

Metafungsi Videografi *Unmanned Aerial Vehicle* Pada Konten Komunikasi Publik Pemerintah

Citra Danta Pinem, Irwa Rochimah Zarkasi*

Universitas Al Azhar Indonesia, Jakarta, Indonesia

*irwazarkasi@uai.ac.id

Artikel

Submitted: 17-11-2024

Reviewed: 05-02-2025

Accepted: 28-06-2025

Published: 30-06-2025

DOI:

10.32509/wacana.v24i1.4651



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0.

Volume : 24

No. : 1

Bulan : Juni

Tahun : 2025

Halaman : 206-217

Abstract

Using unmanned aerial vehicle or drone videography in video content creation can explore new things. Images will be more diverse with explorative angles, and drones emerge as a new alternative in public communication with many advantages. Government agencies that present information to the public also use drone technology. One is a report on various Presidential activities carried out by the Presidential Secretariat Office. Various media often make video content on the official account of the Presidential Secretariat as a reference or news source. Of course, there are many meanings that the video maker (account owner) wants to convey to its audience (the public). This research uses social semiotic analysis to find the meaning and purpose behind the making of the activity video on the official account of the Presidential Secretariat. The results obtained are a description of Indonesia's natural beauty, the people's hospitality, the President's image, and the government's commitment to various aspects such as infrastructure, politics, socio-culture, security, economy, and tourism. It also shows the unity of ASEAN countries towards a common goal and the hope of making ASEAN the epicenter of growth, a peaceful, stable, and prosperous region.

Keywords: *drone; public communication; social semiotic; unmanned aerial vehicle*

Abstrak

Penggunaan videografi *unmanned aerial vehicle* atau drone dalam pembuatan konten video, mampu mengeksplorasi hal-hal baru. Gambar akan lebih beragam dengan sudut yang eksploratif dan penggunaan drone muncul sebagai alternatif baru dalam komunikasi publik dengan banyak kelebihan. Saat ini lembaga pemerintah dalam menyajikan informasi ke publik juga menggunakan teknologi drone. Salah satunya adalah laporan tentang berbagai kegiatan Presiden yang dilakukan oleh Kantor Sekretariat Presiden. Berbagai media sering kali menjadikan konten video pada akun resmi Sekretariat Presiden tersebut sebagai referensi atau sumber berita. Tentu banyak makna yang hendak disampaikan oleh pembuat video (pemilik akun) kepada khalayaknya (masyarakat). Penelitian ini menggunakan analisis semiotika sosial, yang bertujuan untuk mencari makna dan tujuan di balik pembuatan video kegiatan pada akun resmi Sekretariat Presiden tersebut. Hasil yang didapatkan adalah adanya gambaran tentang keindahan alam Indonesia, keramahan masyarakat, citra Presiden serta komitmen pemerintah dalam berbagai aspek seperti infrastruktur, politik, sosial budaya, keamanan, ekonomi dan pariwisata. Selain itu juga menunjukkan kesatuan negara-negara ASEAN, untuk menuju tujuan yang sama, dan harapan menjadikan ASEAN sebagai *epicentrum of growth*, kawasan damai, stabil, dan sejahtera.

Kata Kunci: *drone; komunikasi publik; semiotika sosial; unmanned aerial vehicle*

PENDAHULUAN

Fenomena videografi *unmanned aerial vehicle* (UAV) atau yang dikenal sebagai *drone*, saat ini masif digunakan pada komunikasi sektor publik. Gambar yang dihasilkan drone dinilai mampu menarasikan substansi secara akurat dengan lebih menarik. Pada konten kehumasan, substansi informasi, kemasan yang menarik dan kecepatan transmisi mempengaruhi efektivitas penerimaan

pesan disampaikan dalam sebuah konten video. Memproduksi konten yang menarik menjadi sangat penting dalam era informasi digital. Penggunaan videografi UAV mampu mengeksplorasi hal baru yang belum dapat ditampilkan sebelumnya. Videografi UAV menggantikan penggunaan kamera helikopter (*helicam*) dan kamera laba-laba (*spider cam*) dengan biaya produksi yang jauh lebih murah. Pada siaran langsung *Opening Ceremony Asian Games 2018*, penonton dapat menyaksikan konten kemegahan lanskap konstruksi, tata cahaya stadion Gelora Bung Karno dan kemeriahan pesta kembang api yang mampu menggugah emosi dengan menggunakan *helicam* sebagai *aerial* kamera (Akun Resmi 18th Asian Games 2018, 2018). Berbeda dengan gelaran langsung *Closing Ceremony Asia Paragames* pada 2022 di stadion Manahan kota Surakarta. Konten *aerial* serupa diproduksi menggunakan videografi UAV, walaupun narasi yang dihasilkan dinilai tidak jauh berbeda, namun dari perspektif efisiensi, penggunaan videografi UAV jauh lebih kompetitif dibanding *helicam* (Akun Resmi Sekretariat Presiden, 2022). Gambar akan lebih beragam dengan sudut yang eksploratif, videografi UAV muncul sebagai alternatif baru dalam komunikasi visual dengan banyak kelebihan.

Penelitian tentang historiografi videografi UAV berpendapat bahwa videografi UAV merupakan *sinematografer posthumanisme* yang sempurna. Di dalamnya ada teknologi untuk terbang, kendali nirkabel, mengambil gambar, dan kecanggihan warna, yang menjadi perspektif baru terhadap dunia. Hal itu membuat telaah lebih lanjut tentang bagaimana terciptanya kosakata visual yang dinamis, mata melihat terhadap apa yang sudah dilewati dan direkam videografi UAV yang mengajak kita berpikir lebih jauh dari hanya sekadar representasi memberikan gambar hidup tentang realitas yang tidak bisa dijangkau oleh pandangan manusia (Noor, 2020). Drone juga memungkinkan audiens yang telah menjadi partisipan aktif dalam berita menjadi lebih dekat dengan berita. Hasil penelitian tentang atensi penonton terhadap film dengan teknologi drone memperlihatkan bahwa drone meningkatkan keefektifan gambar panorama dengan lanskap alam (Mañas-Viniegra, García-García, & Martín-Moraleda, 2020). Saat ini juga banyak dilakukan pelatihan penggunaan drone oleh berbagai instansi pemerintah khususnya pada unit humas atau komunikasi publiknya.

Fungsi videografi UAV dalam menyampaikan sebuah pesan dalam komunikasi khususnya dari pemerintah menarik untuk dibahas. Komunikasi pemerintah, diartikan sebagai penyampaian ide, gagasan, informasi, isi pikiran atau pernyataan dari pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara. Komunikasi ini bersifat dua arah. Dari pemerintah kepada masyarakat maupun sebaliknya. Pemerintah harus memastikan suatu pesan dapat dimengerti dan interpretasikan seperti keinginan komunikator (Sedarmayanti, 2018). Tujuan komunikasi pemerintah adalah menarasikan pembangunan. Drone menyampaikan narasi ini dalam konten yang diproduksi bagian humas dengan lebih menarik. *Agenda setting* yang dibangun secara umum yakni bagaimana humas pemerintah dapat memenangkan persepsi publik dan meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada pemerintah (*public trust*) untuk mendukung pembangunan. Kepercayaan publik merupakan sebuah modal utama bagi pemerintah dalam menjalankan roda pembangunan. Mengutip pidato Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo, bahwa dibutuhkan kepercayaan untuk mengambil keputusan yang sulit dan keputusan yang tidak populer. Pemimpin harus punya *public trust* karena kepercayaan adalah salah satu faktor penentu bisa berjalan atau tidaknya suatu kebijakan, bisa diikuti atau tidaknya sebuah keputusan. Ini adalah modal politik dalam memimpin sebuah bangsa besar seperti Indonesia (Siaran Pers, 2023).

Komunikasi publik pemerintah telah jauh berubah dibandingkan era orde baru. Saat ini, pemerintah tidak hanya menyampaikan berita melalui media arus utama, tetapi juga memproduksi berita dan menyampaikannya melalui media baru. Konten yang dihasilkan oleh lembaga pemerintah sebagai karya jurnalistik merupakan uraian fakta atau juga pendapat yang mengandung nilai berita, serta penjelasan suatu isu publik (Latief, 2021). Akun YouTube Sekretariat Presiden yang merupakan akun resmi pemerintah dengan peringkat tertinggi di Indonesia, dengan *subscribers* sebanyak 2,93 juta dan video lebih dari lima ribu (per November 2024). Konten pada akun tersebut, menjadi sumber berita yang kemudian banyak ditayangkan ulang baik oleh stasiun televisi nasional dan daerah, media online, media cetak dan khalayak. Salah satu konten, Upacara Peringatan Detik-detik Proklamasi

Kemerdekaan RI ke 78 tahun 2023, yang disiarkan secara langsung pada YouTube Sekretariat Presiden, dilihat oleh 3,9 juta penonton (sampai November 2024) dan *direlay* lebih dari 30 media nasional yang juga menyiarkan secara langsung pada saat bersamaan 17 Agustus 2023 lalu. Jumlah ini terbilang tinggi dibandingkan dengan dengan instansi pemerintah lainnya di Indonesia. Jumlah penonton dan subscriber Youtube Sekretariat Presiden juga jauh lebih tinggi banding dengan akun youtube negara lain, misalnya akun resmi The White House (2,09 juta) atau akun resmi Prime Minister's Office of India (2.11 juta).

Perbandingan secara nasional maupun internasional, dimaksudkan untuk menunjukkan kapitalisasi akun YouTube Sekretariat Presiden sebagai alasan menentukan obyek penelitian. Penelitian tentang kanal YouTube Sekretariat Presiden menunjukkan hasil bahwa kanal tersebut efektif sebagai media diseminasi informasi kepada publik (Satiti, 2024). Penelitian lainnya oleh Agustina (2023) tentang akun YouTube Sekretariat Presiden, memperlihatkan bahwa kanal tersebut menjadi salah satu sarana yang memberdayakan pemerintahan terbuka serta memungkinkan terjadinya ketersediaan informasi dan transparansi bagi publik. Keberadaan akun tersebut menjadi inisiasi keterbukaan pemerintah dan sudah sesuai dengan tujuan kehumasan pemerintah, yakni sebagai sarana diseminasi informasi yang kredibel dan transparan. Inisiasi *Open Government* adalah berbagai upaya yang dapat membuat pemerintah lebih mudah diakses oleh semua orang yang pada gilirannya akan meningkatkan legitimasi pemerintah di mata publik. Dari sudut pandang lainnya, penelitian tentang salah satu video pada akun YouTube Sekretariat Presiden menyimpulkan bahwa media bekerja sebagai alat komunikasi politik. Dalam hal ini, media digunakan oleh pemerintah yang sedang berkuasa sebagai alat politik (Pangaribuan & Eriyanto, 2019).

Karena hal tersebut maka untuk mencapai tujuan komunikasinya, pemerintah perlu menggunakan strategi dan teknologi komunikasi yang tepat. Salah satunya sebagaimana yang telah diuraikan di atas adalah fenomena penggunaan *drone* dalam memproduksi konten. Studi tentang drone pada jurnal dan karya ilmiah terdahulu di bidang komunikasi massa masih didominasi dari sisi sejarah seperti studi historiografi (Noor, 2020); (Mohsan et al., 2022), dari sisi teknologi dan manfaat drone (Serafinelli & O'Hagan, 2024); (Özgen, 2019); (Krishnan et al., 2022); (Kim et al., 2018); (Alotaibi, Chatwin, & Birch, 2023); (Yanmaz et al., 2018); (Christie, 2018); (Fatah, Kristian, & Purwanto, 2022). Kemudian penelitian lainnya tentang perspektif jurnalis tentang penggunaan drone (Yoedtadi, 2019); (Wijaya & Ariyanti, 2022). Merujuk pada hal tersebut, penelitian ini akan fokus pada konten dalam video yang diteliti dan bertujuan untuk melihat penggunaan videografi UAV dalam bidang komunikasi publik pemerintah melalui analisis semiotika sosial dengan melihat makna dan tujuan yang ingin disampaikan melalui pembuatan konten. Hal ini dinilai menarik dan dibutuhkan oleh praktisi humas pemerintah secara khusus dan praktisi media secara umum.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan dua metode pengumpulan data yaitu analisis isi semiotika sosial atas video yang dipilih sebagai obyek penelitian sebagai data primer dan wawancara dengan para ahli sebagai data sekunder. Video yang dipilih dari banyak tayangan pada akun YouTube Sekretariat Presiden adalah video yang berjudul "Presiden Jokowi Ajak Para Pemimpin ASEAN Naik Kapal Phinisi, Labuan Bajo, 10 Mei 2023". Video ini dipilih karena adanya penggunaan videografi UAV dan termasuk unggahan video yang mendapatkan *views* tertinggi yaitu 1,234,955 *views* dan 24 ribu *likes*, sejak diunggah 11 Mei 2023. Sedangkan wawancara dilakukan terhadap ahli yang dinilai mempunyai kapasitas terkait materi penelitian. Nara sumber diantaranya adalah yang terlibat langsung dalam proses produksi konten jurnalistik di Biro Pers Media dan Informasi Sekretariat Presiden, akademisi dan ahli fotografi. Informan dengan latar belakang akademisi yang pandangannya sangat dibutuhkan untuk melihat fenomena dan menafsirkan pesan yang diterima publik serta jurnalis foto dan televisi. Dalam pendekatan semiotika sosial, keterlibatan ini dapat juga dapat dipandang sebagai sebuah pengaruh dalam menentukan sumber semiotika yang dipilih untuk menyampaikan sebuah pesan video.

Semiotika sosial tidak hanya berlaku pada teks tertulis, melainkan juga teks kebudayaan, film, gambar, lukisan, foto, bahkan arsitektur bangunan. Video merupakan bahasa gambar yang dianalogikan sebagai sebuah wacana teks. Terdiri dari beberapa plot yang membentuk *sekuen* yang terdiri dari *scene* dan dibentuk oleh *shot*. Video mengorganisasikan elemen-elemen menjadi satu kesatuan. Diadaptasi dari O'Halloran dalam (Eriyanto, 2019), seperti halnya bahasa tulis, bahasa gambar juga mengenal tingkatan dengan analogi frame dalam video sama dengan morfem pada bahasa tulis. Shot (*mise-en scene*) pada video video sama dengan kata dalam bahasa tulisan. Selanjutnya *scene* disamakan dengan frasa, *sekuen* dengan klausa dan *plot* pada video merupakan kalimat atau klausa dalam sebuah tulisan. Semiotika sosial mempertanyakan pilihan dari pembuat gambar dan efek yang ditimbulkannya dalam dalam pembentukan sebuah makna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dilihat dari alur cerita, konten ini diawali dengan *plot* sorot balik (*flashback*), berupa kutipan wawancara yang membawa khalayak pada bagian klimaks dari konten dengan narasi pengalaman para pemimpin ASEAN. Narasi ini disampaikan dalam bentuk audio visual dan teks terjemahan ke dalam bahasa Indonesia. Pertama, Perdana Menteri Singapura, Hsien Loong, "*Sejauh ini sangat tenang, sangat nyaman, kami ingin melihat matahari terbenam*". Kutipan wawancara ini menarasikan partisipan sasaran melihat matahari terbenam. Kemudian, Presiden Filipina Ferdinand Marco Jr dan Ibu Negara Filipina Louise Araneta Marcos, yang menarasikan pengalaman yang dirasakannya kepada khalayak, "*Sangat bagus untuk menjernihkan pikiran anda, jadi kembali ke bekerja dan menyegarkan, dan romantis*". Sekanjutnya, Pangeran Mateen Brunei Darussalam menarasikan pengalaman visual yang dirasakannya, "*Kami sangat senang dan ini pertama kalinya kami di Labuan Bajo, jadi kami sangat senang di kapal ini*". Kutipan wawancara ini dapat dilihat sebagai narasi yang menjelaskan bagaimana proses berlangsung atau disebut sebagai gambar projektif. *Sequence* ini dilanjutkan dengan gambar *aerial shot* pertama. Pada sisi kanan gambar, terlihat partisipan sasaran (*goal*) yakni gugusan pulau Bidadari yang menjadi tujuan berlayar kapal Phinisi untuk melihat matahari terbenam. Tampak sinar matahari sore menjelang terbenam dan pantulan sinar matahari keemasan di permukaan laut dengan latar belakang kapal-kapal Phinisi yang tengah lego jangkar.

Dari uraian *shoot* di atas, ada 3 *shoot aerial* menggunakan drone. Berikut akan dianalisis masing-masing *shoot*.



Gambar 1. Analisa Metafungsi Bahasa Pada *Shoot Aerial Drone* 1
(Sumber: YouTube Akun Sekretariat Presiden, 2024)

Representasi Naratif (bagaimana gambar mengungkap tindakan partisipan)

Pada Gambar 1, kapal Phinisi yang sedang berlayar menuju suatu arah merupakan vektor dalam gambar. Perhatian khalayak akan diarahkan melihat ke kapal Phinisi dan mengikuti arah gerakannya. Diterjemahkan ke dalam struktur tata bahasa transitif, *represented partisipan* atau aktor dalam gambar ini adalah sebuah kapal Phinisi yang membawa kepada negara/kepala pemerintahan ASEAN. Proses yang dilakukan yakni berlayar. Melihat matahari terbenam di adalah sasaran (*goals*). Gambar menunjukkan partisipan melakukan sebuah proses terhadap sasaran dapat diklasifikasikan

sebagai sebuah proses. Selanjutnya, dari gambar dapat dilihat bahwa partisipan menempati suatu posisi tertentu dan bersifat tetap. Gambar ini dapat diklasifikasikan sebagai gambar *agentif*, karena posisi antara kapal Phinisi sebagai partisipan aktor dan perairan pulau Labuan Bajo sebagai sasaran tidak dapat dipertukarkan.

Dengan pendekatan semiotika sosial, *shoot aerial* pertama (Gambr 1) ini dapat dilihat dari konteks situasi dan konteks kultural. Narasi dalam konteks situasi sebagaimana diuraikan dalam kerangka teori, dapat diartikan sebagai lingkungan langsung yang berada di dalam penggunaan bahasa. Konteks situasi akan mempengaruhi ragam atau gaya ekspresi kebahasaan yang terdiri atas tiga aspek: *field* (medan), *tenor* (pelibat), serta *mode* (moda), yang berkolaborasi secara simultan membentuk konfigurasi kontekstual atau konfigurasi makna. Medan adalah lingkungan suatu realitas, yaitu apa yang terjadi, kapan, di mana, dan bagaimana terjadinya. Pada kasus ini, kapal Phinisi yang berlayar di kepulauan sekitar Labuan Bajo. Pelibat dimaknai sebagai tipe partisipan yang terlibat di dalam kejadian yakni para pemimpin kepala negara/kepala pemerintahan negara anggota ASEAN. Moda yaitu media dan sarana atau saluran. Kapal Phinisi yang berlayar di tengah kepulauan Labuan Bajo merepresentasikan makna persatuan dan kesatuan arah tujuan organisasi ASEAN. Lautan merepresentasikan tantangan dan dinamika diberbagai bidang yang sangat luas. Cahaya keemasan sebagai latar belakang merekonstruksi narasi kebijaksanaan dan kematangan dalam berpikir ASEAN sebagai sebuah organisasi.

Narasi dalam konteks kultural merupakan suatu sistem nilai dan norma yang merepresentasikan kepercayaan di dalam suatu kebudayaan. Meliputi segala sesuatu yang dipercaya benar atau salah, baik atau buruk, termasuk ideologi, yang menyangkut keteraturan sosial yang berlaku secara umum di dalam kebudayaan. Pada perhelatan KTT ASEAN di Labuan Bajo, Phinisi menjadi simbol strategis yang ditampilkan dalam berbagai agenda, diantaranya kapal Phinisi Malailo ditampilkan sebagai latar belakang pada foto bersama para pemimpin ASEAN. Jajaran Phinisi sebagai panorama pada ruang pertemuan dan puncaknya para pemimpin ASEAN diajak naik Phinisi melihat matahari terbenam. Kapal Phinisi adalah kapal kayu yang sangat dikenal dari suku Bugis.

Sejarah kapal Phinisi dimulai dari sebuah mitos dan kepercayaan dari epos Galigo yang diyakini masyarakat pesisir Bulukumba. Keahlian masyarakat Bulukumba dalam membuat perahu kapal kayu tradisional diwariskan dari nenek moyang mereka. Kapal Phinisi merupakan suatu hasil kebudayaan yang dipengaruhi oleh nilai budaya. Pengrajin kapal yang dikenal dengan *panrita lopi* tidak hanya mengandalkan kemampuan empiris membuat kapal, tetapi juga menghayati kepercayaan bahwa ada hal diluar kemampuan mereka dalam membuat kapal. Panrita lopi melihat kapal Phinisi yang mereka buat sebagai seorang “manusia” dalam wujud perahu yang memiliki jasad dan roh. Pada 7 Desember 2017, seni pembuatan Phinisi diresmikan UNESCO sebagai karya agung warisan manusia takbenda dan sekaligus merupakan penghargaan pertama di dunia maritim internasional. Kerja sama, kerja keras, ketelitian, keindahan dan religius menjadi nilai kultural yang melekat pada Phinisi sebagai sebuah entitas maritim (Puspita, 2023)

Dari perspektif politik dalam konteks kultural, peneliti menginterpretasikan Phinisi sebagai sebuah pernyataan dan cita-cita politik Pemerintahan Presiden Joko Widodo kepada masyarakat ASEAN. Menunjukkan upaya Indonesia sebagai poros maritim dunia. Sebagai kekuatan yang mempengaruhi dua samudera sebagai bangsa bahari yang makmur dan berwibawa sebagaimana janji kampanye politiknya. Gambar Phinisi yang berlayar merupakan pernyataan politik yang ingin menunjukkan komitmen pemerintahan Presiden Joko Widodo dalam pembangunan proses maritim dalam berbagai aspek infrastruktur, politik, sosial budaya, keamanan, ekonomi dan pariwisata. Narasi ini dikonfirmasi oleh Presiden Joko Widodo dalam pernyataan pers terkait hasil KTT ASEAN, pada 11 Mei 2023. Presiden secara lugas menyampaikan makna yang ingin disampaikan di balik agenda berlayar dengan Phinisi. Sebagaimana yang telah disampaikan di atas, untuk menunjukkan suasana rileks dan kekeluargaan, ASEAN sebagai sebuah keluarga dengan ikatannya sangat kuat, menunjukkan kesatuannya sangat penting untuk berlayar menuju tujuan yang sama, dan harapan menjadikan ASEAN *epicentrum of growth* dan kawasan damai, stabil, dan sejahtera.

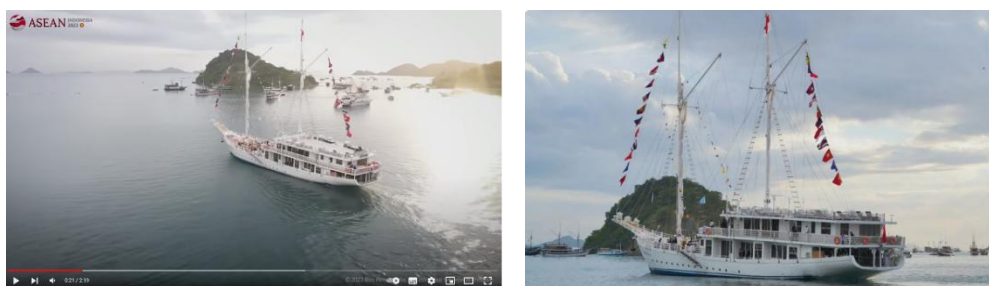
Interaksi (Bagaimana gambar berinteraksi dengan khalayak)

Dengan pendekatan tata bahasa gambar, *shoot drone* pertama (Gambar 1) ini dapat dilihat sebagai sebuah gambar yang menawarkan pesan narasi situasi dan kultural yang dikandungnya kepada komunikan dengan jarak sosial. Kress & Van Leeuwen dalam (Eriyanto, 2019), tatapan mata (*gaze*) membelakangi khalayak. Gambar tidak menuntut kita sebagai orang yang melihat tapi menawarkan sesuatu kepada kita. Dapat dikatakan, interaksinya bersifat sosial pada suatu kelompok masyarakat yang luas atau organisasi, bukan pada hubungan personal. Aspek sikap (*attitude*) melihat bagaimana pembuat gambar menempatkan relasi antara partisipan yang ada dalam gambar dengan khalayak. Teknik yang biasa digunakan adalah dalam hal ini adalah sudut pengambilan gambar. Gambar diambil dari arah samping kapal yang mengindikasikan pandangan penonton akan melihat gambar sebagai sebuah hal yang terpisah dari dirinya. Hal ini berbeda dengan sudut pandangan dari depan yang memberikan kesan penonton juga ikut terlibat dalam gambar dan pengambilan gambar dari samping menegaskan bahwa apa yang tersaji dalam gambar adalah “mereka” bukan “kita”.

Gambar *aerial* menampilkan posisi yang lebih tinggi dari Phinisi menjadikan posisi khalayak yang melihat menjadi lebih tinggi dibandingkan apa yang dilihatnya. Bagaimana gambar *aerial* yang tinggi dari *drone* berinteraksi dengan khalayak. *Drone* dapat memberikan perspektif yang berbeda yaitu dari atas. Shoot dari atas itu akan selalu menarik, karena jarak pandang manusia kan tidak seperti melihat dari *helicopter view* atau *drone view*. *Visual aerial drone* mampu memberikan sudut yang tidak dapat diambil dengan kamera biasa dan mampu memberikan informasi yang lebih lengkap tentang sekeliling Phinisi. Jika kamera biasa, sudutnya hanya rata tidak bisa mengambil lebih luas lagi bagaimana kondisi sekelilingnya. Sudut pandang melalui *drone* akan lebih menarik, lebih bisa menceritakan situasi yang ada saat itu. Lebih komprehensif dibandingkan kamera dan dapat dilihat pada Gambar 2.

Komposisi (Bagaimana gambar mengorganisasi informasi)

Dalam sinematografi dikenal istilah *motivation shoot*. Latar belakang dibutuhkannya sebuah *shoot* dalam suatu konten visual. *Shoot aerial drone* pertama ini menjelaskan secara visual petikan wawancara kepala negara pada bagian awal video. Jika petikan wawancara dianggap sebagai *trailer* pembuka, maka dapat dikatakan shoot aerial drone merupakan *shoot* pertama dalam konten video ini. Setiap gambar yang diambil harus mempunyai motivasi dan motivasi itu sangat terikat satu dan yang lainnya. *Shoot drone* ini harus berfungsi mensukseskan *shoot* sebelumnya dan *shoot* sesudahnya. *Shoot drone* ini tidak akan memiliki arti kalau tidak ada shoot sebelum dan shoot sesudahnya yang memperkuat hadirnya visual ini. Pembuat pesan memilih menggunakan *drone* untuk memperkuat pesan kemegahan Phinisi berlayar. Memberikan pola informasi yang terpusat dengan secara maksimal menonjolkan kapal Phinisi. Latar depan laut, latar belakang Phinisi yang berlabuh dan gugusan pulau-pulau kecil dalam frame secara keseluruhan terkoneksi maksimal menguatkan pesan maritim dan keindahan alam.



Gambar 2. Perbandingan Gambar *Aerial* dengan *Grounded Camera*
(Sumber: YouTube Akun Sekretariat Presiden, 2024)



Gambar 3. Analisa Metafungsi Bahasa Pada *Shoot Aerial Drone 2*
(Sumber: YouTube Akun Sekretariat Presiden, 2024)

Representasi Naratif (Bagaimana gambar mengungkap tindakan partisipan)

Shoot aerial UAV kedua (Gambar 3) menggambarkan suasana senja di kepulauan. Warna laut keemasan dengan kapal yang berlabuh. *Shoot* kedua ini, menampilkan gambar yang hampir sama dengan *shoot* pertama. Perbedaannya adalah pada *shoot* kedua tidak ada gambar kapal *Phinisi* yang berlayar. Gambar ini dapat dikatakan tidak memiliki vektor. Tidak ada sebuah arah yang menjadi *point of interest* dari gambar, arah kapal, matahari dan lain sebagainya, sehingga dapat dimasukkan ke dalam representasi konseptual. Dengan pendekatan tata bahasa visual, gambar ini dapat diklasifikasikan ingin menampilkan sebuah struktur analitik, yakni keterkaitan antara satu bagian dalam gambar (*possessive attributes*) dengan keseluruhan gambar (*carrier*).

Suasana matahari menjelang terbenam dengan seluruh elemennya merupakan *carrier*, sedangkan bagian-bagian pembentuk gambar, seperti kapal *Phinisi* yang berlabuh, pulau-pulau perbukitan, cahaya matahari yang terpantul di permukaan laut dan hamparan laut dengan gradasi warna biru keemasan merupakan *possessive attributes*. Pada gambar, *possessive attributes* menunjukkan secara utuh keseluruhan gambar, sehingga dapat diklasifikasikan dari hubungan antara atribut dan penyandang, gambar ini merupakan sebuah gambar yang terstruktur. Selanjutnya, dilihat dari hubungan antara atribut dan penyandang gambar ini menggunakan dimensi lokasi (*spasial*) yang sama.

Peneliti menginterpretasikan *aerial* kedua (Gambar 3) ini sebagai pesan yang ingin menyampaikan fokus pada keindahan dan kemegahan lanskap Labuan Bajo. Hal ini merupakan salah satu kelebihan *aerial view drone*. Estetika visual yang bisa dihasilkan drone itu tidak mudah didapatkan oleh *equipment-equipment* yang lain. *Drone* cenderung memberikan informasi *setting* ruang yang lebih luas sehingga bisa memberikan gambaran kepada penonton yang merasakan informasi yang lebih nyata dari bentuk ruang dan salah satu unsur yang muncul paling sering yang di munculkan dari *shoot drone* adalah kemegahan. Dalam konteks situasi, konsep yang ingin disampaikan dalam gambar ini lebih pada promosi wisata Labuan Bajo. Menonjolkan estetika kawasan dan gugus kepulauan dengan *Phinisi* yang khas. Hal ini dimaksudkan untuk menarik minat wisatawan. Dalam masa pemerintahan Presiden Joko Widodo, Labuan Bajo dijadikan sebagai salah satu destinasi super prioritas. Pembangunan infrastruktur tergolong masif, mulai dari revitalisasi bandara,, pembangunan pelabuhan, pembangunan destinasi wisata, penataan kawasan komodo dan lain sebagainya. Perhelatan KTT ASEAN menjadi momentum promosi wisata, melalui *story telling* oleh para pemimpin ASEAN.

Dunia sinematografi, mengenal istilah *golden hour* untuk waktu menjelang senja dengan karakter cahaya matahari sore yang lembut. Waktu ini merupakan waktu untuk mendapatkan efek pencahayaan terbaik pada suatu gambar lanskap. Gambar *aerial* kedua ini, tepat diambil saat *golden hour* sehingga cahaya matahari terlihat sangat lembut berkilauan di permukaan laut. Dalam konteks kultural, gambar *aerial* kedua tidak hanya berarti sebuah teritorial kepulauan. Tetapi juga bermakna filosofi masyarakat kepulauan dengan nilai-nilainya kearifan budaya lokal. Walaupun tidak

memperlihatkan secara eksplisit, matahari senja menyampaikan konsep kerinduan dan keramahan masyarakat menyambut wisatawan berkunjung.

Interaksi (Bagaimana gambar berinteraksi dengan khalayak)

Pembuat pesan menempatkan cahaya matahari di tengah frame sebagai titik lurus pandangan mata khalayak. *Centerpoint* ini akan menjadikan gambar seolah-olah sedang berbincang dengan khalayak dalam bentuk kalimat tanya. Gambar seolah bertanya bukankah pemandangan ini indah dan menarik. Di lihat dari jarak, tidak ada objek yang terlihat secara dekat. Secara umum, semua elemen gambar terlihat dalam jarak relatif jauh untuk mendapatkan sudut yang luas. Gambar seolah-olah memiliki jarak yang jauh dengan khalayak. Namun dengan frame ini, khalayak akan merasa terlibat dan menjadi bagian dari gambar. Pengambilan gambar dari sudut *aerial* yang tinggi dimaksudkan untuk mendapatkan visual latar belakang gugusan pulau. Gambar menempatkan khalayak pada posisi yang lebih tinggi. Gambar memiliki nilai kebaruan karena secara umum tidak dapat dilihat oleh khalayak, kecuali menggunakan helikopter atau paralayang. Posisi ketinggian ini menjadikan gambar ini akan menarik bagi khalayak yang melihat.

Komposisi (Bagaimana gambar mengorganisasi informasi)

Elemen visual pada gambar ini cenderung menyebar dengan polarisasi. Setiap elemen dalam frame berkontribusi memberikan keutuhan makna. Sebagai contoh, tanpa adanya gambar. Jika gambar diambil pada siang hari tanpa menunjukkan sinar matahari yang hangat, akan ada kesan keramahan masyarakat yang tidak tersampaikan dalam pesan. Pembuat pesan memilih untuk memasukkan pulau kecil ke dalam frame visual untuk memperkuat pesan kepulauan.



Gambar 4. Analisa Metafungsi Bahasa Pada Shoot Aerial Drone 3
(Sumber: YouTube Akun Sekretariat Presiden, 2024)

Representasi Naratif (Bagaimana gambar mengungkap tindakan partisipan)

Pada gambar di atas (Gambar 4), *point of interest* yang menjadi vektor pada gambar adalah matahari terbenam yang ditempatkan pada sepertiga frame. Matahari terbenam merupakan aktor dalam gambar. Gambar ini merupakan penutup konten dan sekaligus merupakan realitas yang dilihat dan dituturkan oleh narasumber kepala negara ASEAN. Dari sudut yang relatif tinggi, memungkinkan pembuat pesan menunjukkan beberapa elemen latar depan mulai dari laut, kapal Pinisi yang berlabuh, dan gugusan pulau. *Drone* dapat menyampaikan pesan dengan lebih estetik sehingga menarik penonton.

Pengambilan gambar pada aerial ketiga merupakan moment puncak yang menjawab judul konten. Tanpa adanya gambar ini, pesan matahari terbenam tidak dapat dilihat khalayak dengan jelas. Dalam konteks situasi, gambar ini menunjukkan setting realitas yang dilihat dan dinikmati oleh para pemimpin ASEAN. Keindahan alam saat matahari terbenam di Labuan Bajo. Dalam konteks kultural, Presiden Joko Widodo ingin memberikan kesan yang mendalam tentang Indonesia, kearifan masyarakat Labuan Bajo, persaudaraan negara ASEAN yang hangat. Menunjukkan sisi humanis ASEAN sebagai sebuah organisasi yang tidak hanya selalu membahas pekerjaan, ekonomi, pertahanan namun juga memberikan pesan kepada seluruh masyarakat ASEAN sebagai sebuah komunitas keluarga di

kawasan. Video ini kemudian mendapat tempat di hati masyarakat, bagaimana nilai-nilai kekeluargaan dalam sebuah organisasi dapat disampaikan dan diterima oleh masyarakat.

Para kepala negara tentunya dalam forum internasional berdiri pada koridor kepentingan negaranya masing-masing (*national interest*). Terdapat perbedaan pendapat yang runcing di ASEAN utamanya membahas isu yang sensitif seperti isu Myanmar. Namun matahari terbenam juga memberikan pesan bahwa ASEAN adalah negara yang arif menyikapi perbedaan. Tidak ada konflik yang muncul akibat perbedaan pandangan. Myanmar masih menjadi anggota ASEAN sampai sekarang, karena itulah pertemuan yang sifatnya sangat informal yang dan berbeda di luar ruang pertemuan yang memberikan suasana yang lain dan memberikan dampak psikologis yang berbeda. Dengan suasana yang sangat informal mereka bisa tersenyum, tertawa sebagai pelengkap acara-acara pertemuan formal di ruang-ruang pertemuan. Pesan lain adalah terlihat solidnya para pemimpin ASEAN bahkan juga tidak kalah penting didampingi pasangannya masing-masing menikmati keindahan alam Labuan Bajo.

Phinisi yang berlayar melihat matahari terbenam memberikan pesan perdamaian kepada dunia di tengah ketegangan dan konflik di berbagai belahan dunia. Konflik Rusia-Ukraina, agresi Israel di Palestina, isu pelanggaran Hak Asasi Manusia di Myanmar, ketegangan di Laut Cina Selatan, konflik etnis Rohingya dan lain sebagainya. Pesan ini juga sekaligus upaya sesuai fungsi ASEAN dalam menjaga keamanan kawasan dan untuk menciptakan perdamaian di atas dunia sesuai amanah Undang-Undang Dasar 1945.

Interaksi (Bagaimana gambar berinteraksi dengan khalayak)

Secara umum, gambar di atas (Gambar 4) memiliki struktur yang sama dengan aerial pertama dalam bagaimana berinteraksi dengan khalayak. Dengan pendekatan tata bahasa gambar, *shoot* ini dapat dilihat sebagai sebuah gambar yang meminta tanggapan dari khalayak atas apa yang mereka lihat dari pada gambar. Pesan narasi situasi dan kultural yang dikandungnya kepada komunikan dengan jarak impersonal. Artinya, dapat dikatakan bahwa gambar menempatkan khalayak pada jarak sosial yang sangat jauh. Gambar seakan-akan mengajak khalayak untuk terlibat atau secara emosional terlibat dalam keindahan alam. Dalam konteks kultural sebagaimana yang diuraikan di atas dapat diartikan mengajak khalayak sebagai keluarga ASEAN untuk menjaga stabilitas dan perdamaian di kawasan.

Komposisi (Bagaimana gambar mengorganisasi informasi)

Dari aspek komposisi, pada *aerial* ketiga (Gambar 4) ini memberikan informasi suasana matahari terbenam yang mengambil fokus pada titik matahari. Frame secara keseluruhan sangat menonjolkan matahari terbenam sebagai momen puncak dari video. Seluruh elemen gambar dan gradasi tata cahaya berkontribusi maksimal dalam membentuk pesan. Komposisi ini menjadi sangat penting untuk memperkuat pesan matahari terbenam. Posisi matahari terbenam harus berada ditengah frame sebagai *point of interest*. Informasi yang diterima khalayak terbatas pada keterangan spasial, tetapi memenuhi kaidah jurnalistik. Gambar matahari terbenam dari *drone* juga memberikan informasi 5W+1H mulai dari ruang, geografis, waktu dan lain sebagainya. Salah satu *shoot* yang penting biasanya ketika kita ingin menunjukkan satu informasi awal, itu disebut *shoot establishing* yang *shoot* itu akan menginformasikan kepada penonton tentang di mana, kapan, seperti apa lingkungannya. Itulah salah satu fungsi yang kemudian dimiliki oleh *drone* sehingga ketika *drone* itu bisa mengambil gambar secara geografis, penonton akan lebih paham tentang *positioning*. Kebutuhan informasi penonton itu sangat jelas.

Hal lainnya adalah, Labuan Bajo itu memang tempat indah dan *drone* dapat menampilkannya dengan baik. Orang jadi memahamkan gambaran suatu acara dan dimanjakan dengan gambar-gambar pemandangan yang indah. Dengan melihat gambar *aerial drone*, khalayak akan lebih mudah diyakinkan setelah menerima informasi, seperti pepatah "*seeing is believing*", kita bisa mengajak publik yang tidak tinggal di sekitar tempat itu tetapi dari sabang sampai merauke, untuk melihat. Jadi benar-

benar kelihatan secara holistik. *Drone* mempunyai kemampuan memperlihatkan bangunan yang besar-besar. Sudut yang tidak bisa diambil dari kamera konvensional dan apa yang ditampilkan *drone* memberikan visualisasi kepada publik, gambaran besarnya atau bagaimana kenyataannya

SIMPULAN

Metafungsi bahasa dalam videografi *UAV* pada konten Youtube Sekretariat Presiden berjudul “Presiden Jokowi Ajak Para Pimpinan ASEAN Naik Kapal Pinisi” di Labuan Bajo dapat diuraikan berdasarkan temuan pada representasi, interaksi dan komposisi. Videografi *UAV* menjadi sumber dalam menyampaikan gagasan (representasi), pembuat pesan adalah Presiden Republik Indonesia yang ingin menyampaikan pesan kepada seluruh masyarakat dan pemangku kepentingan ASEAN sebagai komunikasi. Pesan yang ingin disampaikan Presiden Republik Indonesia dari representasi kapal Pinisi adalah ASEAN sebagai sebuah keluarga yang mempunyai sebuah tujuan yang sama, sebagai kekuatan dan pusat pertumbuhan yang stabil dan damai di tengah situasi geopolitik dunia yang memanas. Selain itu pula, melalui simbol kapal Pinisi Presiden menyampaikan pernyataan geopolitik Indonesia sebagai negara poros maritim yang berkebudayaan luhur. *Encoder* menggunakan videografi *UAV* sebagai momen puncak sekaligus dari *story telling* para pemimpin ASEAN. Representasi ini menawarkan kepada seluruh dunia untuk datang berkunjung ke Labuan Bajo. Menawarkan keindahan alam matahari terbenam dan kearifan budaya yang lestari. Dengan sinematografi yang baik, penonton tidak merasa sedang menonton iklan destinasi wisata. Videografi *UAV* berinteraksi dengan memposisikan penonton pada jarak sosial yang relatif jauh. Sudut yang tinggi menimbulkan kesan superior yang akan dirasakan penonton. Gambar diambil tegak lurus dengan objek seolah-olah menawarkan narasi tertentu kepada penonton. Videografi *UAV* karakteristik komposisinya adalah menghimpun seluruh informasi secara detail dengan sudut pandang yang lebar dan kedalaman bidang (*deep of field*). Dengan demikian, penonton dapat menerima informasi spasial yang komprehensif dengan latar depan dan latar belakang yang relatif berlapis-lapis. Mampu menampilkan gradasi cahaya. Hal ini memberikan visual yang estetik, menyampaikan informasi kognitif dan pada saat bersamaan menyentuh emosional penonton. Karakteristik dalam komposisi yang menarik ini akan menuntun penonton untuk melihat konten video sampai dengan selesai. Biro Pers Media dan Informasi sebagai *encoder* menggunakan kelebihan videografi *UAV* agar penonton dapat menerima informasi secara utuh dengan menonton sampai akhir konten video, atau menonton kembali.

Keterbatasan dari penelitian ini adalah sumber semiotika yang dianalisis masih terbatas pada gambar yang dianggap tidak bergerak. Pada realitanya konten video tersusun atas gambar dengan komposisi yang bergerak (*motion picture*). Dibutuhkan kajian dan penelitian yang lebih lanjut pada bidang komunikasi publik sehingga dapat memberikan informasi yang akurat dan holistik kepada masyarakat, serta kajian tentang bagaimana konsep dalam videografi *UAV* pada komunikasi pembangunan infrastruktur, pertanian, pertambangan, upacara, seremonial dan lain lain. Hasil dari penelitian tersebut dapat digunakan sebagai acuan dalam praktek komunikasi publik pemerintah.

Ucapapan Terima Kasih

Terima kasih kepada DRTPM Kemendikbudristek untuk Hibah Penelitian Pascasarjana dan LPIPM Universitas Al Azhar Indonesia, sehingga penelitian ini dapat dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, I. R. (2023). Implementasi Open Government Indonesia melalui Saluran Youtube Resmi Sekretariat Presiden. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 7(1), 134–151. Retrieved from <https://doi.org/10.25139/jkp.v7i1.5674>
- Akun Resmi 18th Asian Games 2018. (2018). Opening Ceremony of 18th Asian Games Jakarta - Palembang 2018 (Complete Version). Retrieved 16 November 2024 from <https://www.youtube.com/watch?v=qvNp4hRvfkI>

- Akun Resmi Sekretariat Presiden. (2022). LIVE: Penutupan ASEAN Para Games XI Tahun 2022, Stadion Manahan, Surakarta, 6 Agustus 2022. Retrieved 16 November 2024 from <https://www.youtube.com/watch?v=Kw44aLudXBs>
- Alotaibi, A., Chatwin, C., & Birch, P. (2023). Ubiquitous Unmanned Aerial Vehicles (UAVs): A Comprehensive Review. *Shanlax International Journal of Arts, Science and Humanities*, 11(2), 62–90. Retrieved from <https://doi.org/10.34293/sijash.v11i2.6650>
- Christie, M. (2018). Towards Smarter Cinematographic Drones. In *Proceedings of the 2018 ACM International Conference on Interactive Experiences for TV and Online Video* (pp. 1–1). New York, NY, USA: ACM. Retrieved from <https://doi.org/10.1145/3210825.3212802>
- Eriyanto. (2019). *Metode Komunikasi Visual: Dasar-dasar dan Aplikasi Semiotika Sosial untuk Membedah Teks Gambar*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Fatah, Y. K., Kristian, Y., & Purwanto, D. D. (2022). Sistem Drone Cerdas Yang Dilengkapi Face Detection dan Face Recognition Untuk Pembuatan Sinematik Video. *Journal of Information System, Graphics, Hospitality and Technology*, 4(01), 32–38. Retrieved from <https://doi.org/10.37823/insight.v4i01.192>
- Kim, S. J., Jeong, Y., Park, S., Ryu, K., & Oh, G. (2018). A Survey of Drone use for Entertainment and AVR (Augmented and Virtual Reality). In T. Jung & M. Tom Dieck (Eds.), *Augmented Reality and Virtual Reality* (pp. 339–352). Springer International Publishing AG. Retrieved from https://doi.org/10.1007/978-3-319-64027-3_23
- Krishnan, N., TP, M., Geethanjali, A. N., Kumar, D., Seenu, N., & Balaji, G. (2022). Design and Development of Drone. In *2022 IEEE Bombay Section Signature Conference (IBSSC)* (pp. 1–6). IEEE. Retrieved from <https://doi.org/10.1109/IBSSC56953.2022.10037366>
- Latief, R. (2021). *Jurnalistik Sinematografi*. Prenada Media.
- Mañas-Viniegra, L., García-García, A., & Martín-Moraleda, I. J. (2020). Audience Attention and Emotion in News Filmed with Drones: A Neuromarketing Research. *Media and Communication*, 8(3), 123–136. Retrieved from <https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.3081>
- Mohsan, S. A. H., Khan, M. A., Noor, F., Ullah, I., & Alsharif, M. H. (2022). Towards the Unmanned Aerial Vehicles (UAVs): A Comprehensive Review. *Drones*, 6(6), 147. Retrieved from <https://doi.org/10.3390/drones6060147>
- Noor, F. (2020). Historiografi Drone: Dari Militer Hingga Sinema. *ProTVF*, 4(2), 185. Retrieved from <https://doi.org/10.24198/ptvf.v4i2.26722>
- Özgen, K. (2019). The Impact of Drones in Documentary Filmmaking: Renaissance of Aerial Shot. *AVANCA / CINEMA*, (10). Retrieved from <https://doi.org/10.37390/ac.v0i0.74>
- Pangaribuan, O. C., & Eriyanto, E. (2019). Hiperrealitas Jokowi Pada Video Opening Ceremony Asian Games 2018. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1). Retrieved from <https://doi.org/10.32509/wacana.v18i1.793>
- Puspita, M. D. (2023, June 16). Sejarah Kapal Pinisi dan Filosofinya sebagai Warisan Budaya Dunia UNESCO. *Tempo.Co*. Retrieved 13 May 2025 from <https://www.tempo.co/sains/sejarah-kapal-pinisi-dan-filosofinya-sebagai-warisan-budaya-dunia-unesco--176305>
- Satiti, H. A. (2024). *Efektivitas Kanal Youtube Sekretariat Presiden sebagai Media Diseminasi Informasi kepada Publik* (Skripsi). Fakultas Falsafah & Peradaban, Universitas Paramadina, Jakarta.
- Sedarmayanti. (2018). *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Serafinelli, E., & O'Hagan, L. A. (2024). Drone Views: a Multimodal Ethnographic Perspective. *Visual Communication*, 23(2), 223–243. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/14703572211065093>
- Siaran Pers. (2023). Presiden Jokowi Tekankan Pentingnya Seorang Pemimpin Miliki Kepercayaan Publik. Retrieved 16 November 2024, from <https://www.presidentri.go.id/siaran-pers/president-jokowi-tekan-pentingnya-seorang-pemimpin-miliki-kepercayaan-publik/>
- Wijaya, T., & Ariyanti, R. (2022). Drone Journalism: Praktiknya dalam Foto Jurnalistik di Indonesia. *Jurnal Kajian Media*, 6(1), 8–14. Retrieved from <https://doi.org/10.25139/jkm.v6i1.4630>

- Yanmaz, E., Yahyanejad, S., Rinner, B., Hellwagner, H., & Bettstetter, C. (2018). Drone networks: Communications, coordination, and sensing. *Ad Hoc Networks*, 68, 1–15. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.adhoc.2017.09.001>
- Yoedtadi, M. G. (2019). Penggunaan Drone pada Peliputan Berita Televisi (Perspektif Wartawan Televisi Terhadap Etika Peliputan Menggunakan Drone). *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 3(1), 54. Retrieved from <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v3i1.3531>