihak luar seperti pemerintah atau ditujukan untuk kepentingan ekonomi seperti pengiklan?

		3. Bagaimana sejauh ini tantangan hingga <i>engagement</i> dari penonton? Bagaimana standar Liputan6 jika program sudah baik atau belum? 4. Bagaimana dengan kompetisi dengan media lain, media apa saja yang menjadi saingan atau referensi untuk program Enam Plus dengan presenter ini? 5. Bagaimana penggunaan teknologi dalam proses produksi program ini?
	Organisasi	1. Bagaimana perusahaan KLY yang menaungi Liputan6.com hingga horizontal di EMTEK berpengaruh terhadap terhadap proses produksi program? Bagaimana program ini berkaitan dengan tujuan atau aturan yang ada? 2. Pada struktur organisasi di Liputan6.com, siapa saja yang memiliki peran dalam program ini? Bagaimana peran pemimpin seperti CEO KLY dan Pemimpin redaksi terhadap program ini? Bagaimana peran dan tanggung jawab dari pihak-pihak tersebut? 3. Bagaimana identitas yang ingin dibentuk oleh Liputan6.com melalui program ini?

		4. Bagaimana proses dalam produksi hingga distribusi Reels Enam Plus dengan presenter ini? 5. Bagaimana proses penentuan presenter yang menarasikan berita atau informasi tersebut? Siapa saja yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan tersebut? Bagaimana syarat nya untuk menjadi bagian dari tim? 6. Bagaimana proses pengerjaan program ini mempengaruhi organisasi, struktur, atau rutinitas di Liputan6.com? 7. Bagaimana rapat terkait dengan program Enam Plus dengan presenter ini dilakukan? Apa tujuannya? Siapa saja yang perlu hadir dan perannya seperti apa? 8. Bagaimana tim melakukan evaluasi terkait dengan program Enam Plus dengan presenter? 9. Bagaimana peran anda dalam penentuan topik atau berita yang cocok untuk dijadikan Reels program ini? Apa saja pertimbangan yang digunakan dalam organisasi?
--	--	--

		10. Apakah pernah ada ide atau video Reels dengan presenter ini di program lain? Apa yang membedakan?
	Rutinitas	1. Bagaimana alur produksi Reels Enam Plus dengan presenter ini? 2. Bagaimana pemilihan topik atau isu dalam setiap minggunya? 3. Bagaimana pengemasan dan penyajian berita ini? Konsep ini terinspirasi darimana? 4. Bagaimana rutinitas dan tanggung jawab anda pada program ini? Bagaimana anda menentukan bahwa satu ide/berita dapat digunakan atau tidak? 5. Siapa saja yang dapat mengajukan ide atau agenda dari produksi program ini? Siapa yang membuat naskah atau proposal? 6. Bagaimana tim mendapatkan sumber berita untuk mendapatkan topik atau materi video? Apakah ada sumber berita yang tidak boleh digunakan, seperti apa; ? 7. Bagaimana pengambilan keputusan terkait ide atau topik dilakukan? Atau siapa yang memiliki kuasa untuk mengambil keputusan tersebut?

		8. Apa nilai berita yang sering dipertimbangkan dalam proses produksi program ini? 9. Bagaimana tim melakukan evaluasi terkait program ini? Bagaimana standar keberhasilan dan <i>engagement</i> dari program tersebut? 10. Bagaimana rating atau <i>engagement</i> yang ditargetkan pada program ini? Mengapa demikian? 11. Bagaimana strategi penggunaan kata kunci atau pemanfaatan fitur Instagram dalam proses publikasi tersebut? 12. Bagaimana tim menentukan agenda, jika diperhatikan, kadang program ini membahas hal-hal unik di Indonesia, tren, isu sosial atau yang sedang viral lalu pada bulan November, program ini banyak membahas Piala Dunia, alasannya mengapa?
	Individual	1. Sebagai redaktur pelaksana, Bagaimana peran dan tanggung jawab Anda dalam program Enam Plus dengan presenter? 2. Bagaimana pengalaman anda sebagai redaksi pelaksana dalam memproduksi konten untuk media sosial ?

		3. Bagaimana anda mendapatkan ide atau topik dan konsep pengemasan video tersebut? 4. Menurut anda, bagaimana penyajian yang baik untuk produk video berita di Reels Instagram? 5. Bagaimana pandangan anda sendiri terhadap program ini? Apakah konsep ini cukup berhasil? Pandangan anda terkait dengan berita di media sosial? 6. Bagaimana selama ini <i>feedback</i> yang diterima baik dari internal Liputan6.com atau audiens di Instagram? 7. Apakah perilaku, kepercayaan, dan nilai-nilai pribadi yang dipegang tiap individu dapat mempengaruhi produksi ini? 8. Bagaimana tiap individu bekerja sesuai dengan profesionalitas dan kode etik sebagai jurnalis? 9. Bagaimana latar belakang, organisasi, dan jenjang karir anda di media?
--	--	--

2. Narasumber Produser Enam Plus Vertikal

KONSEP	INDIKATOR	PERTANYAAN
--------	-----------	------------

TEORI HIRARKI ISI PESAN	Sistem Sosial	1. Bagaimana latar belakang dibalik program ini? Siapa yang menggagas program ini? Mengapa memilih media Instagram? 2. Mengapa Liputan6.com melihat program ini dibutuhkan khususnya bagi pengguna Instagram? 3. Siapa target audiens dari program ini? Mengapa audiens tersebut yang dipilih 4. Bagaimana kecenderungan tema atau topik yang diangkat oleh media? Nilai berita yang dipilih seperti apa? 5. Apakah tema yang diangkat memiliki kaitan dengan ideologi Liputan6.com? atau perusahaan media? 6. Bagaimana pemilihan presenter? Mengapa memilih presenter laki-laki dan bule? Citra apa yang ingin dibentuk?
	Institusi Sosial	1. Bagaimana media mempertimbangkan karakteristik pengguna di media sosial untuk program ini? Apakah mempengaruhi mulai dari topik hingga penyajian berita? 2. Bagaimana program ini memiliki kaitan dengan pihak luar seperti pemerintah atau

		ditujukan untuk kepentingan ekonomi seperti pengiklan? 3. Bagaimana sejauh ini tantangan hingga <i>engagement</i> dari penonton? Bagaimana standar Liputan6 jika program sudah baik atau belum? 4. Bagaimana tanggapan audiens dan <i>engagement</i> yang terbentuk di Instagram terkait dengan program ini? 5. Bagaimana pihak luar seperti pemerintah atau pengiklan terkait dengan topik yang akan disajikan? 6. Bagaimana dengan saingan program ini dengan media lain? 7. Bagaimana anda melihat pengaruh internal dan eksternal yang mempengaruhi program berita ini?
	Organisasi	1. Bagaimana struktur organisasi dan perusahaan Liputan6.com mempengaruhi konten ini? 2. Bagaimana aturan perusahaan yang harus diikuti dalam membuat berita seperti ini?

		3. Bagaimana anda menanggapi arahan atasan yang harus diikuti bahkan didahulukan terkait dengan program ini? 4. Bagaimana pengaruh dari Liputan6.com sebagai media dibawah perusahaan KLY hingga EMTEK terhadap program ini? 5. Bagaimana posisi anda dalam struktur organisasi Liputan6.com? Apa saja peran anda? 6. Bagaimana karakteristik dari program Enam Plus dengan presenter ini? 7. Apakah ada kaitan program ini dengan citra atau tujuan yang dimiliki oleh Liputan6.com 8. Siapa saja yang terlibat dan bagaimana <i>job description</i> dari masing-masing pihak? 9. Siapa saja yang memiliki kekuasaan untuk mengambil keputusan terhadap ide hingga penyajian dari video ini? 10. Bagaimana keuntungan atau manfaat yang diharapkan dengan adanya program ini? Apakah berhubungan dengan faktor ekonomi seperti untuk menarik iklan atau ingin menambah pengunjung di platform Instagram atau website Liputan6.com?
--	--	---

		11. Bagaimana presenter dipilih serta apa tujuan dalam pemilihan presenter tersebut? 12. Bagaimana dengan target rating, engagement atau share dengan program ini?
	Rutinitas	1. Apa nilai berita yang sering dipertimbangkan dalam proses produksi program ini? 2. Bagaimana proses produksi hingga publikasi dari program ini? Berapa lama video sudah harus diunggah sejak ide atau tema telah diputuskan? 3. Bagaimana format penyajian atau alur dari video Reels ini? 4. Berapa banyak target video yang harus jadi setiap bulannya? Bagaimana anda dan tim menyikapi hal ini? 5. Bagaimana rapat redaksi atau rapat tim dilakukan setiap minggunya? 6. Bagaimana anda mencari topik atau ide untuk program ini? Sumber berita dari mana? Topik seperti apa yang biasa dijadikan berita dengan Reel ini? 7. Bagaimana ciri khas dari penyajian berita melalui Reels dengan presenter ini?

		8. Bagaimana cara anda sebagai produser untuk memastikan konten tersebut menarik? Mengapa perlu menarik? 9. Bagaimana anda memastikan nilai berita dan jurnalisme tetap terjaga saat ditantang untuk membuat program untuk <i>engagement</i> ini? 10. Bagaimana anda melihat <i>engagement</i> dan dari program yang sudah terlaksana? 11. Bagaimana target produksi dari program ini? Setiap minggu akan mengunggah berapa video? Bagaimana itu mempengaruhi rutinitas dan kerja jurnalistik anda? Jika banyak, apakah ada tujuan lain? 12. Mengapa di tiap video ada ajakan atau premis positif? Apa yang ingin disampaikan? 13. Bagaimana tim menentukan agenda, jika diperhatikan, kadang program ini membahas hal-hal unik di Indonesia, tren, isu sosial atau yang sedang viral lalu pada bulan November, program ini banyak membahas Piala Dunia, alasannya mengapa? 14. Bagaimana hambatan selama menjalankan project ini?
--	--	---

	Individu	1. Identitas produser (Demografi, pengalaman bekerja di media, peran di Liputan6.com, dan lingkup pekerjaan) 2. Bagaimana anda mendapatkan ide atau topik untuk program ini? 3. Bagaimana anda mendapatkan referensi mulai dari berita, materi hingga aspek visual dari program ini? 4. Bagaimana anda menyusun naskah, <i>gimmick</i>, serta penyajian untuk program ini? Anda mempertimbangkan apa saja? 5. Bagaimana anda melakukan cek fakta terkait berita-berita yang menjadi pilihan untuk program ini? 6. Apa saja yang anda lakukan untuk dapat meningkatkan <i>engagement</i> di setiap episode? 7. Apa target pribadi anda sebagai jurnalis dan produser terhadap program ini? 8. Apakah ada ide atau topik yang pernah diajukan dan ditolak? Ide seperti apa dan mengapa? 9. Bagaimana anda menyusun timeline dari produksi ini? Lalu topik-topik apa yang diutamakan?
--	------------------------	--

		10. Bagaimana pendapat anda pribadi terkait dengan program ini?
Engagement Audiens		1. Bagaimana dengan <i>engagement</i> atau feedback yang diterima terhadap program ini? 2. Apakah ada video Reels yang memiliki <i>engagement</i> tinggi? Bagaimana detail tentang video tersebut 3. Berapa banyak interaksi yang terbentuk? Bagaimana jumlah <i>views like, comment</i>, dan <i>share</i> untuk Reels program ini?

3. Narasumber Kreator Enam Plus Vertikal

KONSEP	INDIKATOR	PERTANYAAN
TEORI HIRARKI ISI PESAN	Sistem Sosial	1. Bagaimana latar belakang dibalik program ini? Siapa yang menggagas program ini? Mengapa memilih media Instagram? 2. Siapa target audiens dari program ini? Mengapa audiens tersebut yang dipilih 3. Bagaimana kecenderungan tema atau topik yang diangkat oleh media? Nilai berita yang dipilih seperti apa? 4. Bagaimana pemilihan presenter? Mengapa memilih presenter laki-laki dan bule? Citra apa yang ingin dibentuk?
	Institusi Sosial	1. Bagaimana media mempertimbangkan karakteristik pengguna di media sosial untuk program ini? Apakah mempengaruhi mulai dari topik hingga penyajian berita? 2. Bagaimana tanggapan audiens dan <i>engagement</i> yang terbentuk di Instagram terkait dengan program ini selama anda bekerja ? 3. Bagaimana pihak luar seperti pemerintah atau pengiklan terkait dengan topik yang akan disajikan?

		4. Bagaimana dengan saingan program ini dengan media lain? 5. Bagaimana anda melihat pengaruh internal dan eksternal yang mempengaruhi program berita ini?
	Organisasi	1. Bagaimana struktur organisasi dan perusahaan Liputan6.com mempengaruhi konten ini? Atau ada aturan perusahaan yang harus diikuti dalam membuat berita seperti ini? 2. Bagaimana anda menanggapi arahan atasan yang harus diikuti bahkan didahulukan terkait dengan program ini? 3. Bagaimana pengaruh dari Liputan6.com sebagai media dibawah perusahaan KLY hingga EMTEK terhadap program ini? 4. Bagaimana posisi anda dalam struktur organisasi Liputan6.com? Apa saja peran anda? 5. Bagaimana karakteristik dari program Enam Plus dengan presenter ini? 6. Siapa saja yang memiliki kekuasaan untuk mengambil keputusan terhadap ide hingga penyajian dari video ini?

		7. Bagaimana keuntungan atau manfaat yang diharapkan dengan adanya program ini? Apakah berhubungan dengan faktor ekonomi seperti untuk menarik iklan atau ingin menambah pengunjung di platform Instagram atau website Liputan6.com?
	Rutinitas	1. Apa nilai berita yang sering dipertimbangkan dalam proses produksi program ini? 2. Bagaimana proses produksi hingga publikasi dari program ini? Berapa lama video sudah harus diunggah sejak ide atau tema telah diputuskan? 3. Bagaimana format penyajian atau alur dari video Reels ini? 4. Berapa banyak target video yang harus jadi setiap bulannya? Bagaimana anda dan tim menyikapi hal ini? 5. Bagaimana rapat redaksi atau rapat tim dilakukan setiap minggunya? 6. Bagaimana anda mencari topik atau ide untuk program ini? Sumber berita dari mana? Topik seperti apa yang biasa dijadikan berita dengan Reel ini?

		7. Bagaimana ciri khas dari penyajian berita melalui Reels dengan presenter ini? 8. Bagaimana cara anda sebagai kreator untuk memastikan konten tersebut menarik? Mengapa perlu menarik? 9. Bagaimana anda memastikan nilai berita dan jurnalisme tetap terjaga saat ditantang untuk membuat program untuk <i>engagement</i> ini? 10. Bagaimana anda melihat <i>engagement</i> dan dari program yang sudah terlaksana? 11. Bagaimana target produksi dari program ini? Setiap minggu akan mengunggah berapa video? Bagaimana itu mempengaruhi rutinitas dan kerja jurnalistik anda? Jika banyak, apakah ada tujuan lain? 12. Mengapa di tiap video ada ajakan atau premis positif? Apa yang ingin disampaikan? 13. Bagaimana tim menentukan agenda, jika diperhatikan, kadang program ini membahas hal-hal unik di Indonesia, tren, isu sosial atau yang sedang viral lalu pada bulan
--	--	--

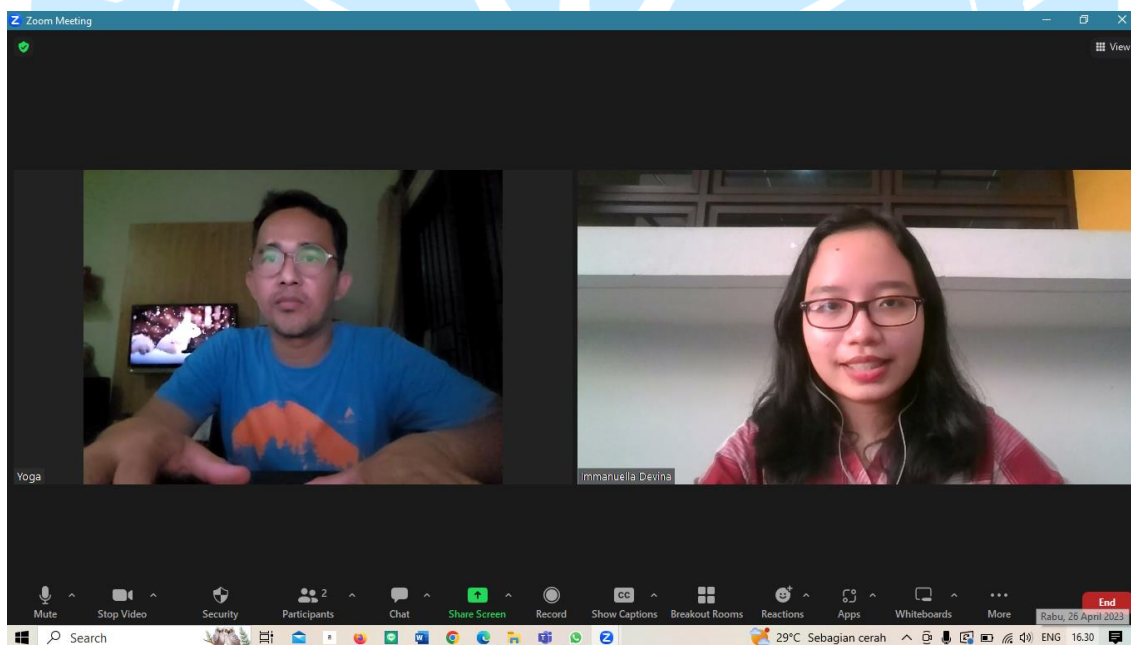
		November, program ini banyak membahas Piala Dunia, alasannya mengapa? 14. Bagaimana hambatan selama menjalankan project ini?
	Individu	1. Identitas produser (Demografi, pengalaman bekerja di media, peran di Liputan6.com, dan lingkup pekerjaan) 2. Bagaimana anda mendapatkan ide atau topik untuk program ini? 3. Bagaimana anda mendapatkan referensi mulai dari berita, materi hingga aspek visual dari program ini? 4. Bagaimana anda menyusun naskah, <i>gimmick</i>, serta penyajian untuk program ini? Anda mempertimbangkan apa saja? 5. Bagaimana anda melakukan cek fakta terkait berita-berita yang menjadi pilihan untuk program ini? 6. Apa saja yang anda lakukan untuk dapat meningkatkan <i>engagement</i> di setiap episode? 7. Apa target pribadi anda sebagai jurnalis dan produser terhadap program ini?

		8. Apakah ada ide atau topik yang pernah diajukan dan ditolak? Ide seperti apa dan mengapa? 9. Bagaimana pendapat anda pribadi terkait dengan program ini?
--	--	--

B. Transkrip Wawancara

1. Transkrip Redaksi Pelaksana

Nama Narasumber : Yoga Nugraha
Jabatan : Redaksi Pelaksana Multimedia
Hari & Tanggal : Rabu, 26 April 2023
Tempat & Waktu : via Zoom Meeting, 15:00- selesai



Peneliti	Baik mas, mungkin dapat perkenalan terlebih dahulu dari nama hingga pengalaman bekerja di media?
Informan	Nama saya Yoga Nurgraha, usia saya 43 tahun. Saya kuliah di Ilmu Komunikasi, jurusan di jurnalistik Universitas Padjajaran. Kalau bicara soal karir. Saya awalnya dari MetroTv tahun 2000-2001 awalnya dari

	magang. Lalu, setelah 5 tahun saya pindah ke Astro TV Malaysia, disana sekitar dua tahun lalu pindah lagi ke Kompas.com. Jadi Kompas.com dulu kita sempat rintis juga kanal video di Kompas.com. Setelah itu KompasTV berdiri, saya ditarik ke KompasTV sampai tahun 2017. Setelah itu gabung ke Liputan6.com sebagai Managing Editor atau Redaktur Pelaksana
Peneliti	Mengapa pengalaman anda lebih banyak pada produk video?
Informan	Iya kebetulan memang dari awal masuknya langsung TV dan sampe sekarang ga jauh-jauh, walaupun secara platform beda-beda. Ada media TV ada .com. Tapi secara konten produksi yang dibuat tetap konten video
Peneliti	Bagaimana tugas dan tanggung jawab anda di Liputan6.com?
Informan	Yang pasti memang memastikan bahwa kita karena memang di kanal video harus ada produksi video. Jadi sebetulnya kalau di Redpel itu ada tiga fungsi. Pertama, memastikan produksi di kanal masing-masing, berarti tiap hari harus ada produksi video. Kedua, budgeting, budgeting itu kita mau produksi apa aja nih. Misalkan, kalau di Liputan6 kan ada Enam Plus, ada wawancara khusus, ada livestreaming nah itu fungsi budgeting. Dan yang Ketiga, fungsi di supervisi. Jadi setiap konten yang diproduksi atau tayang di Liputan6.com, di kanal video ya itu tanggung jawab saya. Memastikan secara konten memang akurat gitu ya karena memang yang namanya konten jurnalistik itu akurasi, kita pastikan secara treatment itu bagus. Kira-kira itu sih sebetulnya intinya.
Peneliti	Apakah video yang diunggah pada situs liputan6.com dan media sosial menjadi tanggung jawab kanal video juga?
Informan	Kalau di sosmed, kebetulan kita punya divisi terpisah. Ada departemen social media. Sebetulnya mereka fungsinya sebagai distributor, untuk distribusi. Secara produksi ada di kita, kalau distribusi temen-temen sosmed. Entah itu Instagram, Facebook ,Twitter, atau YouTube. Tidak menutup kemungkinan, mereka kasi input. Misalnya, kita punya saluran komunikasi khusus, ada sinergi temen-temen sosmed dan konten kreator. Misalnya ini lagi trending di medsos kasi masukkan ke redaksi. Nah mau itu dibuat atau enggak, sebenarnya itu hak prerogatifnya redaksi, tapi bahwa itu sangat bermanfaat bagi temen-temen redaksi, iya. Jadi punya tim monitoring juga yang bisa kasi input ke kita, apa yang lagi rame, apa yang kira-kira punya potensi seara reach atau plays yang tinggi. Ya itu yang paling tinggi di sosmed.
Peneliti	Siapa saja yang disebut sebagai redaksi?
Informan	Iya, kalau redaksi, bosnya Pimred. Jadi yang teratas di Pimred, kasi guideline, input strategi seperti apa termasuk konten-konten yang kita buat di supervisi juga sama Pemred. Meskipun, kalau detailnya yang

	pasti paham banget itu RedPel masing-masing kanal. Kebijakan tertinggi adanya di Pemred, mba Irna.
Peneliti	Bagaimana latar belakang munculnya Program Enam Plus vertikal?
Informan	Eh, kalau ditanya persisnya darimana, jujur itu inisiasi dari CEO KLY, Pak Steve. Jadi kebetulan punya temen yang jadi presenter di Enam Plus Bule itu. Kedua, sebenarnya yang jadi pertimbangan dari sisi redaksi dan bisnis Liputan6 atau KLY adalah, latar belakang bahwa audiens itu butuh sesuatu yang unik. Di sisi lain, kompetitor banyak. Pilhan presenter bule, ada enam plus bule, berangkat dari sana. Gimana kita buat konten video yang bagus dan unik. Nah harapan, bule ini ekspektasi kita presenter bule ini y aitu untuk memenuhi keunikan itu, selain kontennya harus bagus, harus akurat. Karena kan kalau bicara liputan6, chorennya itu news (berita), jadi gabakalan lompat dan jauh daru berita. Bule, presenter bule, enam plus bule, lebih ingin membuat treatment yang lain daripada yang lain. Intinya, sebetulnya dari sisi konten sama aja, video yang ada bule dan gada bule tetep aja kayak gitu, jadi lebih ke treatment. Harapannya inisiasi enam plus bule itu reach audiens yang lebih banyak dengan keunikan si bulenya itu
Peneliti	Bagaimana awal dari tujuan dari program ini?
Informan	Kalau dari diskusi awal, premisnya bule ini kan lebih kek gini, selain soal unik, kontennya memang di setting, kita create si bule ini membawakan konten-konten yang Indonesia banget. Jadi ada pesan positif juga yang ingin disampaikan oleh si Bule. Konkritnya gini, di awal-awal episode pertama, banyak episode yang bicara tentang gimana indahnya Indonesia, Jadi si bule ini . Orang kan sekarang lagi senang-senengnya wisata ke luar negeri. Terus kita bikin lah konten, lu jangan jauh-jauh ke luar negeri, Indonesia ga kalah bagusya lo, sama luar negeri gitu ya. Nah, itu disampaikan bule kita harapkan message nya lebih kuat. Jadi, bule aja, kira-kira orang awam liatnya gini, bule aja ngomong kayak gitu, lu kenapa si kita sebagai pribumi, tinggal di Indonesia, harusnya lebih punya perspektif lebih bagus dari bule yang melihat Indonesia itu indah. Lu kenapa harus ke luar negeri, kalau mau wisata abisin dulu aja yang di Indonesia. Kedua, ada premis yang membawa semangat positif. Misalnya, soal budaya antri, kalau devina inget, dulu kita ada episode bahas soal David Beckham yang rela mengantre untuk menjenguk dan melihat jenazahnya Queen Inggris berjam-jam. Padahal kan si Beckham itu ya ga kurang bintang apa. Nah, tapi kita gambarkan disana Beckham rela antri, se tenar Beckham. Nah Kenapa kita engga? Indonesia punya budaya antri yang udah ada turun temurun. Nah itu salah satu episode, kita pengen spesifik untuk menyampaikan semangat dan nilai-nilai positif itu kepada yang nonton. Gitu devina.

Peneliti	Bagaimana pertimbangan liputan6.com sehingga perlu ada premis pada program ini? Apakah berdasarkan pengamatan yang sedang trending?
Informan	Jadi gini, kalau premis itu harus selalu ada di setiap episode. Bahwa treatmentnya itu ada yang lagi trending, ada yang lagi rame di sosmed itu ya kita harus dinamis juga. Misalnya, ada penyanyi dangdut nyanyi di New York, pesannya apa? Ternyata lagu dangdut udah mendunia dan dinyanyikan di New York pada suka, ini soal seni. Peristiwa itu lagi trending di sosmed itu ya, tapi kita liat, apa pesan positifnya gitu, apa yang semangat yang harus kita sampaikan dair bule itu kepada yang nonton. Lu jangan meremehkan budaya sendiri atau seni sendiri, dangdut misalnya, di luar aja punya penggemar dan dihormati. Kenapa di kita dianggap jelek misalkan. Itu salah satu contoh konkritnya. Jadi antara premis dan treatment itu sesuatu yang beda. Jadi, premis itu selalu kita pegang dan ada di setiap episode tetapi treatmentnya ya bagaimana kreativitas si konten kreator. Mau di, pilihannya yang lagi trending gitu atau yang ga trending tapi penting disampaikan gitu ya. Tapi tetep goalsnya menyampaikan pesan, semangat positif kepada yang nonton. Itu yang jadi diferensiasi (pembeda) dengan output video-video yang lain (Di Liputan6.com).
Peneliti	Bagaimana proses pemberian project dan program baru ini?
Informan	Sebenarnya diskusi panjang itu ada di tim kecil ya. Jadi kalau kita bicara Pemred atau CEO, ya bapak-bapak ibu-ibu lebih kasi guideline yang utama jadi ga sampe detail “oh premisnya harus gini”, justru kita sendiri yang harus meramu gitu kan. Maksudnya gini, kira-kira CEO itu cuman ngomong gini, “coba bikin sesuatu yang unik sesuai dengan Liputan6 yang based nya news, tapi harus kasi pesan positif juga gitu buat yang nonton” Kira-kira sependek itu, kalau dari arahan si CEO atau Pemred. Beberapa keypoint yang disampaikan itu lah yang diobrolin sama kita, sama produser, diobrolin sama kreatifnya, ini gimana nih, kira-kira bagaimana kita mengejawantahkan, lu tau ga ejawantahkan? Maksudnya membuat arahan itu menjadi konkrit dan pegangan setiap produksi episode enam plus bule.
Peneliti	Siapa saja yang mengikuti diskusi awal produksi konten ini?
Informan	Jadi, sebetulnya kalau obrolan awal itu antara Redaksi Pelaksana, Produser sama temen-temen post-production di editing, kan ada mas Reza ya. Jadi kalau post-pro itu bahas looks (tampilan) itu mau gimana gitu, terus treatmentnya mau seperti apa, motionnya mau gimana, lalu seperti apa yang akan dibuat gitu. Jadi bertiga itu aja sebetulnya. Karena kalau temen-temen kreatif malah waktu itu belum ada ya. Ya itu kan temen-temen magang yang banyak berdiskusi ke tema waktu itu.

Peneliti	Walaupun kang yoga ikut diskusi dari awal tetapi saat ini program ini menjadi tanggung jawab Mba Shintha sebagai produser ya?
Informan	Iya, sekarang memang ada di Shintha PIC nya. Kayaknya memang setiap program itu, untuk di tahap awal semuanya intens termasuk Redaksi Pelaksananya. Memastikan ya itu tadi premis ada, treatmennya udah seperti yang direncanakan di awal. Makin ke sini udah mulai kelihatan kan itu polanya, oh ini sudah sesuai nih. Yauda akhirnya, penanggung jawab dan eksekutor lebih ke produser. Jadi kalau posisi Redpel mungkin sesekali, ngeliat karena udah jalan, secara treatment udah sesuai. Untuk evaluasinya seminggu sekali atau dua minggu sekali. Itu pun kalau misal ada hal yang perlu dibicarakan dan melibatkan semuanya baru. Kalau gada ya jalan aja sesuai dengan planning dari tim produksi. Karena lebih ke penentuan tema, karena kalau udah jalan gini premisnya udah sama-sama paham, treatmennya udah kebayang. Dari sisi produksi maupun post pro. Pada akhirnya yang paling banyak didiskusikan adalah pemilihan tema.
Peneliti	Bagaimana program ini disampaikan dari pihak Marcomm KLY?
Informan	Ya, jadi awalnya itu kayaknya diskusi kecil dari Pak Steve (CEO) sama Tim Marcomm gitu. Jadi, secara proses kita pun masuk tidak dari awal. Jadi bukan dari ga ada, jadi udah ada dari CEOnya “ini kayak gini nih bikinnya, maunya kayak gini” Kita di redaksi liputan6 dalam tanda petik “menyempurnakan” dan memastikan “oh yaudah premisnya kayak gin iya” outputnya kayak gini. Kalau memang yang di mau outputnya seperti yang udah jadi contohnya yang udah diliatin ke kita, berarti premisnya kayak gini. Eh, yauda gitu, jadi kalau pertanyaan tadi Marcomm dan Pak Steve, iya. Kemudian itu jadi premisnya kita pastikan, kita kawal sampai sekarang, akhirnya di teman-teman redaksi. Marcomm ga ikutan, Pak Steve mungkin selewat-lewat aja karena mungkin banyak yang diurus ya. Udah jalan berapa bulan ya, lebih dari 6 bulan sampai sekarang sampai minggu ini ya ada di Uni Shintha sama temen-temen magang jadi content creator.
Peneliti	Mengapa program ini dipilih untuk ditayangkan di Instagram Reels?
Informan	Ya, pertimbangannya lebih ke eksperimental ya. Jadi Kita itu trial error dengan dunia media sosial yang dinamis dan kita ada di media online. Hari ini saat ini kita punya kebebasan untuk berkesperimen di berbagai platform. Jadi ini platform yang berbeda dengan TV ya. Agak menyimpang dikit, ini justru hal-hal penting yang harus diketahui terkait dengan platform media. Di TV kita ga punya keleluasaan untuk berganti-ganti program . Kita mau coba ini seminggu dua minggu ga jalan drop. Nah gabisa, beda kalau dengan media online yang punya keleluasaan di bidang itu. Jadi kenapa engga nyoba media sosial? Karena kita punya keleluasaan untuk mempublish itu ga hanya di platform liputan6.com. Kita punya akun-akun sosmed yang secara subscriber dan followersnya

	banyak, yauda kita coba aja disitu. Seperti yang kita tahu, tiap platform, media online, sosmed YouTube IG, Twitter, TikTok, dia punya karakteristik masing-masing yang berbeda. Bicara tentang Enam Plus bule, respon ketika ditayangkan di .com di media online kita dengan di Instagram berbeda, pun dengan YouTube. Di situ kita dapat punya input, Oh kalau kita taro di Instagram konten seperti ini kurang cocok sebenarnya. Atau oh ternyata memang banyak followers Instagram itu suka konten Enam Plus yang seperti ini. Dan itu yang kita peroleh. Sampai hari ini belum ada sesuatu yang pakem dari Enam Plus Bule ini yang datanya kita dapat dari beragam sosmed itu. Jadi, itu dinamis gitu, jadi tiba-tiba konten kesehatan di posting di Ig ternyata responnya banyak, engagementnya kenceng gitu ya, kalau konten yang sosial ternyata engga. Nah itu masih dinamis gitu. Kita masih melihat, masih menelaah dan memonitor sebetulnya seperti apa yang bener-bener selalu di sukai digemari netizen atau audiens di sosmed. Ini masih berjalan proses monitoringnya. Itu menarik yang namanya konten digital untuk sekarang memang harus melalui tahap ini, ada optimasi konten yang kita pun kita tidak hanya sebagai konten kreator tapi ada proses research juga. Di masa sekarang itu di media online itu diuntungkan dengan feedback yang sekejap. Kalau dulu TV, TV itu kita tayangkan acara malam ini, kita gatau viewsnya berapa engagementnya segimana, paling banter kita nunggu report Nielsen yang bisa Analisa program kita ditonton sekian banyak, dimana aja. Sementara media online, kita apalagi yang ditayangkan di sosmed, itu sekejap. Publish sekarang, semenit berikutnya kita bisa tau langsung banyak yang suka, banyak komentar atau didiemin aja. Khusus untuk Enam Plus Bule emang banyak hal yang kita peroleh dari sisi respon maupun engagementnya di media sosial.
Peneliti	Apakah interaksi yang dihasilkan di Instagram mempengaruhi evaluasi konten dan treatment dari program ini kedepannya?
Informan	Iya, jadi kalau kita ada evaluasi mingguan selalu kita bahas juga. Apalagi ini di Youtube ada banyak ini, kenapa ga buat pola yang seperti ini dan treatment yang sama dengan harapan secara plays dan engagement sama tingginya dengan apa yang dipublish. Ya Pasti jadi bahan pertimbangan untuk pemilihan dan pertimbangan treatment video kita.
Peneliti	Apa saja perubahan dan adaptasi yang dilakukan oleh Liputan6.com melalui konten ini dari awal Juli 2022 sampai sekarang dalam menghadapi dinamika media sosial?
Informan	Kalau perubahannya itu, sejauh ini yang dirasakan adalah pemilihan tema ya. Jadi, temanya memang kita selalu , bukan ubah tapi kita mencoba untuk sevariatif mungkin gitu. Meskipun balik lagi dari obrolan kita di awal, kita selalu pegang premisnya, Jadi, boleh kita ngomongin soal yang receh tapi premisnya dapet, jadi kenapa engga? Ga

	harus kita omongin hal-hal yang serius, yang light gapapa. Yang harus dipastikan premisnya harus kita jaga. Kalau dari treatment lain, ini kontribusi dari Shinta, sering punya input untuk gimmick gitu ya. Misalnya bicara soal keluarga, lalu di closing tiba-tiba presenter tampil dengan menunjukkan atau bersama keluarganya, sama istri anak-anaknya. Gimmick bagian treatment Enam Plus ini yang sebelumnya ga ada. Ini perubahan yang sifatnya lebih ke ide kreatif. Thumbnail lebih ke teknis, kek gini, captionnya itu akan kepotong kalau terlalu bawah, Reza berperan di sini “yauda kang ke atasin aja, kalau thumbnail di Instagram, judulnya ga akan kepotong” Kalau di Instagram kan kotak ya kalau kita vertikal. Kita sempat terlalu bawah, beberapa episode itu kepotong, trus akhirnya di keatasin jadi pas. Kalau hal lain cukup mendasar, enggak kayaknya.
Peneliti	Siapa saja yang menjadi bagian tim untuk mengerjakan program ini?
Informan	Eh, program itu termasuk enamplus bule selalu diawali dengan <i>budgeting</i> atau penentuan tema. Kalau penentuan tema, idealnya semua hadir, dari redpel, tapi minimal produsernya harus ada dari proses meeting mingguan, muncul ide-ide, bikin ini, bikin itu, temanya lagi rame, tema ini menarik, gitu ya, ya ada produser, kreatif/reporter, ada post pronya juga. Semuanya harus hadir. Kenapa harus ada postpro kayak Reza (Editor). Secara proses nanti di editing, itu biar bakal kebayang, oh temanya kayak gini, nanti lu mau bikinnya gimana sih? Nanti gimmicknya kayak gin ini, aka nada grafisnya seperti ini, aka nada pop up. Jadi ketika semua ngumpul di meeting penentuan tema, itu akan mempermudah proses produksi dan post produksi. Tujuannya kan semua sama untuk menghasilkan produk konten yang bagus baik dari sisi konten creative dan treatment editingnya
Peneliti	Bagaimana tugas dan tanggung jawab anda di program ini?
Informan	Redaksi pelaksana lebih ke supervisi mulai dari penentuan tema, produksi sampai post produksi sampai tayang. Memastikan bahwa itu sesuai dan timelinenya memang ga meleset. Kan punya timeline ya, kita juga gabisa bebas buat seenaknya punya tenggat masing-masing deadline. Redpel memastikan itu memastikan timeline yang direncanakan dari awal.
Peneliti	Bagaimana penentuan timeline program?
Informan	Eh awalnya, sampai sekarang, si bule itu seminggu sekali harus habis targetnya dan itu yang kita berusaha menjaga timeline itu. Tapi kan ada beberapa kendala dari presenternya, beberapa kali kita udah jadi tapi si presenter sakit. Akhirnya lewat jadi dua minggu tapi so far kita, yang kita jaga tiap minggu bisa satu kali.

Peneliti	Apakah ada target produksi per bulan harus mengunggah berapa video?
Informan	Target khusus sih engga ya, tapi internal dari sih dari produser ada seminggu sekali.
Peneliti	Saat ini ada berapa content creator yang mengerjakan program ini?
Informan	Creativenya sekarang ada kloter magang merdeka dua. Sekarang bukan sama temen-temen magang merdeka, anak magang merdeka punya project gen z itu sama yang live streaming dulu sama devina. Yang enam plus bule dikerjakan content creative sama magang regular, UI dan UMN. Totalnya semua ada 4 orang. 4 orang itu ga hanya kerjain enam plus bule, mereka punya program lain ada enam plus ada motion grafix, ada zeneration itu. Tadi skip juga, magang merdeka itu dua orang Unpad UI lagi garap livestreaming sama project Ramadhan. Jadi ga belum sempet ngerjain zeneration.
Peneliti	Apa tugas dari content creator? Lalu karena mereka adalah mahasiswa magang dan bukan jurnalis, bagaimana anda menjamin pekerjaan mereka sesuai dengan aturan jurnalistik?
Informan	Iya betul tugas mereka mencari ide dan naskah. Justru fungsi produser dan redpel terkait supervisi yang harus bisa jalan. Dari fase penentuan tema, dari fase scripting, post pro sampe publish entah itu di .com maupun sosial media. Itu dipastikan selalu terjadi seminggu sekali, setiap teman magang ini propose tema. Ya kita pun tidak dalam tanda petik tidak 100 persen membebaskan temen-temen ini untuk membuat apa saja gitu kan. Jadi kenapa ada proses pitching, ya dulu ga jauh beda dengan yang jalanin devina sama temen-temen dulu. Teman2 pitching temanya ini, lalu liat pertimbangannya apa, trus mau dibikin seperti apa gitu. Jadi tahap awal yang kita screening saya dan uni, itu memastikan bahwa yang dibikin itu berita. Kalau misalnya yang dibikin bukan chore nya liputan6, ya jangan buat bikin begini karena bukan liputan6 banget, mungkin cocok dibuat di platform atau vertikal lain, misal soal mode, soal sport. Nah itu, dari sisi <i>scripting</i> pun diedit uga, ada proses supervise juga dari Shinta, entah itu dari sisi kontennya atau teksnya. Jadi harapan kita, ketika kita (Redpel dan produser) ada di setiap fase program ini, maka outputnya akan terjaga dari sisi konten maupun treatmentnya.
Peneliti	Bagaimana perbedaan memproduksi berita video di situs dengan media sosial?
Informan	Kita bicara program secara keseluruhan ya belum program bule, Jadi sampai sekarang pun, kita dalam tanda petik belum punya pegangan yang istilahnya pakem, jelas kek oke di sosmed gini atau di .com ini tapi paling engga Kita punya gambaran yang mudah-mudahan bisa menjelaskan karakteristik masing-masing platform. Misalnya gini,

	liputan6.com ini adalah media lama secara pembaca audiens diidentifikasi sebagai pembaca yang datang dari generasi adults, let's say 30 tahun ke atas. Jadi pembacanya liputan6 karena lama y aitu didominasi 30 tahun. Nah, tentunya memang jadi tantangan tersendiri ketika membuat hal-hal, konten-konten yang secara konten treatment itu cocok untuk generasi dibawah 30, katakanlah generasi Z. DI beberapa kasus itu terlihat, ketika kita menayangkan konten yang generasi z, itu dalam tanda petik kurang dimakan sama pembaca liputan6. Mereka yang akses liputan6.com tetapi setelah ditayangkan di Instagram, responnya bagus, banyak engagementnya bgus juga. Trus gimana apakah kita terpaksa harus menyesuaikan? Yaa sebetulnya ini kan pilihan ya. Pilihannya apa yang mau dibelain diprioritaskan. Ketika kita mau buat konten yang, salah satu konten yang untuk platform media online (.com) liputan6.com dalam hal ini, yauda kita mau ga mau harus menyesuaikan juga dengan segmennya. Jadi udah ketebak tuh, walaupun udah gua bilang diawal, belum ada pakem ,tapi paling tidak dari beberapa kasus yang udah kita bikin, polanya keliatan. Di IG misal, rata-rata generasi Z mendominasi, twitter beda lagi, youtube beda lagi. Konkritnya ada video-video konten yang secara reach atau play nya rendah di Liputan6.com eh ternyata kalau di YouTube itu tinggi dan sebaliknya ketika di YouTubenya rendah, ternyata di .comnya itu malah tinggi gitu. Tapi jangan salah ada juga konten-konten yang di duaduanya sama-sama tinggi, biasanya yang seperti ini adalah konten yang sedang viral, orang nyari. Mereka dapetnya di liputan6.com dapat di .com, tapi kalau mereka googling di youtube, dapatnya di Youtube. Kayak gitu sih, kalau pengalamannya seperti apa. Masi terus belajar dan terus mengamati. Gue pun yakin di media lain, konten kreator kondisinya ga jauh beda. Harus terus memantau dan menelaah. Begitu.
Peneliti	Bagaimana evaluasi dilakukan terkait program enam plus vertikal ini? Siapa saja yang ikut? Lalu apakah ada rapat internal dan rapat dengan supervisi Liputan6.com seperti dengan pimpinan redaksi?
Informan	Eh, biasanya evaluasi bareng dengan pitching tema baru. Jadi sebelum pitching tema baru yang dibuat, sebelumnya ada evaluasi. Siapa aja yang ikut, idealnya semua yan gikut. Jadi dapat perspektif yang lengkap. Semua ikut. Di tingkatan pemred itu ada meeting khusus, seminggu dua kali. Dibahas, iya. Tapi tidak khusus dibahas lama kayak kita punya meeting khusus evaluasi program. Ya karena kan kalau kita di meeting redaksi itu. Namanya sidang redaksi, itu kan banyak hal. Tidak hanya program video aja tapi ada bahasan bahasan dari kanal lain atau bahasan yang lebih urgent. Apakah dibahas juga? Beberapa kali iya, terutama kaitannya dengan konten-konten yang sifatnya strategis. Misalnya, yang beberapa kali cukup dibahas agak lama adalah terkait dengan respon. Karena itu kan hal baru di liputan6 (enam plus bule). Itu yang jadi

	bahasan bersama, responnya gimana. Kalau dari sisi konten, aman-aman aja si. Sejauh ini gada evaluasi atau koreksi yang signifikan dari pemred.
Peneliti	Bagaimana standar keberhasilan dari program? Apakah melihat engagement di Instagram Reels?
Informan	Ya iya itu hal-hal itu yang jadi indikator, engagement, views, yang lebih gada dominan sih. Intinya itu elemen yang jadi KPI kita. Kan ada juga yang tayang langsung naik, langsung ribuan tapi ada juga sehari dua hari tetep aja di ratusan, kalau diliat dari plays.
Peneliti	Apakah program ini memiliki saingan dengan media competitor?
Informan	Kalau konsep ada presenter itu banyak, di tetangga tuh kumparan, detik, ya ada yang membawa kan konten video ada presenternya. Cuman kalau presenternya bule, gue sih belum nemu ya. Kalau khusus bule ini jadi presenter.
Peneliti	Saya perhatikan ada banyak program dan konten di Instagram @liputan6, kadang ada juga kolaborasi sama media sesame KLY seperti merdeka.com. Apakah itu pernah menjadi masalah atau ancaman ke program enam plus vertikal ini?
Informan	Kayaknya ada, tapi memang kita belum pernah membahas soal ini, atau riset soal ini emang seberapa besar pengaruhnya, Kita sendiri yakin tiap vertikal punya segmen masing-masing, fimela, bola.com, bola. Net. merdeka. Sejauh ini belum ada riset buat melihat pengaruhnya sejauh apa.
Peneliti	Bagaimana sejauh ini feedback dan engagement liputan6.com terkait dengan program ini?
Informan	Sejauh ini kalau untuk melihat performance si enam plus bule, dikatakan bagus banget belum tapi minimal ada kondisi stabil dari sisi plays dan views di .com maupun di sosmed. Soal kritik atau masukan pasti ada lah ya. Kalau liat dari internal, masi banyak misalnya “coba dong si bule jangan terlalu kaku, bisa lebih pembawaannya santai” “atau coba kontennya bisa dipilih lagi yang lagi running, dibanyakin konten-konten yang lagi hype” seputar itu si input sama kritik ke kita yang gue nemu. Kalau dari netizen sendiri sih, bukannya belum ada, tapi mungkin gua belum baca dari sisi konten-konten yang terkait.
Peneliti	Bagaimana tim melihat beberapa video yang sempat viral atau viewsnya bagus?
Informan	Kalau diperhatikan yang rame itu banyak, mostly yang bule bagus plays dan views itu konten-konten yang bertema running news. Yang lagi rame diobrolin netizen itu rata-rata bagus tuh playsnya. Nah, terus

	pertanyaannya kenapa ga bikin running news terus? Ya bukannya gamau, kita kan juga ada konten-konten timeless yang menurut kita bagus dan akhirnya dibuat. Jadi kita punya porsi juga tuh, yang running news itu gabisa terus kita buat. Selain emang ada kendala teknis. Secara pengerjaan untuk enam plus bule itu kan perlu waktu. Sementara untuk berita-berita yang lagi rame, kadang-kadang bertahan sampe seminggu ada juga yang 1-2 hari udah tenggelam, Jadi ketika itu naik, udah kelewat momentumnya. Justru, pertimbangan itu yang kita pakai kenapa ada porsi juga running news sama yang timeless
Peneliti	Kalau begitu bisa dikatakan, pada program ini media saat ini perlu sekali mempertimbangkan views dan engagement?
Informan	Iya lah, kan media itu engga melulu soal redaksi kan ada sisi bisnisnya juga. Jadi, ga sedikit kalau devina perhatikan. Ada media yang dari konten bagus dan inspiring, bagus ideal nih tapi terpaksa mati karena tidak bisa diimbangi dengan aspek bisnisnya gitu. Jadi apa dong yang harus dibuat? Kalau menurut gua ya tantangan dari konten kreator jurnalistik sekarang ya dia harus menyeimbangkan konten dan bisnis ini, mau ga mau , suka ga suka. Pokoknya gua bikin konten yang menurut gua bagus dan bermanfaat bagi masyarakat. Ya betul, apa artinya kalau bikin konten itu jadi tapi gada yang baca, gada yang nonton, sedikit yang nonton. Yang penting ya kontennya bagus inspiring terus yang nonton banyak. Aspek jurnalistik dapet, aspek bisnis nya dapet jadi bisa survive juga
Peneliti	Berarti apakah program enam plus bule ini telah diarahkan juga untuk mendapatkan iklan?
Informan	Ya kalau dari sisi sales, dari awal justru mengarahkannya ke situ. Kan setiap meeting lintas departemen atau divisi kan salah satu yang dibahas kan program baru nya apa ini dari liputan6, oh bule oh zeneration. Jadi aspek yang bisnisnya itu langsung jalan. Meskipun memang bukan tugas utama kita, secara jobdesc, itu bukan pekerjaan jurnalistik atau konten kreator, itu pekerjaan sales marketing. Tapi aspek itu yang justru jadi pertimbangan kita dalam membuat konten. Ketika itu jadi, sales marketing ga susah untuk menjual memasarkan kira kira gitu.
Peneliti	Bagaimana pelaksanaan produksi program ini dilakukan secara online, hybrid, atau offline mempengaruhi efektivitas produksi?
Informan	Ya kalau dari sisi sales, dari awal justru mengarahkannya ke situ. Kan setiap meeting lintas departemen atau divisi kan salah satu yang dibahas kan program baru nya apa ini dari liputan6, oh bule oh zeneration. Jadi aspek yang bisnisnya itu langsung jalan. Meskipun memang bukan tugas utama kita, secara jobdesc, itu bukan pekerjaan jurnalistik atau konten kreator, itu pekerjaan sales marketing. Tapi aspek itu yang justru jadi

	pertimbangan kita dalam membuat konten. Ketika itu jadi, sales marketing ga susah untuk menjual memasarkan kira kira gitu.
Peneliti	Apakah pelaksanaan produksi program secara online, hybrid, offline itu mempengaruhi efektivitas produksi?
Informan	Hybrid udah jalan dari dulu, beberapa bulan udah mulai di kantor tuh offline. Bicara soal ngaruh atau ga, kayaknya sih gua rasa ga ngaruh karena apa yang dibahas offline itu bisa dibicarakan online, mau presentasi, mau sama-sama review program itu bisa dilakukan tools dengan google meet zoom kayak gini. Jadi, sebetulnya sama aja kalau bicara ngaruh apa enggak, sejauh ini enggak.
Peneliti	Bagaimana komunikasi dengan presenter yang beda domisili?
Informan	Ya, si bule itu ada di bali. Nah kalau presenter ini emang ada hal unik juga. Gua bisa bilang ada perbedaan, untuk nge brief feelsnya pasti berbeda. Misalkan uni kasi brief ke presenternya online sama ketemu langsung pasti beda. Sejauh ini belum pernah ketemu offline. Meskipun dari sisi secara output, kita liat aman-aman aja si. SI Bule menerima dapet brief via WA itu masih nyambung lah kira-kira. Kalau bicara soal feels pasti beda lah, minimal dari segi rasa memiliki programnya itu loh, pasti beda. Ya gak? Soal yaitu soal feels.

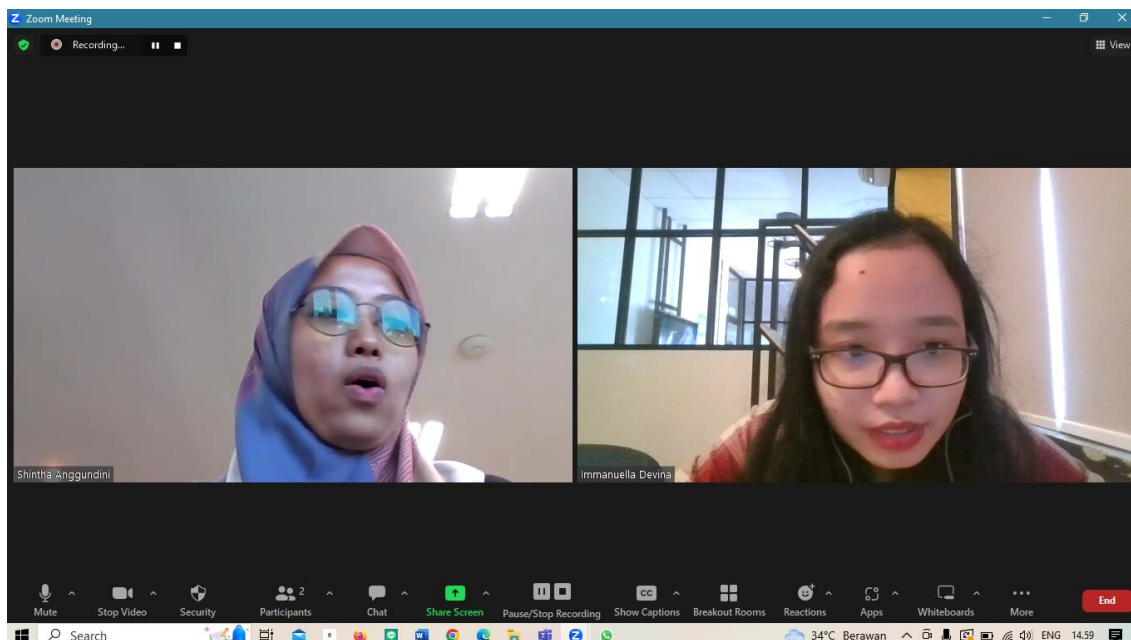
2. Transkrip Produser Enam Plus Vertikal

Nama Narasumber : Shinta Anggundini Norevfa

Jabatan : Produser

Hari & Tanggal : Senin, 17 April 2023

Tempat & Waktu : via Zoom Meeting, 15:00- selesai



Peneliti	Baik mba, mungkin bisa perkenalan diri dan cerita bagaimana pengalaman kerja di media?
Informan	Shintha Anggundini Norevfa. Lulusan Vokasi Universitas Indonesia, jurusan broadcasting penyiaran. Pengalaman di dunia jurnalistik baru di Liputan6.com. Lulus kuliah di 2011. Ikut temen buat skrip tentang kementerian gitu, ada film animasi. Trus 2013 masuk ke liputan6 sampai sekarang, berarti udah 10 tahun di liputan6 ini. Ada macam-macam si yang dikerjain selama 10 tahun, maksudnya ga cuman satu jobdesk doang ada dulu sempet jadi scriptwriter, creative, wardrobe, asisten produser dan sekarang jadi produser. Dari awal masuk sampe sekarang bagiannya di divisi multimedia, output pekerjaannya video. Mau itu berita, liputan, feature, atau program, konten Ramadhan, intinya multimedia video. Gue tuh sebenarnya disuruh megang bagian di livestreaming, cuman ada kerjain tambahan Enam Plus bule dan supervisi kerjain yang zeneration itu, video vertikal juga.
Peneliti	Bagaimana latar belakang adanya program Enam Plus vertikal ini?
Informan	Jadi sebenarnya, tiap tahun diupayakan ada sesuatu yang baru entah program atau konsep atau gimana. Jadi ga tiap tahun programnya sama pasti ada evaluasi dan sebagainya. Ini yang mana nih yang harus ditambahkan, dikurangi. Ini salah satunya penambahan. Jadi di tahun ini, mulai Juli 2022. Enam Plus Bule mulai dibahas Juli 2022. Tim Marcomm (KLY) yang menginisiasikan program ini. Mereka melihat media-media lain itu sudah membuat video-video seperti itu sementara di liputan6 agak kurang untuk konten itu. Jadi, berharap ini dibikin sekonsisten mungkin dan diserahkan kepada kita dengan konsep yang sudah ditentukan dan presenter yang udah ditentukan juga.

Peneliti	Mengapa memilih media Instagram Reels?
Informan	Pemilihan kenapa tayang di Instagram karena Instagram Liputan6 itu udah punya 2,1 juta followers jadi kita berharap dengan followers sebanyak itu konten-konten kita bisa di saksikan oleh paling tidak setengah dari followers kita bisa menikmati konten yang disajikan.
Peneliti	Apa yang ingin dibahas dari konten ini? Konsepnya seperti apa?
Informan	Kalau pesan dari tim marcomm adalah pengen yang diangkat adalah hal positif tentang Indonesia, apapun itu seperti Indonesia peringkat berapa dan hal-hal positif itu dibahas. Ya, untuk menginformasikan ke khalayak ramai kalau Indonesia punya hal bagus yang bisa dibanggakan. Cuman karena keterbatasan ide bukan juga karena keterbatasan ide, keterbatasan yang akan kita bahas tuh jadinya kita selang seling in dengan soft news. Supaya ga itu aja. Ada berita-berita yang kita bisa bahas. Misalnya lagi rame kemaren soal Indonesia gagal jadi tuan rumah, ga mungkin kita bahas negatif Indonesia gagal jadi tuan rumah. Kita tetep on track dengan berita yang lagi rame sekarang, kita bahas prestasi timnas Indonesia emang dari tahun2 lalu. Jadi, hal positif Indonesianya dapet dan berita nya juga dapet. Jadi kita ga ketinggalan lah. Kira-kira seperti itu.
Peneliti	Kenapa Liputan6.com merasa perlu mengangkat hal-hal positif dan berita? Lalu, Kenapa presenternya seorang bule?
Informan	Balik lagi, kita mulai dari tim marcomm kan. Sebenarnya kita udah Terima jadi. Jadi kita ikutin plan mereka. Hal yang sama kita tanyakan ke tim marcomm? Kenapa harus presenternya bule? Kenapa harus bahas Indonesia yang positif-positifnya. Di mereka (tim marcomm) itu mungkin ada survei atau pertimbangan, mereka bilang kalau warga Indonesia itu lebih percaya bule yang ngomong dari pada warga lokal. Mereka melihat kalau bule itu kelasnya beda. Jadi kalau bule ngomong misalnya kayak kuda itu kakinya empat, terus warga Indonesia empat. Kalau orang Indonesia yang ngomong, mereka ga percaya. Nah salah satunya pilih presenter bule adalah untuk itu, untuk supaya menyampaikan pesan yang bisa kita selipkan di dalam video si enam plus bule. Tapi kan balik lagi di video enam plus bule ini diakhirnya ada premis kan. Premis itu lah yang kek mengajak orang-orang untuk melakukan hal-hal positif. Jadi berharapnya kalau bule yang ngomong mungkin tergeraklah mereka untuk melakukan hal-hal yang positif itu. Atau misalnya kalau ngomongin Indonesia itu bagus loh, jadi paling enggak warga-warga Indonesia itu percaya bahwa Indonesia itu bagus dan bisa menyampaikan ke luar sana kalau Indonesia itu bagus.
Peneliti	Siapa target audiens dari progam ini?
Informan	Yang pastinya untuk follower Instagram. Untuk user yang menghabiskan waktunya berjam-jam di media sosial. Kalau melihat dari

	data yang disampaikan dari tim marcomm, kira-kira perempuan 16-24 tahun.
Peneliti	Bagaimana proses produksi dari program ini?
Informan	Kita menentukan ide itu melalui tahapan diskusi, lebih kayak ngobrol ada ide apa. Kalau ada ide A, A bisa dipoles jadi B, kekurangan dan kelebihan apa. Diobrolin bareng-bareng. Diskusi setiap senin jam 2 ini udah ditentukan tema apa aja untuk si enamplus bule. Temen-temen mengerjakan dengan tenggat waktu 2-3 hari. Naskah dikirim ke gue. Lewatin supervisi dari gue dan Kang Yoga, apakah sudah tepat dengan naskah yang telah dibuat, konsep yang udah kita harapkan. Kalau udah cocok, kita kirim naskah ke presenter si bule. Kalau ga cocok, gue akan revisi untuk supaya sesuai on track dengan konsep yang kita mau. Mungkin ada kalimat-kalimat yang dikurangi atau ditambahin. Tapi kalau naskah udah oke, kirim ke bule. Bule selang satu hari akan kirim video ke kita. Terus, video akan kita kirim ke editor. Lalu, editor butuh 1-2 hari mengerjakan. Editor kirim ke kita. Nah disitu ada proses quality control ya, materinya apakah sudah cocok? Atau ada yang kurang pas atau gimana. Kalau ada revisi kasi ke editor, kalau engga itu kita langsung kita publish ke Instagram Reels.
Peneliti	Bagaimana mendapatkan ide dan topik untuk konten ini?
Informan	Itu tidak terlepas dari banyak baca karena soal Indonesia ini kan kalau yang terbaru tentang Indonesia, kalau Indonesia masuk jajaran terkaya, dermawan, itu tahun-tahun belakang ini emang ada beritanya. Cuman kalau di tahun-tahun yang dulu kita gatau ini berita tentang Indonesia ada apa aja, masuk destinasi yang termurah atau gimana. Kedua, kalau untuk ngelihat mengikuti tren berita yang sekarang ya kita lebih ke berselancar di media sosial kayak dari Twitter, Instagram, TikTok, kalau misalnya nemu apa yang lagi rame nih dibahas di media sosial, mungkin kita bisa angkat berita turunannya, bisa kita sebut soft news.
Peneliti	Apa saja pertimbangan dari produser dalam menentukan topik selama rapat ?
Informan	Balik lagi, kita berpegangan pada konsep yang telah dititipkan oleh tim marcomm kepada kita. Mereka maunya hal-hal yang bagus tentang Indonesia. Jadi berita2 soal kek Indonesia gagal tuan rumah gabisa diangkat, tapi bisa dialihkan dengan angle yang berbeda. Kita bahas sepakbola juga, timnas juga, kita ga bahas gagal tapi prestasi. Kita berpegang pada konsep yang dititipkan tim marcomm
Peneliti	Bagaimana menentukan dari sisi penyajiannya? Apakah mungkin sudah ada standar atau ketentuannya?

Informan	Kalau dari awal, videonya konsepnya (marcomm) cuman dari presenter terus video ilustrasi atau foto ilustrasi terus selang seling. Cuman pas udah dititipkan ke kita, kita mencoba membuat itu semenarik itu dengan menambahkan motion grafik terus tambah kalau bisa kita selipkan dengan gimmick untuk presenter membawakan presenter dalam menyajikan si berita itu, ya ga kenapa-kenapa. Jadi, Kita tambah gimmick dan motion sih lebih tepatnya, untuk saat ini dibandingkan dengan video awal yang diberikan kepada kita dari teman-teman marcomm. (Mereka sempet kasi dummy) Mereka dulu presentasi ke mereka minta kita melanjutkan program ini dengan konsep yang telah mereka buat eksekusi. Awalnya, kita lakukan sesuai dengan yang mereka mau. Terus kita coba untuk kasi masukkan kalau misalnya menarik untuk ada motion dan gimmick terus mereka menerima dan dilanjutkan dengan konsep yang baru.
Peneliti	Mengapa perubahan konsep itu dianggap lebih menarik?
Informan	Kalau untuk yang gimmick, kita melihat berita-berita yang disampaikan itu kalau masuk di media sosial itu ga harus serius. Jadi paling enggak, Ini bukan hal baru karena media lain melakukannya. Kita bukan mengamini tapi mengiyakan itu, media sosial itu ga perlu harus formal ya apa. Kalau bisa dibuat gimmick, scene, atau adegan itu sebelum berita disampaikan itu menurut kita lebih cepet nyampainya ke penonton. Dibandingkan kita ngasi tau bikin dunia dalam berita,kek dari awal sampai akhir beritanya cuman dibacain. Tapi untuk si motion itu, karena kita melihat pas waktu konsep awalnya cuman yang selang seling mulai dari foto video presenter, kadang itu ilustrasinya itu ga sesuai. Sementara motion ini bisa kita ada yang bikin dari awal, ada yang kita ambil dari situs yang berbayar dan tidak berbayar. Nah, itu kita melihat itu lebih tersampaikan dibanding, ya video paling misalnya kek orang sakit gitu, tapi ilustrasinya cuman meringis tapi ga ngeliatan kalau dia pegang apa yang sakit, entah itu perut, kepala, mata,. Sementara kalau motion itu keliatan misal kek mata ini, kita bikin tambahan biar terlihat kalau si matanya sakit gitu karena di video ini cuman meringis doang gitu jadi kurang tersampaikan. Jadi lebih menarik untuk dibikin motion grafis, ya walaupun ada selang-selingnya foto video motion, video ini cakupannya kurang luas untuk menyampaikan narasi yang diceritakan oleh si bule ini.
Peneliti	Apa saja yang mba perhatikan saat melakukan revisi naskah bule?
Informan	Yang pasti data. Kita agak ngeri-ngeri sedap sama data yang salah. Apalagi data, data yang ga salah, cuman data ga salah, cuman itu data tahun 2020 sementara sekarang 2023. Udah jelas ada tiga tahun berjalan dan udah ada perubahan pastinya. Jadi kalau misalnya pake data tahun 2020 itu ga relevan jadi lebih baik jangan pake data. Data itu bisa jadi angka, penjelasan misalnya sebuah penyakit dari virus, bakteri, kalau misalnya itu salah dikit, itu bisa fatal. Kita kan membuat konten ini

	tujuannya tidak hanya menghibur tapi juga mengedukasi dan menginformasi. Kalau kita pake data di naskah aja salah gimana mencapai tujuan tersebut. Paling yang gue cek banget itu data, ambil dari mana terus tahun dari mana.
Peneliti	Apakah berita yang dibuat harus berasal dari situs Liputan6.com?
Informan	Yang pertama, kita menyarankan cek dulu di website liputan6.com, kalau misal tema/ide yang mereka bikin itu tidak dibahas di liputan6.com, bisa dicari sesuai dengan instansi yang berkaitan dengan tema itu. Kalau gada juga, bisa ambil berita dari luar, cuman untuk tidak mempersulit teman-teman yang membuat. Itu opsi ketiga untuk liat media lain. Kalau dari media lain harus liat sumbernya dari mana, kalau media lain tapi ga nulis sumbernya dari mana mending gausa diambil. Misal Kompas ambil berita dari media luar, itu mempermudah biar ga mengtraslalte. Hindari untuk mengambil dari website yang ga dikenal misal .org atau web yang cuman blog. Kita gatau sumber mereka dari mana, akurat mereka dari mana. Pertama, lip6, kedua instansi, ketiga web dengan sumber yang terverified.
Peneliti	Siapa yang memiliki kekuasaan untuk menentukan ide serta melakukan revisi? Apakah produser atau redaksi pelaksana?
Informan	Eh, kalau untuk ambil keputusan itu udah diserahkan sepenuhnya ke gue. Cuman kalau misalnya kang Yoga ada terlibat. Perlu diketahui, meeting hari senin jam 2 itu, kang yoga itu ada atau engga itu tetap berjalan. Jadi kalau kang yoga berhalangan, gua tetap lanjut diskusi itu. Kalau kang yoga gada, gue memutuskan iya/tidak ini bisa dilanjutkan. Kalau kang yoga ada, gue menjelaskan kenapa gue mengiyakan ide si konten kreator. Kalau kang yoga bilang, ada proses diskusi dengan kang yoga di situ, jadi kang yoga memberikan pemaparannya juga, Jadi kita cari jalan tengahnya ini mau dibuat gimana atau gausah diangkat sama sekali.
Peneliti	Bagaimana anda menyusun timeline produksi? Bagaimana pertimbangan dalam mengunggah konten-konten tersebut?
Informan	Eh iya, kita ada timeline itu apa mulai dari awal, dari diskusi hari senin. Kita udah nentuin kan tema apa aja yang akan diangkat oleh temen-temen dan akan dikerjakan. Itu melihat proses berapa hari mereka kerjakan. Kalau misalnya mereka produksi membuat naskah itu itungannya berapa hari, dari naskah gua harus revisi berapa hari, kirim ke bule, bule kirim ke gue, terus editor. Jadi, tema-tema yang harus didahulukan misalnya masalah Ramadhan yang mudik gitu, ada yang beberapa bikin konten tentang persiapan mudik lah, gue udah jauh-jauh hari bilang kalau misal mau buat itu dan akan ditayangkan, berarti gabisa sekarang ini senin ini diskusi ni, itu ga bisa, minggu ini udah masuk dalam waktunya mudik dan lebaran. Sementara proses mereka sekarang

	bahas mudik, baru submit kamis, kirim bule, dan paling nyampe editornya sampe jumat sementara sabtu udah lebaran. Kita melihatnya kedepannya ada tema-tema yang sesuai, kalau ada tema yang didahului sebelumnya, jadi misal ada tema hari tbc sedunia itu 23 maret, nah itu harus didahulukan, dikerjakan dahulu. Bisa aja sih kita titip ke editor, kan dari misal dari temen kreator ada 5 , terus ada yang ngomongin tbc dan mudik, kita akan minta editor untuk dahulukan konten2 yang hampir mendekati harinya, hari yang akan mereka bahas. Momen iya momen
Peneliti	Bagaimana target video per bulan? Apakah target itu membuat tim kewalahan?
Informan	Target itu pasti ada, kita lebih kayak ga, per bulannya waktu itu ada ditetapin 40. Cuman, balik lagi, ada dimana kayak beberapa yang tidak sesuai dengan target. Misalnya bule lagi cuti, gue cuti, atau bule berhalangan lagi sakit atau gue sakit. Ada yang tidak tercapai karena hal-hal itu doang, kalau lain-lain sih tercapai ya target dari si kantor ini. Kewalahan si tidak ya, untuk membuat si naskah-naskah ini sejauh ini masi aman. Cuman, balik lagi kayak ada masa dimana mungkin bulenya ngirimnya. Gue kirim sehari dua, senin dua, rabu, dua. Bule kadang ikutin juga kirim dua ke kita. Ada momen dimana dia nge pull, jadi rabu kirim enam. Sementara kita harus cicilin ke editor gabisa langsung enam. Jadi distribusinya dibagi-bagi lah. Jadi, paling disegi itu, kewalahan banget engga, tapi itu masih bisa di under control.
Peneliti	Bagaimana tim melakukan evaluasi terkait program ini? Poin-poin apa saja yang diperhatikan?
Informan	Evaluasi bukan evaluasi tahunan. Setiap kita publish enam plus bule, kita bilang ke temen-temen konten kreator kalau misalnya evaluasi itu bukan dari gue aja. Kita butuh diskusi soal itu. Misalnya, Kita publish enam plus bule a, b,c. Ternyata b itu tinggi sendiri, nah itu yang kita bahas. Maksudnya, kita nanya ke temen-temen, kira-kira coba dilihat ini A, B, dan C bedanya apa. Apakah dari segi judul yang sedikit memancing atau temanya yang lagi hype pada minggu itu, atau mungkin kita bedah gitu. Ini kenapa cuman dia sendiri yang beda di minggu ini. Dalam seminggu itu dipublish tiga tapi cuman itu yang tinggi viewsnya.
Peneliti	Apakah engagement di Instagram Reels jadi evaluasi juga?
Informan	Iya, betul
Peneliti	Bagaimana pengaruh tema/topi/judul/penyajian mempengaruhi engagement yang terbentuk di Instagram Reels?
Informan	Waktu awal-awal si enam plus bule ini thumbnail itu si bule sendiri, lalu dikasi ornament. Ya, ornament itu paling tidak membuat menegaskan

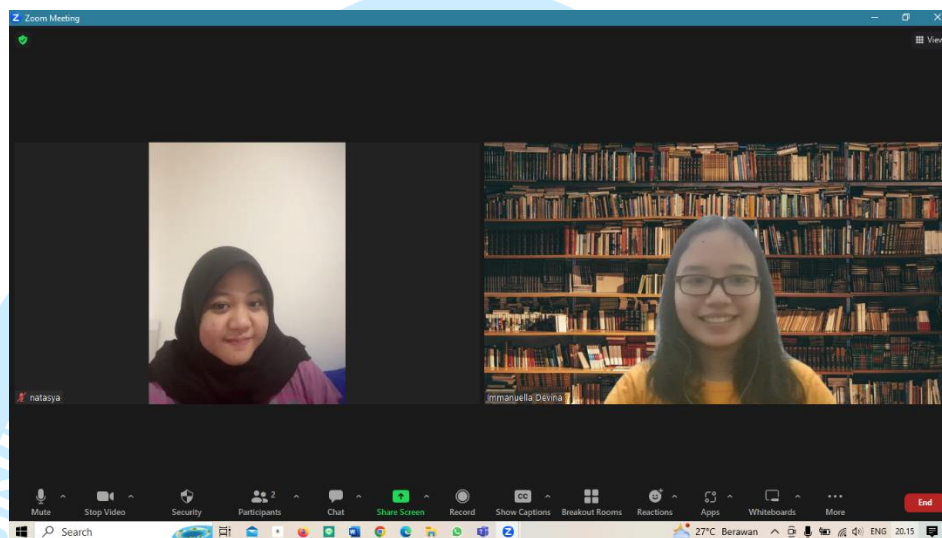
	topik yang sedang kita bahas. Balik lagi, judul sangat menentukan orang mau click video atau berita kita. Kalau cuman judul kayak “Indonesia gagal jadi tuan rumah” Ya terus? Semua orang udah tau. Apa yang bisa gue dapatkan dengan click berita itu? Bisa aja kek ya emang harus ada teasing bikin orang tergelitik untuk klik itu berita sih. Contoh misal, gagal jadi tuan rumah tapi timnas bisa kasi ini... emang si agak provoke, lebih nge mancing orang untuk penasaran kalau kita punya berita tentang itu.
Peneliti	Bagaimana standar keberhasilan dari program ini?
Informan	Iya betul, dari <i>engagement</i> Kita dapet report dari temen-temen sosmed. Mereka ada per bulan misal, di bulan ini berita ini yang naik, mungkin bisa bulan depan bahas ini lagi atau angle yang berbeda. Ya paling itu salah satu kerjasama dengan tim sosmed, tema ini bisa diangkat lagi apa gimana.
Peneliti	Bagaimana engagement yang telah terbentuk terkait program ini sampai bulan ini?
Informan	Em,yang paling tinggi, kemaren, engga deh, kalau dilihat stabil ga stabil ada tinggi, turun, datar terus tinggi lagi. Tapi yaitu tinggi itu lebih ke momentum sih. Jadi pada saat berita itu dipublish itu masi di dalam minggu-minggu momen tentang berita itu. Jadi kayak orang masi nyari hal-hal tentang berita itu jadi kita kedatangan <i>engagementnya</i> penonton gitu loh.
Peneliti	Bagaimana sebagai produser anda menyesuaikan berita untuk disajikan di media sosial? Bagaimana anda mengutamakan nilai jurnalistik?
Informan	Dari jurnalistik ya? balik lagi kalau misalnya kita buat konten ini dan mempertimbangkan sisi jurnalistiknya, ini kan karena tayang di media sosial ya, terus seperti yang udah disampaikan tadi kalau di media sosial itu gabisa serius banget. Gimana caranya untuk ngebawain itu seringan mungkin tapi tidak menghilangkan konteks dan tidak mengurangi informasi atau data yang harus kita sampaikan. Misalnya kayak walaupun ada beberapa video yang kita gabisa tambahin gimmick dan ga cocok aja balik lagi dari sisi jurnalistik. Itu baru misalnya bayi yang dikasi kopi, terus ga mungkin kita tiba2 gimmick ngasi kopi ke bayi atau anak. Itu balik lagi liat2 dulu gimmicknya cocoknya dimana. Ya walaupun kita menyampaikan secara ringan, diliat lagi itu etis atau engga.
Peneliti	Sejak diunggah pada Juli 2022 sampai saat ini, apakah anda melihat bahwa konsep penyajian program ini sudah cocok? Atau mungkin ada yang bisa dikembangkan?

Informan	Kalau untuk dikembangkan sangat terbuka peluang, karena kedepan tren medsos itu berubah kan. Ya kita akan mengikuti itu karena itu balik lagi dinamis kan media sosial. Kalau berkembang ini banyak yang bisa dieksplor. Cuma untuk sampai saat ini lumayan cukup berjalan dengan lancar, yang nonton bisa 9k-10k itu udah lumayan. Kalau kita si bilang berhasil tapi gabisa berhenti sampai disitu aja. Kita akan coba berbagai cari untuk bisa sampai 20k views .
Peneliti	Apakah target 20 ribu views itu diberikan dari Liputan6.com?
Informan	Oh engga, itu motivasi sendiri aja. Kan liat lo udah effort riset dan konten sebgus itu terus yang nonton cuman 1000-500 jatuhnya kan males. Mencoba melakukan apapun itu, entah itu riset menentukan tema baik, judul baik, agar bisa dapet 20k ini. Emang gada target dari kantor tapi memotivasi konten kreator. Kalau bagus gada yang nonton itu sayang mungkin ada yang kurang, kurang riset dan sebagainya.
Peneliti	Tim Marcomm itu dari Liputan6.com atau KLY?
Informan	Oh itu tim marcomm cuman ada satu itu KLY. KLY punya satu tim yaitu tim marcomm dan bisa ke liputan6, fimela, kapanlagi, dream atau kemana. Emang cuman ada satu itu KLY. Mereka yang merasa perlu ada program ini.
Peneliti	Selain engagement, apakah konten ini juga diarahkan untuk mendapatkan iklan dan pemasukan?
Informan	Nah, eh sebenarnya kan balik lagi, ini tuh karena kita dapet dari tim marcomm, dan ada ketentuan kan, suka sadar ga sih kalau si enam plus bule ini bulenya pake baju liputan6. Nah itu permintaan tim marcomm, niatnya video enam plus bule ini akan lebih dijual atau dipasarkan atau di nego kalau bisa dijual. Cuma untuk sampe tahap itu gue ga dilibatkan bisa ditanyakan ke kang yoga
Peneliti	Bagaimana tantangan dan hambatan pengerjaan program ini?
Informan	Salah satunya pertama kali konten produksi vertikal, selebnya dulu video regular yang caption dia. Ngerjainnya dedicate juga. Yang lebih menantang adalah bersaing dengan konten yang sama. Baik dengan media lain atau dengan media yang satu grup sama kita karena kan cross/ apa jatuhnya, kalau misalnya kek merdeka buat konten dibarengi atau dinautkan dengan akun liputan6. Trus kontennya sama, dan berbarengan dengan, konsep nya yang sama.. otomotis kontennya bakal terbagi. Awalnya banyak kita, misalnya kita nentuin waktu jam 4 sore. Trus akhirnya merdeka masuk, kita bersaing di luar tapi bersaing di dalam juga. Puter otak agar orang nonton kita daripada konten media lain. Kalau hambatan lebih ke koordinasi karena kan kalau kita nulis. Kita lebih memberi arahan di word, koordinasi lebih enak langsung, presenter

	ada di bali, jadi kita japri, kita mau dibikin kek gini, maunya gini, geraknya terbatas. Lebih enaknya ngomong langsung, kita tunjukin maunya gimmicknya begini, hambatan selama bikin enam plus bule.
Peneliti	Apakah timeline dari mengunggah konten ini juga memperhatikan media kompetitor? Misalnya, saya lihat ada masa dimana satu bulan banyak membahas piala dunia, apakah itu ada perintah dari internal bahkan dari KLY?
Informan	Lebih ke tren berita saat itu sih, bukan karena mereka ngangkat, kita engga. Kalau kita runut itu bisa dibilang sama sih. Kan karena ini lagi rame dibahas nih, media lagi bikin, kenapa kita ga bikin? Kita ga bikin kita ga ngikutin tren saat itu? Misalnya sekarang lagi ngomongin mudik lebaran terus kita gabahas itu, kita kehilangan momen itu, padahal orang lagi cari info misal persiapan mudik, jalur mudik, apa yang harus dipersiapkan gitu2. Ya, kita memanfaatkan si momen itu sih. Misalnya ada berita Indonesia, lebaran, oh yaudahlah lebaran lebih banyak Indonesia engga Iya, apa yang sedang viral itu sangat mempengaruhi. Momen itu sangat mempengaruhi sih, karena bisa saja kek di google search, orang itu lebih nyari pada saat minggu ini nyarinya adalah. Kita liat tren di twitter aja, kita bisa liat di kolom search, apa aja yang sedang dicari banyak orang. Kalau kita bikin di luar tema itu, kita ga mendapatkan perhatian orang-orang ini. Kalau mau cari perhatian warga net ini, kita harus ikutin tren. Kalau trennya kacamata charger hape ya kita ikutin juga.
Peneliti	Apa keuntungan dan harapan lain yang diinginkan Liputan6.com melalui konten ini?
Informan	berharapnya menambah followers dan menambah engagement. Berharap masuk iklan dan lumayan untuk pemasukan di kantor kita. Tapi belum tau kelanjutannya. Kita sih berharap banyak hal untung untuk kantor ini, followers makin bagus, engagement makin bagus, nah iklan ini kalau bisa dapet, kita bisa eksplor konten ini lebih bagus lagi, kita bisa produksi langsung. Dengan ada iklan ini berarti kan ga menutup kemungkinan ada budget untuk menghasilkan program yang lebih bagus.
Peneliti	Apakah ada tantangan dari konten kreator selama mengerjakan tugas ini?
Informan	Mereka pernah ada masa isinya itu tips-tips aja. Mereka bingung bedain program ini sama program zeneration. Perlu cari topik yang relate dengan pilih angle untuk cari soft news. Kalau diluar momen bisa cari ide yang timeless

3. Transkrip Konten Kreator Enam Plus Vertikal

Nama Narasumber : Natasya Putri Ramadhani
Jabatan : Content Creator
Hari & Tanggal : Selasa, 9 Mei 2023
Tempat & Waktu : via Zoom Meeting, 19:30- selesai



Peneliti	Halo Caca, mungkin dapat memperkenalkan diri?
Informan	Halo Namaku Natasya Putri Ramadhani, biasa dipanggil Caca, sekarang masih mahasiswi semester 6 di Universitas Indonesia (UI), program vokasi, jurusan multimedia broadcasting. Lalu, sekarang di Liputan6.com itu aku sebagai content creator intern. Masuk magang jadi vokasi itu karena ada kerjasama dari universitas dengan KLY. Jadi ada beberapa anak vokasi seleksi berkas dan portofolionya, terus di wawancara. Habis itu lulus dan dipanggil untuk WFO.
Peneliti	Sudah magang di Liputan6.com sudah berapa lama?
Informan	Totalnya 6 bulan. Jadi Oktober 2022 sampai Januari 2023. Lalu mulai lagi Februari 2023 sampai Mei 2023.
Peneliti	Apa saja tugas anda menjadi content creator di Liputan6 ?
Informan	Kalau di program enam plus itu, aku fokus menulis naskah jadi posisinya content researchers dan writers. Tugasnya itu pertama ngeriset konten abis itu kedua menulis naskah buat produksi video vertikal si enam plus bule. Cuman aku ada kerjain program lain selain program bule yaitu

	zeneration. Jadi target audiens anak gen z, isu gen z, isu sekarang dengan konsep anak muda. Nah itu kita ikut dari pra produksi sampai pasca produksi anak magang yang bikin. Kalau yang enam plus bule kan cuman research konten sama nulis naskah doang gitu.
Peneliti	Apa itu program Enam Plus bule?
Informan	Jadi, enam plus itu karakteristiknya kayak berita yang target audiens umum dewasa muda sampai dewasa gitu. Karakteristiknya itu narasinya itu yang baku atau formal, narasinya itu walaupun kompleks harus dibuat lebih mudah dipahami. Temanya itu jadi tema itu difokuskan ke kabar baik berita baik dari Indonesia, misalnya kayak prestasi Indonesia tentang isu-isu yang lagi viral di lapangan, fenomena alam budaya Indonesia, kekayaan alam, tradisi, kabar baik Indonesia. Kedua, tentang berita aktual. Tetepi berita aktual itu, hard news atau soft news berita yang lagi viral itu tapi diambil angle yang berbeda. Jadi dibikin timeless, dibikin beritanya dapat diakses sewaktu-waktu dan ga bakal abis. Kemaren itu kan ada berita timnas yang ga jadi main di piala dunia, itu yang viralnya tetapi kita ambil angle yang berbeda ternyata timnas punya banyak beritanya. Ketiga, beritanya tentang soft news, feature misal kayak bahayanya mandi malam, kecerdasan emosional dalam bekerja, atau AI gitu-gitu.
Peneliti	Berapa topik dan naskah yang harus dikerjakan oleh Content creator dalam durasi tertentu?
Informan	Kalau untuk periode pertama kedua aku magang beda. Periode pertama program yang kami kerjakan itu ada dua, naskah bule sama zeneration. Kalau zeneration kan target outputnya 1 kali seminggu kalau enam plus bule ini 2 sampai 3 script dalam seminggu. Kalau di periode kedua ini karena program ada 3, enam plus itu cuman sekali seminggu, zeneration seminggu sama motion graphic seminggu. Nah di periode awal itu karena targetnya sampai tiga skrip, jadi idenya itu boleh sebanyak-banyaknya, jadi siapin ide 3 sampai 4. Kalau periode kedua, minimal 2 ide tapi juga bisa sebanyak-banyaknya.
Peneliti	Bagaimana alur produksi program enam plus ini ?
Informan	Pertama, pra produksi, kita <i>brainstorming</i> dulu, pertama kita research ide konten. Pertama, kita liat dari berita-berita di liputan6.com dari media sosial atau websitenya. Kalau belum ada ide yang cocok atau sreg gitu, kita bisa melihat dari media kompetitor juga karena fokusnya ke kabar baik Indonesia jadi kadang aku liatnya dari Good News From Indonesia (GNFI) atau kabar baik dari Indonesia namanya, tapi itu ambil tema besarnya aja sih. Kalau angle sama poin pembahasannya pasti dimodifikasi, ga persis sama. Terus, setelah nyari ide, baru dibikin kayak poin-poin pembahasan atau gambarannya yang mau dibahas itu seperti apa aja.

	Ide itu ga langsung diolah jadi naskah, kita harus presentasi dulu di weekly meeting. Jadi, weekly meeting itu dipresentasiin beberapa ide baru kalau udah di approve, saran-saran dari mentor yaitu produser atau redpel baru di-approve idenya. Baru dibikin konsep video dan naskahnya kan. Jadi, bikin naskahnya terus dibikin short descriptionnya, itu biasanya kalau short desc itu ketentuannya 2-3 kalimat tapi jangan panjang-panjang lah. Terus barulah dibikin judul, judul itu 5-7 kata, dan ketentuannya kalau judul itu, jangan pakai istilah asing gitu loh. Misalnya gini, bikin konten tentang toxic masculinity, kalau orang awam kan itu kurang familiar jadinya itu judulnya itu jadi emang iya cowok ga boleh nangis. Kayak gitu. Pokoknya judul itu juga harus membuat audiens penasaran pengen klik. Terus, kalau ketentuan bikin naskah itu, naskahnya itu kan kolom, satu kolom satu paragraph .usahakan 7 kolom aja idealnya. Jangan terlalu panjang dan harus pandai-pandai nyari pembahasan yang penting aja dan Nah terus di enam plus itu bikin naskah ada gimmick di awal yang relate sama isunya, ditambah grafis visual kayak ilustrasi foto video yang relate sama naskah boleh juga dimasukkin grafik kayak statistic data kalau ada atau ikon atau vector. Kalau udah selesai bikin naskah, naskahnya itu dikirim ke produser kalau ada revisi gitu. Produser bakal koordinasi dengan talent karena kami bukan jadi talent ada talentnya bule gitu. Abi situ, di quality check sama produser baru deh di pasca produser bukan kami yang handle. Edit itu dari bagian editor, Mas Reza. Sebelum dipublish dibuat thumbnail sama mas reza terus dipublish sama tim sosial media. Tapi kami (Content creator) ga koordinasi langsung sama sosial media, yang koordinasi sama sosial media itu produser, mba Shintha.
Peneliti	Dari ide-ide yang udah kamu sampaikan apa aja komentar atau hal-hal yang disampaikan ke kamu sebagai creator?
Informan	Komentarnya paling misalkan gimmick, dulu ada berita tentang gita Savitri yang childfree itu kan. Nah kalau misal awet muda karena ga punya anak. Nah itu tuh jangan ambil fokus ke beritanya itu. Pastinya berita-berita lain udah ada banyak yang bahas itu juga. Nah, kita nyari angle lainnya itu misalkan bukan childfree tapi ini tips untuk awet muda. Ada alternatif lain ibu-ibu bisa tetap muda. Terus pertimbangan idenya juga, kalau aku sendiri enam plus itu belum ada berita politik sih takut ada salah-salah dan provokatif. Kalau zeneration ada perlu berita politik, misal dua kali seminggu tentang pemilu. Jangan sebut nama partisipan politik, capres cawapres, belum dikasi tau jelas siapa yang nyalonin masi prediksi. Sama kayak gitasav itu jangan dikasi tau gita sav secara gambling paling ada selebgram gitu sih. Nama brand juga, kita kan juga ga disponsorin.

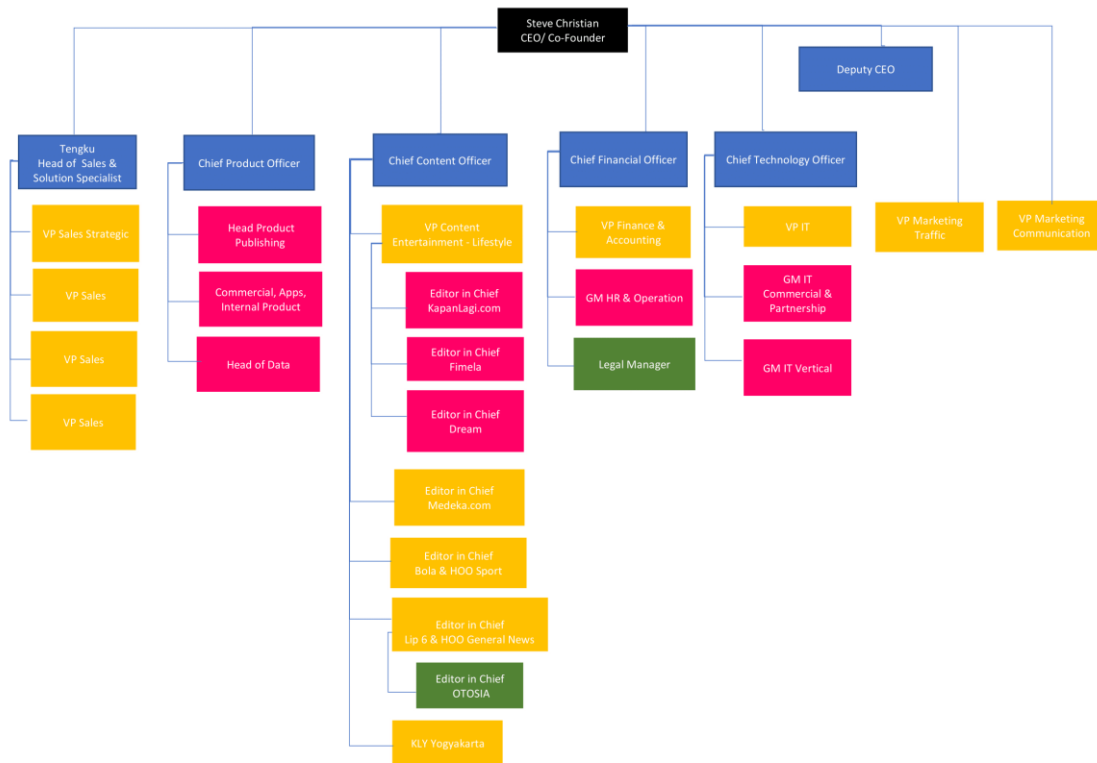
	Jangan sebut nama brand, nama merek, atau nama orang terkenal gitu sih.
Peneliti	Apakah ide-ide dari kreator pernah ditolak dalam rapat atau diskusi tersebut?
Informan	Aku ada, konten yang idenya disuruh ambil angle yang lain. Pas itu kan di akhir desember 2022 ada berita tentang fresh graduate lulusan sarjana itu banyak banget yang nganggur, nah aku membahas itu. Cuman kata mentor, coba kita tuh, itu kan kayak nakut-nakutin kan. Kita alihin berita itu lebih positif, jadi daripada kita bahas itu gimana kalau kita mengajak anak-anak muda fokusnya bukan hanya cari kerja tapi menyediakan lapangan kerja. Poin-poin yang dibahas jadinya diganti. Anak muda bisa loh sambil nyari kerja dia bisa ikut-ikut hal positif seperti ikut kursus, nambah skill, ikut job fair, misalkan kita tambahin contoh ternyata dia pembisnis terus sukses kayak gitu. Jadi beritanya lebih ngasih kayak nilai-nilai positif gitu lah.
Peneliti	Saat rapat diskusi, siapa yang memiliki wewenang dan ambil keputusan terkait ide yang bisa dipake atau tidak?
Informan	Sebenarnya dua-duanya ya produser sama redaksi pelaksana. Cuman lebih tinggi otoritasnya redaksi pelaksana kan. Jadi, selain produser.. nanti produser juga harus minta approve dari redaktur pelaksana. Jadi lebih berat ke redpel sih karena otoritas lebih tinggi.
Peneliti	Bagaimana kreator memastikan nilai berita dan melakukan cek fakta untuk konten media sosial seperti ini?
Informan	Kalau dari aku, kita ambil sumber-sumber riset data yang nanti jadi script itu dari narasumber terpercaya gitu. Kalau Liputan6.com belum lengkap untuk sumbernya, kita ngambil data dari media competitor, tapi yang terpercaya jangan ambil dari Wikipedia atau blog Kompasiana karena itu kan blog ya. Jadi yang terpercaya kek media yang udah terbukti kek misalnya Kompas.com, CNN, BBC, Detik.com, yang kek gitu-gitu sih. Terus juga kalau data statistic biasa liatnya dari databoks atau katadata yang udah terpercaya. Pastiin juga sumber referensinya itu yang tahun terbaru.
Peneliti	Apa aja yang anda pertimbangkan saat nulis narasi itu?
Informan	Yang dipertimbangkan itu, biasanya diambil poin-poinnya berita aja sih. Jadi jangan terlalu panjang. Pokoknya pandai milih milih apa yang perlu dimasukkin ke narasinya sih. Karena durasi cuman 1 setengah menit dan maksimal 2 menit.
Peneliti	Bagaimana cara memilih gimmick dan visual untuk konten ini?

Informan	Kalau gimmick, judul ga terlalu sering pakai. Yang aku inget dulu ada satu konten yang bahas hari libur dan cuti nasional. Nah ada aktivitas produktif apa yang bisa kita lakukan di rumah dan keluarga. Gimmiicknya karena itu bahas liburan, talentnya aku saranin pakai property liburan kayak kemeja pantai gitu. Pokoknya gimmicknya itu harus sesuai sama isunya gitu. Terus kalau untuk grafis visual itu ambil dari sumber foto video itu kalau video ke videvo yang gratis kalau foto di pexels. Kadang-kadang juga di freepik kalau vector sama ikon itu biasa di freepik dan vlaticon. Soalnya belum ada shutterstock, nah itu ada premium dan kita ga berlangganan jadi cari yang free aja.
Peneliti	Apakah ada arahan dari atasan yang harus diutamakan sehingga kreator mengerjakan satu tema yang sama? Dilihat dari konten yang diunggah, pernah ada masa dimana ada yang banyak semua bahas piala dunia ya?
Informan	Ada sih tema yang kita bikinnya barengan gitu gada yang beda, yang pertama tema Piala Dunia itu karena liputan6 itu dia ada platform yang menyiarkan itu kan vidio.com. Nah vidio.com itu kan ada relasi sama liputan6.com. Jadi kita bahas piala dunia Qatar. Lalu ada juga bahas tentang Ramadhan, itu dari kreator ada beberapa yang buat angle ada yang buat tradisi mudik kek gitu.
Peneliti	Berapa lama durasi yang diberikan oleh produser untuk memproduksi konten tersebut?
Informan	Kalau nulis naskah itu seminggu. Jadi kayak misalnya weekly meeting itu awal senin, deadlinenya misal di kamis atau jumat. Terus nah untuk posting nya itu macam-macam dan kurang konsisten sih. Kadang-kadang naskah minggu ini udah siap, bisa aja dua minggu berikutnya bahkan sebulan berikutnya jadi ga nentu gitu. Karena mungkin setelah bikin naskah talent kan ga langsung take video tapi di quality check sama produser dan revisi-revisi gitu kan. Pasti di cek dulu sama redpel gitu.
Peneliti	Bagaimana target unggahan video ini?
Informan	Kalau target upload dalam sebulan itu ga ditentukan. Paling cuman target output dalam seminggu sih yaitu satu kali seminggu.
Peneliti	Bagaimana engagement enam plus sejauh ini? Apakah meningkat dari views, likes, comment di Instagram?
Informan	Engagement nya itu beda-beda per kontennya tapi pas awal-awal ngerjain itu masi agak kurang viewersnya, stagnan di 2000, 3000. Likesnya kek 150. Lalu interaksinya komentarnya kurang kadang ga nyampe 20an lebih paling banyak itu 10 gitu. Kadang bisa aja gada komentar sama sekali kan. Makin kesini ada yang bisa capai 10ribu, tergantung kontennya sih.

Peneliti	Apa yang membuat engagement tiap konten berbeda? Ada yang tinggi dan rendah?
Informan	Yang engagementnya naik itu misalnya yang lagi viral itu, contohnya suku bajo. Itu tinggi. Soalnya itu kan lagi viral secara global film Avatar. Terus yang karena suku Bajo relate sama suku Avatar jadi tinggi engagementnya. Tapi kalau naskah yang aku produksi sendiri dan engagementnya tinggi itu tentang bahaya AI. Emang lagi booming chatgpt gitu. Terus yang engagementnya rendah itu seingat aku itu tips belanja online yang paling rendah. Mungkin karena enam plus itu kan berita indepth ya. Nah tips belanja online lebih cocok ke motion grafis gitu karena kan lebih light. Viewersnya kayaknya cuman 1000 dan likesnya cuman ratusan gitu.
Peneliti	Bagaimana evaluasi dilakukan terhadap konten?
Informan	Biasanya kalau evaluasi itu kami minta WFO biar jelas. Biasanya yang dievaluasi itu tentang kemaren itu karena ada perbedaan karakteristik program. Pas di awal itu sering bahas angle lain dari berita viral atau feature. Kalau di periode dua ini, lebih difokuskan ke prestasi Indonesia karena banyak content creator bingung dengan karakteristik enam plus ini dan beda temanya. Itu si evaluasi. Lalu, yang selalu ditekankan itu judul sih harus dibuat nendang gitu.
Peneliti	Bagaimana engagement diperhatikan oleh tim? Apakah komentar di enam plus itu jadi perhatian juga atau tidak? Atau hanya viewers aja?
Informan	Iya, lebih ke viewers sih. Konten di enam plus itu ga terlalu banyak, masih rendah sih interaksi audiensnya dari audiens.
Peneliti	Bagaimana revisi yang dilakukan oleh produser ke naskah yang telah dibuat creator?
Informan	Bentuk evaluasi kayak gitu ada sih, tentang fenomena ngemis online. Jadi itu, terlalu umum beritanya. Kayaknya itu bukan angle yang spesifik dan dah udah banyak yang bahas. Jadi dari mbanya diminta contoh kreator yang kasi impact positif contohnya di Tiktok ada pandawa. Jadi kita bikin perbandingan konten kreator yang kurang bagus dengan si pandawa yang positif. Kayak gitu.
Peneliti	Apakah content creator pernah melakukan koordinasi dengan pihak lain di luar dengan produser dan redaksi pelaksana?
Informan	Kalau selama ini cuman lingkupnya produser sama redaksi pelaksana. Mungkin kalau yang ke atasan-atasan kek pemred itu lebih ke produser. Kalau kita content creator intern belum pernah koordinasi sama pihak lain.

Peneliti	Apakah program ini memiliki saingan dengan media lain dalam lingkup KLY?
Informan	Nah itu termasuk threat si ancaman. KLY itu kan kita banyak konten-kontennya, program dari kanal lain misal media sosial .Itu jadi ancaman juga karena terlalu banyak konten terus enam plus kurang konsisten juga, misal 3 minggu belum posting, jadinya ngaruh ke exposure, karena kurang exposure itu ga muncul di beranda audiens. Tenggelam sama konten-konten yang lain. Jadi, saranku sih di bikin kayak, baru publish, di share thumbnail di Instagram story lalu di insert linknya. Supaya konten kita mudah ditemukan. Lalu di kategorisasikan konten per kanal juga, dibuat highlight misal buat zeneration, enam plus. Kalau di website udah dikategorisasikan sih, enam plus masuk di kanal video tapi juga sesuai dengan jenisnya, misal kalau feature ke citizen6 kek gitu-gitu.
Peneliti	Apa saja tantangan sebagai content creator?
Informan	Tantangan, kalau dari aku pertama cara bikin bridging yang menarik. Karena kalau bridging berat-berat itu kurang, jadi kalau ada fenomena-fenomena isu sekarang atau buat kayak tahu kah kamu? Pernahkah kamu punya pengalaman yang relate sama isu itu. Di Bridging itu aga susah buat bridging yang menarik. Kalau threat dari konten, itu yang itu sih talent suka kayak izin gitu jadi kontennya sering ke hold dan tertunda. Misalkan naskah udah kelar tapi take videonya belum gitu.
Peneliti	Sebagai creator, apakah ada evaluasi pribadi terkait program ini?
Informan	Menurut aku sih kalau diliat dari viewers akhir ini lebih lumayan dari pada awal-awal cuman 5000, 3000. Sekarang udah ada yang 10 ribu 9 ribu menurutku udah berhasil. Tapi itu interaksi rendah, kadang gada komentar sama sekali. Abis itu komentar cuman sedikit jadi mungkin kurang interaktif kali ya. Saranku tim media sosial yang urus instastory, yang tadi saranku itu ditaro teaser atau thumbnail. Tapi sebelum itu kita interaksi dulu sama audiens misal link, question box, kita ajak audiens diskusi dulu. Tapi question box itu berkaitan dengan konten enam plus yang dibagikan gitu biar lebih interaktif. Supaya komentar audiens itu dibales gitu. Menurutku talentnya emang lebih konsisten take video supaya kontennya ga tertunda. Cara penjelasan mungkin karena dia bule, dia agak nadanya gitu agak kaku. Terus agak kurang ekspresif gitu.

C. Struktur Organisasi Kapan Lagi Youniverse



D. Studi Dokumen Engagement Program Enam Plus Vertikal Agustus 2022- April 2023

WAKTU	Judul Thumbnail	VIEWS	LIKES	COMMENTS	SHARE
APRIL 2023	Ikan Lele Lebih Baik Ketimbang Daging Sapi Kok Bisa?	18 ribu	194	1	6
	Kabar Simpang Siur Bikin Masyarakat Jadi Sulit Tidur	17,2 ribu	188	1	2
	Anak-Anak Menderita Karena Gelombang Panas Di Tahun 2050	18,8 ribu	249	5	15
	Bukan Childfree Ini Tips Agar Moms Awet Muda	10 ribu	225	2	2
	Menyingkap Hukuman Mati Di Indonesia	9,437	190	1	2

	Waspada Penyakit Menular Mematikan Di Dunia Intai Anda	7,641	249	3	1
MARET 2023	Banyak Anak Banyak Rezeki, Berganti Menjadi Childfree	6,385	75	2	0
	Rupiah Digital Sama Enggak Sih Dengan E-Money	9,717	132	1	1
	Berawal Dari Joki Skripsi, Berujung Korupsi	11,7 ribu	139	0	10
	Di Balik Suka Bersih-Bersih, Bisa Jadi Ada Gejala Ocd	14,4 ribu	183	0	7
FEBRUARI 2023	Ai Jadi Ancaman Pekerjaan Manusia Di Masa Depan	5,884	50	0	5
	Sukses Emban Presidensi G20, Indonesia Kini Ketua Asean 2023	7,323	58	2	1
	Fakta Dibalik Minum Kopi Yang Bikin Melek	9,034	115	4	6
	Malapetaka Dengarkan Musik Volume Tinggi	5,919	72	0	3
	Fenomena Mengemis Online Trik Cepat Cari Cuan	7,469	82	5	10
	Bayi Diberi Kopi Buat Anak Kok Coba-Coba?	6,773	83	0	9
	Beban Ganda Si Tulang Punggung Keluarga	9,668	106	2	3
	Hobi Pamer Anak Di Medsos? Hati-Hati Bun	95 ribu	1,889	31	532
JANUARI 2022	Ketika Orang Dewasa Kecanduan Mainan Anak-Anak	8,128	131	0	3
	Sering Posting Di Media Sosial? Hati-Hati Oversharing	11,3 ribu	136	3	2
	Ternyata Ada “Avatar” Di Indonesia	9,464	119	1	3
	Jika Terjadi Resesi Ini Dampak Yang Akan Dihadapi	6,537	66	3	1

	Selain Pesangon, Karyawan Kena Phk Berhak Dapat Ini	11,8 ribu	137	3	2
	Cowok Kok Nangis Kaya Cewek Aja	6,574	80	1	2
	Indonesia Masuk Daftar Negara Rawan Gempa Di Dunia?	2,433	101	1	0
DESEMBER 2022	Hati-Hati Jangan Sembarang Bikin Konten Prank	2,138	80	0	0
	Lagi Galau Kok Dengar Lagu Mellow	1,408	60	0	0
	Ketika Live Streaming Jadi Lahan Cari Cuan	1,808	79	2	0
	Fakta Dibalik Bola Madiun Dan Piala Dunia 2022	4,321	227	6	0
	Pentingnya Imunisasi Polio, Cegah Kelumpuhan Anak	1,933	72	0	0
	Sering Main Hp Bisa Bikin Mental Bermasalah	6,890	81	0	0
	Tips Belanja Online Biar Kantong Ga Jebol	912	52	1	0
	Jangan Panik Saat Terjebak Di Kerumunan Orang	1,076	69	3	0
	Daftar Polisi Terbaik Dunia: Polri Urutan Kelima	2,177	103	3	0
	Covid-19 X-Bb Picu Lonjakan Kasus Waspada Gejalanya	4,493	162	13	0
	Suporter Jepang Bikin Heboh Piala Dunia 2022	2,631	125	4	0
	Indonesia Terapkan “Wamil” Seperti Korsel?	3,209	130	2	0
NOVEMBER 2022	Eksplorasi Hewan Melulu Kasihani Tau	5,275	236	1	0
	Waspada Ini Ciri-Ciri Air Tercemar Tinja	3,731	140	0	0
	Dear Mom, Ini Cara Turunkan Demam Anak Tanpa Obat	2,868	106	0	0

	Arti Presidensi G20 Yang Diemban Indonesia	1,564	74	3	0
	Tempe Punya Hari Jadi Usianya Kini 400 Tahun	3,399	171	3	0
	“Boneka” Lokal Yang Ga Kalah Keren Dari Barbie	1,592	65	2	0
	Indonesia Paling Dermawan Sedunia, Banyak Duit?	2,187	82	2	0
	Love Languages Untuk Si Bucin	1,453	61	3	0
	Siapa Bilang Bergosip Ga Ada Manfaatnya?	1,595	74	2	0
	Waspada Produk Kecantikan Berbahaya Mengintai	2,620	84	3	0
	Fakta Di Balik Celana Jeans Rp 1,3 Miliar	2,836	112	0	0
	Arti Presidensi G20 Yang Diemban Indonesia	2,850	132	0	0
	Peringatan Sumpah Pemuda Di Ibu Kota Baru	2,690	106	5	0
	Vaksin Covid-19 Indovac, Asli Buatan Indonesia	2,070	88	5	0
OKTOBER 2022	Hadapi Krisis Pangan Kurangi Sampah Makanan	2,813	108	2	0
	Cara Unik Beri Salam Di Dunia	3,045	114	2	0
	Sustainable Living Cara Minimalisir Climate Change	2,027	109	3	0
	Kbgo, Momok Menakutkan Dunia Online	3,112	107	1	0
	Peran Indonesia Dalam Pbb	4,749	123	0	0
	Mengapa Harus Rajin Minum Air Putih	3,355	110	0	0
	Inspirasi Kegiatan Libur Tahun 2023	5,713	68	0	2
	Pentingnya Menjaga Kesehatan Mental	2,754	88	0	0
	Makanan Jatuh Belum 5 Menit Boleh Dimakan?	8,455	216	5	0

	Waspada Penyakit Musim Penghujan	4,550	133	3	0
	Komunitas, Aksi Bersama Bantu Sesama	3,425	114	0	0
	Perempuan Rentan Alami Kekerasan	5,612	130	0	0
	Aktivistis Indonesia Dipuji Bill Gates	4,513	138	2	0
	Sejarah Hari Batik Nasional	3,204	109	0	0
	Tradisi Minum Teh Di Indonesia	4,068	155	1	0
	Krisis Inggris Apa Dampaknya Ke Indonesia	14,1 ribu	446	18	0
	Penonton Film Indonesia Kalahkan Film Barat	12,5 ribu	129	0	2
SEPTEMBER 2022	Indonesia Tuan Ramah Piala Dunia U-20 2023	9,685	116	0	0
	Sepak Terjang Bjorka Di Indonesia	10,3 ribu	132	5	0
	Perjuangan Lawan Covid-19 Belum Berakhir!	12,4 ribu	158	8	3
	Dangdut Bergema Di New York	10,7 ribu	144	5	2
	Nasib Inggris Usai Ratu Elizabeth II Meninggal Dunia	7,973	92	0	0
	Keren Indonesia Jadi Negara Terindah Di Dunia	10,7 ribu	198	6	6
AGUSTUS 2022	Perundungan Juga Tanggung Jawab Kita	22,4 ribu	293	11	4
	Penembakan Masal Di Amerika	1103	10	0	0
	Prediksi Juara Liga Indonesia 2022-2023	998	6	0	0
	Citayam Fashion Week Vs Cowok Gemulai	15,1 ribu	228	4	9
	Kondisi Mental Shawn Mendes	25,1 ribu	249	6	3
	Pengabdian Setan 2 Kembalinya Teror Ibu	20,1 ribu	210	11	3
	Berapa Jumlah Provinsi Indonesia Sekarang?	38,3 ribu	581	30	77
Sumber: Olahan Data Peneliti 4 Mei 2023					

