

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, hasil dari Proyek yang telah dijalankan akan dijelaskan lebih lanjut berdasarkan teori dan metode yang digunakan. Salah satu permasalahan utama yang diidentifikasi adalah minimnya informasi yang dimiliki masyarakat umum mengenai keberadaan Komunitas Satoe Atap Semarang, sebuah komunitas sosial yang berbasis pada pendidikan. Masyarakat yang memiliki minat untuk terlibat dalam kegiatan sosial dan kerelawanan sering kali mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi mengenai komunitas-komunitas yang dapat menjadi wadah kontribusi mereka, khususnya dalam mendukung proses belajar anak-anak kurang mampu.

Penyebaran informasi oleh tim media sosial Komunitas Satoe Atap dilakukan melalui berbagai platform dan tahapan yang telah dirancang. Namun, masih terdapat sejumlah faktor yang menyebabkan rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat terhadap eksistensi dan kegiatan komunitas ini. Dalam hal ini terdapat beberapa faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya pengetahuan masyarakat mengenai keberadaan dan informasi mengenai komunitas Satoe Atap, serta berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang jelas. Dengan adanya penyebaran strategi penyebaran informasi dalam meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap melalui produksi video profil komunitas Satoe Atap, menjadi sarana yang efektif untuk membangun *brand awareness* tentang komunitas Satoe Atap.

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

Komunitas Satoe Atap merupakan sebuah komunitas sosial yang berfokus pada bidang edukasi dan pengembangan potensi anak-anak kurang beruntung yang tinggal di kawasan Seroja dan Pandean Lamper, kota Semarang. Meski telah berdiri selama kurang lebih dari 18 tahun dan secara aktif menjalankan berbagai kegiatan sosial, namun informasi mengenai keberadaan komunitas ini belum sepenuhnya dikenal luas oleh masyarakat, terutama oleh kalangan mahasiswa yang merupakan target utama relawan mereka.

Minimnya publikasi mengenai kegiatan, capaian, dan nilai-nilai yang diusung oleh komunitas Satoe Atap ini merupakan faktor utama yang menyebabkan rendahnya tingkat *brand awareness* di kalangan publik secara digital. Selama ini komunitas lebih banyak aktif membagikan kegiatan melalui sosial media Instagram, Komunitas Satoe Atap belum memiliki video profil yang utuh dan representatif untuk menjelaskan jati diri komunitas. Akibatnya penyebaran informasi dasar mengenai visi dan aktivitas komunitas belum tersampaikan dengan optimal. Sehingga kurangnya partisipasi dan atensi masyarakat untuk dapat bergabung dan berkontribusi pada kegiatan komunitas Satoe Atap. Dalam upaya mengatasi tantangan rendahnya pemahaman masyarakat terhadap keberadaan Komunitas Satoe Atap Semarang, produksi video profil dipilih sebagai media informasi yang efektif. Melalui video ini, informasi mengenai visi, misi, serta kegiatan rutin komunitas disajikan secara menarik dan terstruktur, dengan harapan dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran publik mengenai keberadaan komunitas ini.

Sebagai bentuk implementasi dari laporan Tugas Akhir ini, output yang dihasilkan berupa video profil ini dirancang sebagai terobosan untuk memperkenalkan identitas serta aktivitas sosial Komunitas Satoe Atap Semarang kepada khalayak luas. Video tersebut akan diunggah melalui kanal YouTube resmi komunitas dengan nama @SatoeatapOrg, dan dilengkapi dengan output tambahan berupa video teaser yang dibagikan melalui fitur Reels di akun Instagram resmi @Satoeatap.

Diharapkan, dengan meningkatnya *brand awareness* di kalangan masyarakat, semakin banyak individu yang mengetahui keberadaan komunitas ini sebagai wadah kegiatan sukarela. Dengan demikian, Komunitas Satoe Atap dapat menjangkau lebih banyak relawan untuk turut serta dalam mendukung program pendidikan bagi anak-anak kurang mampu khususnya di wilayah Seroja dan Badak, Semarang.

4.2 Analisis Masalah

Permasalahan mendasar yang dihadapi Komunitas Satoe Atap adalah kurangnya penyampaian informasi secara terukur, terarah, dan konsisten mengenai keberadaan serta kegiatan komunitas kepada masyarakat luas. Hal ini berdampak pada rendahnya tingkat *brand awareness* yang pada akhirnya mempengaruhi keterlibatan dan kontribusi publik, termasuk perekrutan relawan baru. Sebagai komunitas sosial berbasis pendidikan yang berdiri sejak tahun 2007, Satoe Atap memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan dan pendidikan anak-anak dari kalangan kurang beruntung di kawasan Seroja dan Pandean Lamper, Kota Semarang. Namun, informasi mengenai visi, misi, dan kegiatan komunitas belum tersebar secara maksimal kepada target audiens utama, yakni kalangan mahasiswa dan masyarakat umum.

Dalam upaya meningkatkan *brand awareness*, produksi video profil yang ditayangkan melalui kanal YouTube **@SatoeatapOrg** menjadi strategi utama yang digunakan untuk menyampaikan informasi secara menyeluruh dan menarik. Video profil ini bertujuan memperkenalkan seperti apa komunitas Satoe Atap, apa saja visi misi yang mereka emban, kegiatan apa yang dilakukan secara rutin, serta bagaimana pengalaman para relawan yang terlibat di dalamnya. Penyampaian pesan melalui media audiovisual dinilai lebih efektif untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens serta menumbuhkan rasa kepedulian terhadap isu sosial dan pendidikan yang diangkat oleh komunitas.

Sebelumnya, media sosial seperti YouTube belum dimanfaatkan secara optimal sebagai sarana promosi dan edukasi publik. Konten yang diunggah masih bersifat sporadis atau tidak konsisten, serta belum menggambarkan identitas dan nilai-nilai komunitas secara utuh. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi visual yang lebih terencana dan terstruktur. Video profil komunitas Satoe Atap diharapkan tidak hanya menjadi media penyampai informasi, tetapi juga menjadi alat

kampanye sosial yang menggugah kepedulian dan partisipasi masyarakat, khususnya mahasiswa, sebagai calon relawan yang potensial.

4.3 Analisis Tahap Pra Produksi

Tahap pra produksi merupakan langkah awal yang menentukan arah dan kualitas video profil Komunitas Satoe Atap. Pada tahap ini dilakukan berbagai persiapan seperti riset, penyusunan konsep, penulisan naskah, pemilihan narasumber, serta penjadwalan proses produksi. Seluruh kegiatan ini bertujuan memastikan proses produksi berjalan efektif dan sesuai dengan tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Tahap pra produksi dalam proyek Tugas Akhir ini melalui beberapa tahapan diantaranya:

a. Riset dan Penentuan Tema

Berdasarkan riset yang dilakukan penulis, diketahui bahwa banyak mahasiswa belum mengenal dan memahami Komunitas Satoe Atap Semarang secara mendalam. Oleh karena itu, pengumpulan ide dilakukan melalui berbagai metode seperti penyebaran kuesioner, observasi lapangan, wawancara mendalam, serta studi pustaka. Seluruh data yang diperoleh dianalisis secara sistematis, dimulai dari proses brainstorming hingga penarikan kesimpulan, guna menggali informasi dan memahami kebutuhan spesifik dari komunitas. Observasi langsung dilakukan untuk mengamati aktivitas rutin pembelajaran yang dilaksanakan dua kali dalam seminggu di dua lokasi, yaitu Seroja dan Badak. Selain itu, wawancara dengan Koordinator Komunitas Edo Erdian Firmansyah, Kepala Divisi Humas Aninda Sastranita, dan Kepala Divisi Media Sosial Rahma Hapsari memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai kebutuhan serta tantangan yang dihadapi oleh komunitas dalam hal komunikasi dan promosi. Setelah data terkumpul, penulis melakukan proses klasifikasi dan analisis untuk menyaring informasi dari kuesioner dan wawancara. Hasil analisis ini kemudian digunakan untuk mengerucutkan urgensi kebutuhan komunitas, serta menentukan bentuk output yang paling

sesuai dalam menjawab permasalahan tersebut. Dari hasil ini, diputuskan bahwa produksi video profil merupakan solusi strategis untuk meningkatkan brand awareness Komunitas Satoe Atap secara efektif.

b. Merancang (SSG) *Standar Sequence Guides*

Dalam proses perancangan *Standard Sequences Guide (SSG)*, dilakukan beberapa penyesuaian sebagai respons terhadap dinamika dan kendala yang terjadi di lapangan. Adapun perubahan yang terjadi dapat dirinci sebagai berikut:

- Perubahan pada *Scene* 10

Awalnya, *scene* 10 dirancang menampilkan momen anak-anak yang menunjukkan hasil gambar impian mereka secara berkelompok. Adegan ini bertujuan untuk memperkuat pesan tentang harapan dan cita-cita mereka. Namun, karena kendala teknis dan kondisi saat produksi, adegan tersebut tidak berhasil direkam. Sebagai pengganti, *scene* ini diubah menjadi momen emosional anak-anak yang berlari di sekitar lokasi *Badak*, yang tetap menghadirkan suasana hangat dan dinamis.

- Perubahan pada *Scene* 11

Scene 11 semula direncanakan berisi *close-up* yang fokus pada ekspresi anak-anak saat menerima cenderamata dari kakak pengajar dan bersalaman sebelum pulang. Namun, dalam pelaksanaannya, adegan ini digantikan dengan visual seorang anak yang sedang menggambar cita-citanya di atas kertas. Perubahan ini tetap mempertahankan unsur harapan dan mimpi, namun dengan pendekatan visual yang lebih intim dan personal.

- Penyesuaian Durasi Video Profil Komunitas Satoe Atap

Durasi video profil Komunitas Satoe Atap yang awalnya direncanakan selama 4 menit 58 detik mengalami penambahan menjadi 6 menit 34 detik. Penambahan ini disebabkan oleh konten wawancara narasumber yang, meskipun sudah dipadatkan, menyampaikan informasi penting di luar narasi utama yang tidak bisa dihilangkan begitu saja. Oleh karena itu, penyesuaian durasi dilakukan agar alur penyampaian pesan tetap utuh dan komunikatif.

Tabel 4.1 SSG Final Video Profil

Sumber : Dokumentasi Pribadi

<i>Standard Sequence Scene (SSG)</i>				
No.	Description	Narration	Music Illustration	Duration
PRE-OPENING				
1.	[SCENE 1] black out- slow motion menunjukkan momen clip anak anak senyum ke kamera satu persatu	-	Intro - <i>no copyright</i>	20"
OPENING				

2.	[SCENE 2] Logo dan Title -TRANSITION- Fade out Wide Establishing Shoot Footage suasana sore sekitar daerah lokasi pengajaran Lokasi:Seroja/Badak	-	<i>Music- No copyright</i>	15"
3.	[SCENE 3] Medium Shoot-Over the shoulder footage relawan sedang mengajar anak anak	[VOICE OVER] "Disudut kota Semarang yang tak tersorot, anak anak tumbuh dengan secercah harapan ditengah keterbatasan// Disinilah, peran kita dibutuhkan//	<i>Music- No copyright</i>	15"

4.	[SCENE 4] Close up- Emotional footage anak-anak menyimak, menulis, mewarnai, tertawa.	[VOICE OVER] Satoe atap hadir sebagai ruang aman adik adik untuk belajar dan bermimpi// Kami hadir menjadi atap sederhana...te mpat adik adik ini bertumbuh//	<i>Music- No copyright</i>	20"
5.	[SCENE 5] Interview-Framing (rule of thirds) on-camera ketua koordinator komunitas (Narasumber 1) bercerita dilokasi Visual -- diselingi footage sesuai isi wawancara	[Suara Narasumber 1] Ekspektasi jawaban: - menceritakan sejarah singkat awal mula Satoe Atap - visi misi SA	<i>Music- No copyright</i>	1'50"

6.	[SCENE 6] Interview- Framing (rule of thirds) on-camera koordinator komunitas (narasumber 2) bercerita dilokasi Visual -- diselingi footage suasana kegiatan pengajaran anak anak sedang berlangsung, beberapa event/ bazaar for kids	[Suara Narasumber 2] Ekspektasi jawaban: - Rutinitas apa saja yang dilakukan SA - kegiatan apa saja yang SA punya selain pengajaran rutin	<i>Music- No copyright</i>	1'
7.	[SCENE 7] Medium Shoot- Slow motion Anak anak diarahkan oleh kaka pengajar untuk masuk ke sesi pengajaran on-camera salah satu volunteer yang ikut kegiatan pengajaran (Narasumber 3) diselingi footage momen anak anak belajar	[Suara Narasumber 3] Ekspektasi jawaban: - apa yang didapatkan saat terjun langsung ikut program pengajaran SA - Apa makna yang kamu maknai tentang Satoe Atap	<i>Music- No copyright</i>	40"

8.	[SCENE 8] Close up Insert Footage pengajar/<i>volunteer</i> memandu anak-anak baris untuk pembagian <i>reward</i> kepada anak dengan nilai terbaik	[VOICE OVER] Mereka tumbuh di lingkungan yang penuh tantangan// tapi semangat mereka tak pernah padam//	<i>Music- No copyright</i>	20"
9.	[SCENE 9] Close-up Insert salah satu anak lagi diajari pengurus/<i>Volunteer</i> dengan wajah yang fokus belajar diselingi footage lagi gambar sesuatu dikertas	[VOICE OVER] Di balik senyum dan semangat mereka// tersimpan mimpi-mimpi besar// yang menunggu untuk diperjuangkan//	<i>Music- No copyright</i>	20"
10.	[SCENE 10] Potrait Shoots-Slow motion Anak-anak berlari dilokasi Badak sebelum pengajaran	-	<i>Music- No copyright</i>	15"

	dimulai			
CLOSING				
11.	[SCENE 11] [SHOOT 1] Close-up Emotional focus fokus pada anak anak ketika mengambil hadiah cendramata yang diberikan kaka pengajar sembari mereka salim sebelum pulang -TRANSITION- [SHOOT 2] Wide Group Shot anak anak mengangkat kerta bertuliskan cita cita mereka	[VOICE OVER] Yang mereka butuhkan bukan hanya guru// Tapi teman yang hadir dan peduli agar merasa didengarkan//	<i>Music- No copyright</i>	20"
12.	[SCENE 12] Close-up Insert/Slow Motion ON-cam mode para narasumber mengatakan kata	[VOICE OVER] Yuk, jadi bagian dari SAYANG ITOE TAMPA.....PAMRIH	<i>Music- No copyright</i>	30"

	per kata Yuk, jadi bagian SAYANG ITOE//TANPA//PAMRIH!!	15' karena hasil gabungan 3 narasumber.		
13.	Credit title dilanjut dengan logo	Executive Producer : Arifa Rachma Febriyani S.I.Kom., M.I.Kom. Producer & Sutradara : Angelin Andrea Alviano Konseptor : Angelin Andrea Alviano Script Writer : Angelin Andrea Alviano Director : Angelin Andrea Alviano Editor : Angelin Andrea Alviano Juru Kamera : Angelin Andrea Alviano Art Director : Angelin Andrea Alviano	<i>Music- No copyright</i>	40"

		Penata Cahaya : Angelin Andrea Alviano Penata Suara : Angelin Andrea Alviano Voice Over Talent : Angelin Andrea Alviano Kolaborasi Logo UNDIP x Logo Satoe Atap		
TOTAL DURASI				6'34"

c. Pemilihan Talent dan Narasumber

Pemilihan talent dan narasumber dilakukan berdasarkan kriteria representatif dan relevan terhadap isi serta pesan yang ingin dituangkan kedalam video profil Komunitas Satoe Atap. Talent yang dipilih terdiri dari perwakilan pengurus komunitas, relawan aktif, serta anak-anak binaan yang merupakan subjek utama dalam kegiatan Satoe Atap. Penentuan narasumber untuk sesi wawancara didasarkan pada keterlibatan aktif dan kemampuan menyampaikan informasi secara mendalam mengenai latar belakang kegiatan, dan dampak dari komunitas kepada masyarakat.

Tabel 4.2 Penentuan Final Narasumber dan Script Wawancara

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Nama Narsum		Pertanyaan	Ekspektasi Jawaban	Link Script
Narasumber 1	Ketua Koordinator Satoe Atap	1. bisa ceritakan awal mula berdirinya komunitas Satoe Atap? 2. apa visi dan misi utama dari komunitas Satoe Atap? 3. Apa harapan jangka panjang satoe Atap untuk anak anak dan para relawan?	1. menjelaskan latar belakang sosial berdirinya komunitas (tahun, lokasi, motivasi) 2. menjelaskan secara singkat visi dan misi 3. harapan komunitas berkembang dan berkelanjutan.	
Narasumber 2	Ketua Divisi Kurikulum/ Pengajaran	1. bisa ceritakan apa saja yang dilakukan dalam kegiatan rutin pengajaran	1. menjelaskan kegiatan dalam pengajaran meliputi apa saja?	

		dalam komunitas SA? 2. Apa saja materi/keterampilan yang diajarkan kepada adik adik? 3. apa ada kegiatan lain selain pengajaran yang dilakukan?	2. menjelaskan apa saja yang diajarkan dalam pengajaran rutin Satoe atap 3. menyebutkan kegiatan apa saja diluar pengajaran rutin	
Narasumber 3	<i>Volunteer/Relawan</i>	1. bisa ceritakan pengalaman kamu selama menjadi volunteer di Satoe Atap? 2. Apa kesan yang paling berkesan saat mengajar anak anak? 3. Satu kata buat Satoe atap?	1. menceritakan pengalaman yang menyentuh dan lucu selama mengajar 2. menceritakan kesan anak anak yang antusias dan penuh semangat 3. satu kata berkesan untuk SA	Script Inter...

d. Perencanaan Teknis Produksi

Pada tahap ini, penulis menentukan kebutuhan teknis untuk mendukung kelancaran produksi. Peralatan yang digunakan meliputi kamera beresolusi tinggi dengan fitur image stabilization untuk hasil visual yang stabil, serta mikrofon eksternal guna memperoleh kualitas audio yang optimal, khususnya saat wawancara. Selain itu, survei lokasi dilakukan untuk memilih latar dengan pencahayaan dan komposisi visual yang mendukung narasi. Selain itu penulis berkoordinasi dengan pengurus komunitas Satoe Atap mengenai penyusunan jadwal produksi secara teratur, pemilihan lokasi, dan pembagian kegiatan harian. Sehari sebelum pengambilan gambar penulis memastikan

kesiapan talent/narasumber, alur cerita, serta kelengkapan alat untuk proses pengambilan gambar.

4.4 Analisis Tahap Produksi

Tahap produksi merupakan proses pelaksanaan pengambilan gambar sesuai dengan rencana yang telah disusun pada tahap pra produksi. Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini meliputi:

1) Persiapan peralatan/properti

Persiapan teknis dilakukan dengan matang sebelum proses pengambilan video footage dimulai. Tahapan ini mencakup pengaturan kamera DSLR Canon 200D, penyesuaian perangkat audio, pemasangan tripod kamera, serta dukungan tambahan menggunakan ponsel iPhone 13 untuk pengambilan gambar dari sudut berbeda. Selain itu, dilakukan pula penyiapan perlengkapan pendukung lainnya guna memastikan proses produksi berjalan lancar dan menghasilkan kualitas visual serta audio yang optimal.

2) Briefing Narasumber

Penulis melakukan *briefing* kepada beberapa narasumber yang terlibat sehari sebelum pengambilan gambar seperti memberikan *script* isi pertanyaan wawancara agar narasumber mengetahui gambaran apa saja yang akan dibicarakan dalam video wawancara pada ketiga narasumber. Agar dapat memberikan pemahaman mengenai alur produksi, tujuan video, teknis pengambilan gambar, serta sikap dan ekspresi yang diharapkan selama proses perekaman.

3) Pengambilan Video atau *Shooting*

Pengambilan video dilakukan dengan urutan dan kebutuhan visual yang tercantum dalam *Standar Sequences Guide* (SSG), selain itu rencana dalam perekaman wawancara terhadap sejumlah narasumber seperti pengurus komunitas, relawan, serta anak binaan, dan pengambilan *footage* kegiatan.

Pengambilan video wawancara narasumber 1 dan 2 dilakukan pada Minggu, 18 Mei 2025 di lokasi Seroja sedangkan untuk narasumber 3 diambil pada hari Sabtu, 31 Mei 2025 di lokasi Badak. Untuk pengambilan video mengenai beberapa *footage* pada kedua lokasi pengajaran rutin pada lokasi Seroja dan Badak dilakukan dalam rentang waktu 2 minggu dimulai pada 13 Mei-24 Mei 2025. Pengambilan gambar dilakukan sesuai dengan teknik yang telah dijelaskan sebelumnya. Berikut beberapa teknik pengambilan gambar yang dilakukan untuk membuat video profil Komunitas Satoe Atap:



Gambar 4.1 Pengambilan Gambar clip Anak Anak Senyum ke Kamera

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pengambilan gambar 4.1 menggunakan teknik *close-up* digunakan untuk menyorot detail ekspresi wajah anak-anak saat mereka tersenyum ke arah kamera. Pengambilan gambar dilakukan secara bergantian satu per satu, diselingi transisi *blackout* antar subjek untuk menciptakan kesan dramatis dan fokus emosional. Efek *slow motion* diterapkan guna memperkuat momen tersebut, memungkinkan penonton menangkap nuansa emosi yang lebih dalam dari setiap ekspresi anak, seperti rasa bahagia, harapan, dan

kehangatan. Teknik ini dipilih untuk membangun kedekatan emosional antara penonton dan subjek dalam video.



Gambar 4.2 Pengambilan Gambar Suasana Pengajaran di Lokasi Seroja

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada pengambilan gambar 4.2, teknik yang digunakan adalah *long shot* dengan sudut *full shot* yang menampilkan keseluruhan tubuh subjek secara utuh dalam bingkai. Teknik ini memungkinkan penonton melihat aktivitas dan interaksi subjek dalam konteks lingkungan sekitarnya secara menyeluruh. Posisi kamera ditempatkan pada *eye level* atau sejajar dengan tinggi mata subjek, sehingga memberikan kesan natural dan objektif, seolah-olah penonton berada langsung di lokasi kejadian dan melihat adegan secara langsung tanpa manipulasi sudut pandang. Kombinasi teknik ini bertujuan untuk menampilkan suasana kegiatan secara utuh serta menciptakan kedekatan yang netral antara penonton dan subjek.



Gambar 4.3 Pengambilan Gambar clip low angle detail anak

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada pengambilan gambar 4.3, teknik yang digunakan adalah *low angle*, di mana kamera diletakkan hampir sejajar atau sedikit lebih rendah dari posisi subjek utama, yaitu seorang anak sedang mempersiapkan peralatan belajar. Sudut ini dipilih untuk memperlihatkan aktivitas anak secara jelas, dengan fokus utama tetap pada gerakan dan ekspresi mereka tanpa terganggu oleh dominasi latar belakang. Penggunaan sudut rendah ini memberikan kesan netral dan humanis, seolah-olah penonton berada langsung di lokasi, menyaksikan dan merasakan suasana dari sudut pandang yang akrab dan membumi. Teknik ini juga membantu menciptakan kedekatan emosional antara penonton dan subjek yang ditampilkan.



Gambar 4.4 Pengambilan Gambar saat wawancara Koordinator Satoe

Atap

Edo Erdian Firmansyah

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada gambar di atas, pengambilan gambar dilakukan dengan teknik *close-up* disertai gerakan *zoom in* untuk memperbesar tampilan wajah narasumber agar terlihat lebih dekat dan mendominasi layar. Teknik ini bertujuan untuk menekankan ekspresi wajah dan emosi narasumber saat menyampaikan informasi, sehingga pesan yang disampaikan terasa lebih kuat dan personal. Kamera ditempatkan pada posisi *eye level*, atau sejajar dengan pandangan mata narasumber, untuk menciptakan kesan netral dan setara antara subjek dan penonton. Pendekatan ini memberikan kesan seolah-olah penonton sedang berbicara langsung dengan narasumber, sehingga meningkatkan kedekatan dan kredibilitas pesan yang disampaikan.



*Gambar 4.5 Pengambilan Gambar Suasana Games Anak Anak di Lokasi
Badak*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pengambilan gambar diatas menggunakan teknik pengambilan gambar dengan sudut kamera *over the shoulder shot* dengan komposisi visual *rule of thirds* dan *depth* Subjek utama (anak-anak) berada di bagian tengah, sementara orang dewasa di depan kamera menciptakan lapisan visual (*foreground-middle-background*). Dinding mural dan bangunan di latar menambah konteks lokasi komunitas.



Gambar 4.6 Suasana Evaluasi yang dilakukan Volunteer atau Relawan setelah Pengajaran

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pengambilan gambar diatas menggunakan teknik *low angle shot* dengan fokus visual tertuju pada sekelompok mahasiswa yang sedang tertawa dan diskusi dengan komposisi visual *foreground Blur* tangan dan lutut seseorang tampak buram di depan menciptakan kedalaman dan memberi kesan dokumentasi yang autentik, seolah penonton sedang duduk bersama mereka dalam lingkaran itu.



Gambar 4.7 Pengambilan Gambar saat anak-anak Berdoa setelah Selesai Belajar

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pengambilan gambar di atas menggunakan teknik *medium shot* dengan komposisi visual *framing* alami (*natural framing*). Dalam komposisi ini, subjek utama — yaitu seorang anak — ditempatkan di posisi tengah frame, sehingga secara visual menjadi fokus utama perhatian penonton. Anak tersebut memegang media visual berupa kertas atau poster, yang semakin memperkuat pusat perhatian pada dirinya. Sementara itu, anak-anak lain yang berada di sekelilingnya berperan sebagai elemen latar yang mendukung suasana dan menunjukkan adanya interaksi dalam lingkungan tersebut. Teknik ini digunakan untuk menonjolkan pesan visual dari subjek utama tanpa mengabaikan konteks sosial yang menyertainya.



Gambar 4.8 Pengambilan Gambar kegiatan pembelajaran anak oleh kaka Volunteer

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada gambar di atas, digunakan teknik *high angle shot* dengan komposisi visual *close interaction framing*. Kamera diletakkan pada posisi lebih tinggi dari subjek dan diarahkan ke bawah untuk menangkap aktivitas anak yang sedang menulis. Sudut ini memberikan pandangan yang menyeluruh terhadap gerakan tangan serta ekspresi wajah saat anak fokus dalam kegiatannya. Teknik ini umum digunakan untuk menekankan momen belajar atau aktivitas kreatif, karena mampu memperlihatkan detail interaksi antara subjek dengan media tulisnya, sekaligus menciptakan kesan intim dan observasional bagi penonton.

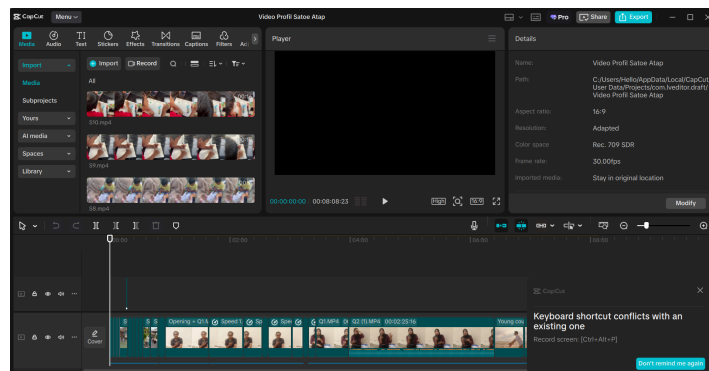
4.5 Analisis Tahap Pasca Produksi

Setelah produksi selesai, langkah selanjutnya yaitu tahap pasca produksi yang merupakan tahapan penting dalam menghasilkan video profil yang sesuai dengan SSG. berikut adalah langkah-langkah yang dilakukan dalam tahapan pasca produksi:

- 1) Editing Video

- Pemilihan Klip Video

Pemilihan klip yang tepat merupakan aspek esensial dalam proses penyuntingan video, mengingat tidak seluruh footage yang diperoleh dapat dimanfaatkan secara optimal. Seleksi klip harus mempertimbangkan kesesuaian dengan struktur naratif serta memenuhi standar kualitas visual dan audio agar mendukung penyampaian pesan secara efektif.

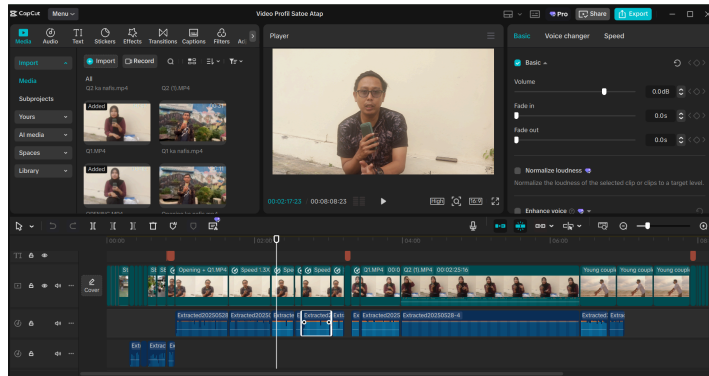


Gambar 4.9 Pemilihan Klip Video

Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Penyuntingan Video

Proses penyuntingan video melibatkan pemotongan serta penggabungan klip guna memastikan narasi tersampaikan secara jelas, alur-cerita mengalir secara kohesif, dan transisi antar klip berlangsung mulus. Langkah ini juga menjaga durasi setiap segmen agar konsisten dengan *Standard Sequence Guide* (SSG) yang telah dirancang.



Gambar 4.10 Penyuntingan Video

Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Penambahan Musik & Voice Over

Penambahan musik latar dilakukan guna memperkuat suasana dan membangun emosi yang selaras dengan konten visual. Pemilihan musik dilakukan secara cermat agar sesuai dengan setiap adegan serta mendukung pesan yang ingin disampaikan. Dalam video profil komunitas sosial ini, narasi disampaikan sepenuhnya melalui teknik voice over. Penggunaan voice over bertujuan untuk memberikan penjelasan yang jelas dan informatif terhadap isi video. Proses perekaman dilakukan dengan memperhatikan kualitas suara yang baik, serta penyesuaian ritme narasi agar sinkron dengan alur visual.



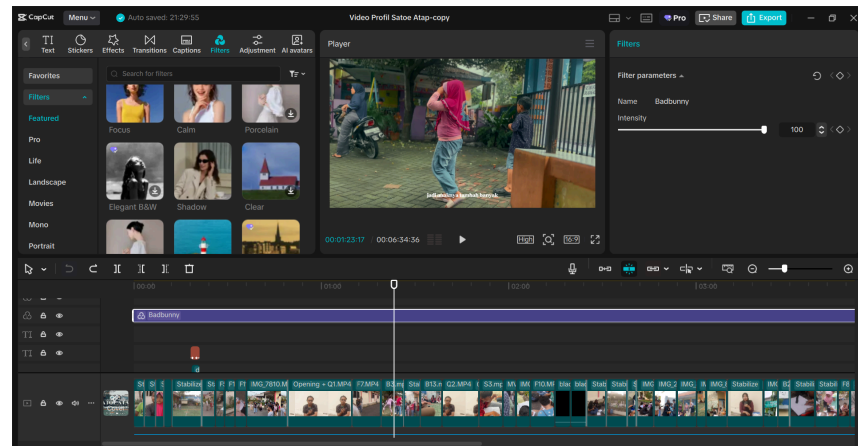
Gambar 4.11 Penambahan Musik dan Voice Over
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Colour Grading

Penyesuaian warna (*color grading*) dan pencahayaan dilakukan guna menciptakan konsistensi visual antar klip serta membangun atmosfer yang sesuai dengan nuansa yang ingin disampaikan dalam video



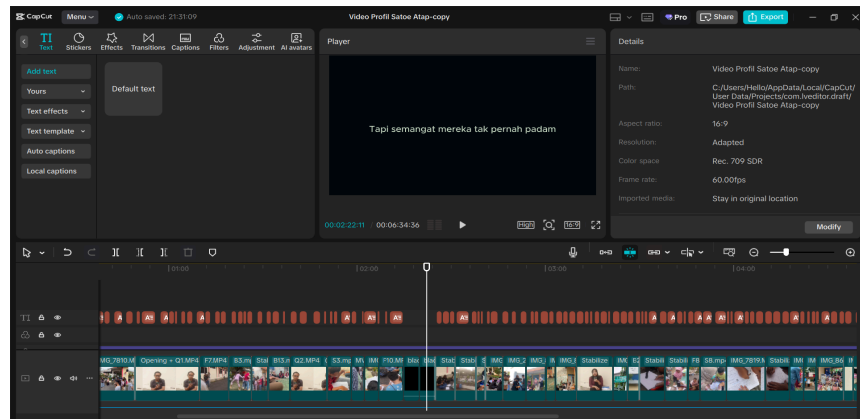
Gambar 4.12 Sebelum Penambahan Colour Grading
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 4.13 Sesudah Penambahan Colour Grading
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Penambahan Teks/subtitles

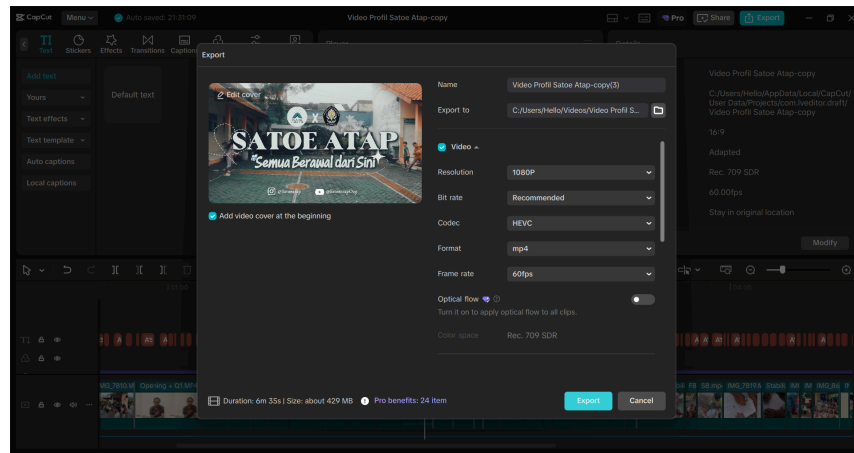
Teks atau subtitle disisipkan untuk memperjelas narasi yang disampaikan serta menyediakan informasi pelengkap yang relevan dengan masing-masing scene dalam video.



Gambar 4.14 Penambahan Teks/Subtitles
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Ekspor atau penyimpanan

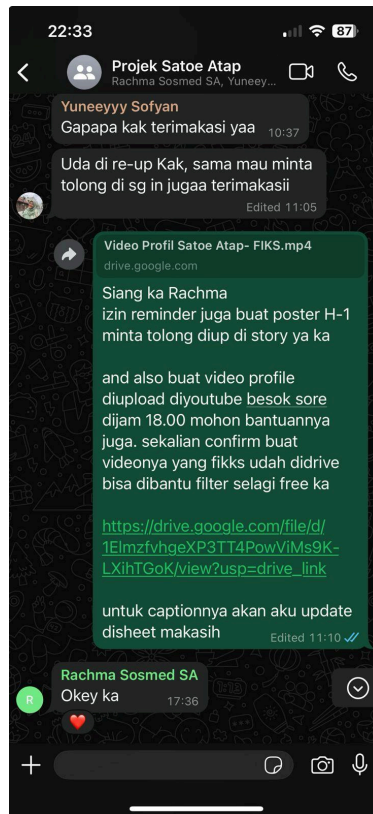
Tahap akhir dari proses penyuntingan adalah mengekspor video dalam format dan resolusi berkualitas tinggi, guna menjamin hasil visual yang maksimal. Video tersebut kemudian diunggah ke Google Drive sebagai media penyimpanan dan distribusi.



Gambar 4.15 Ekspor Video
Sumber: Dokumentasi Pribadi

2) *Preview dan Revisi*

Setelah proses penyuntingan selesai, video diserahkan kepada tim media sosial untuk ditinjau. Sebelum dipublikasikan, dilakukan tahap evaluasi awal dengan meminta persetujuan serta masukan dari pihak terkait. Saran dan kritik yang diperoleh dijadikan dasar untuk melakukan revisi terhadap video. Setelah dilakukan perbaikan, video ditayangkan kembali untuk proses peninjauan akhir guna memastikan bahwa seluruh masukan telah diakomodasi dengan baik. Tahapan ini bertujuan untuk menjamin bahwa video profil Komunitas Satoe Atap telah memenuhi standar kualitas yang diharapkan dan layak untuk dipublikasikan.

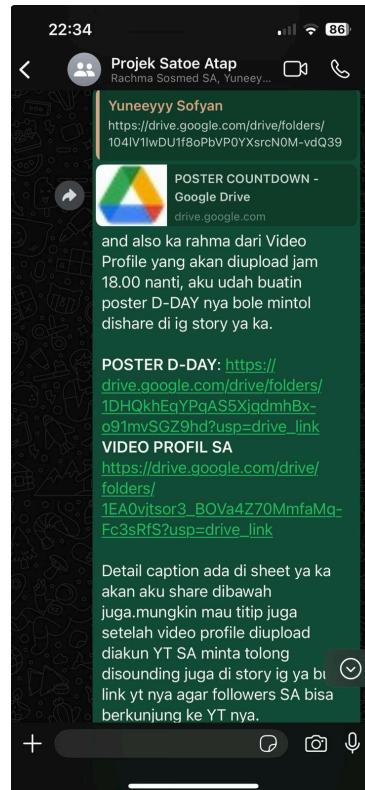


Gambar 4.16 Koordinasi dengan Tim Sosmed Satoe Atap Filtering Hasil Video
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

3) Upload Video

Setelah tahap *preview* dan revisi diselesaikan, video profil Komunitas Satoe Atap diunggah melalui kanal YouTube resmi. Awalnya, video tersebut diunggah ke akun lama YouTube milik Komunitas Satoe Atap dengan nama kanal @SatoeatapOrg. Namun, karena tim media sosial mengalami kendala dalam mengakses akun lama tersebut, akhirnya diputuskan untuk membuat akun baru dengan nama kanal @SatoeatapSemarang pada tanggal 4 Juni 2025. Pada hari yang sama, video profil resmi Komunitas Satoe Atap diunggah kembali ke kanal baru tersebut. Sebelumnya, tim telah mengunggah ulang tiga video terdahulu ke akun baru tersebut sebagai bentuk pemindahan

arsip digital, dan sebelum video profil diunggah, akun @SATOEATAPSEMARANG telah memperoleh 49 pelanggan. Langkah ini diambil untuk memastikan kesinambungan distribusi konten dan menjaga eksistensi kanal digital Komunitas Satoe Atap.

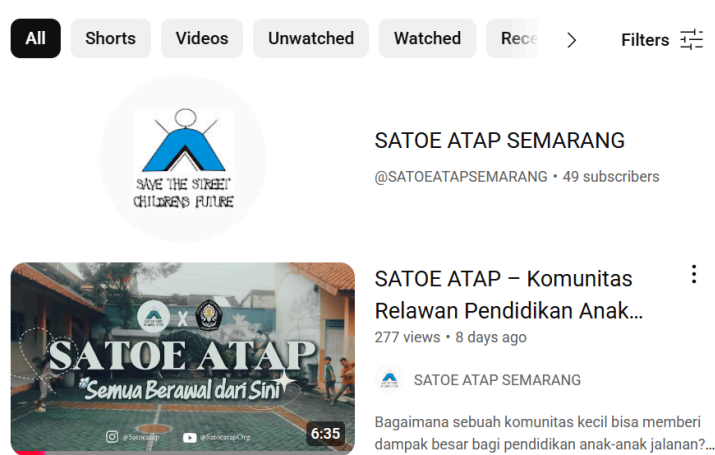


Gambar 4.17 Koordinasi dengan Tim Sosmed Satoe Atap reminder upload Video Profil

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Keputusan untuk membuat kanal baru merupakan bentuk respons strategis dalam menghadapi hambatan teknis yang berkaitan dengan akses dan manajemen akun media sosial. Dalam konteks komunikasi digital, adaptabilitas terhadap platform sangat penting untuk menjamin efektivitas penyebaran pesan dan visibilitas organisasi. Setelah kanal baru dibuat, video profil berhasil diunggah pada tanggal 4 Juni 2025 pukul 18.00 WIB, yang kemudian disertai dengan aktivitas sounding melalui fitur Instagram Story

guna menjangkau audiens yang telah mengikuti akun Instagram resmi komunitas. Strategi ini menunjukkan pentingnya integrasi antar platform dalam mendistribusikan konten secara luas serta membangun keterlibatan dengan audiens melalui berbagai kanal komunikasi.



Gambar 4.18 Upload Video Profil Channel Baru Youtube Satoe Atap
Sumber: Dokumentasi Pribadi

4.6 Analisis Hasil dan Evaluasi

4.6.1 Perencanaan Evaluasi

Setelah seluruh tahapan produksi dan penyuntingan video diselesaikan, dilakukan pula tahap evaluasi secara komprehensif untuk menilai efektivitas proyek dalam meningkatkan brand awareness Komunitas Satoe Atap. Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana video profil yang telah dipublikasikan mampu menarik perhatian audiens, khususnya kalangan mahasiswa yang menjadi target utama. Pengukuran keberhasilan dilakukan berdasarkan indikator keterlibatan audiens, seperti jumlah penayangan (*views*), tanda suka (*likes*), komentar (*comment*) pada kanal YouTube @SATOEATAPSEMARANG.

Selain melihat respons dari media sosial, survei juga dilakukan kepada audiens untuk mendapatkan umpan balik langsung mengenai kesan, pemahaman, dan persepsi mereka terhadap Komunitas Satoe Atap setelah menonton video profil tersebut. Hasil dari survei ini memberikan gambaran yang lebih mendalam terkait efektivitas penyampaian pesan, kualitas visual, serta daya tarik konten secara keseluruhan. Dengan menggabungkan data keterlibatan media sosial dan hasil survei, dilakukan analisis menyeluruh terhadap dampak video dalam membangun *brand awareness* serta mengidentifikasi aspek-aspek yang masih perlu diperbaiki dalam upaya memperkenalkan Komunitas Satoe Atap kepada khalayak yang lebih luas.

4.6.2 Analisis Hasil Posting dan Ulasan Publik

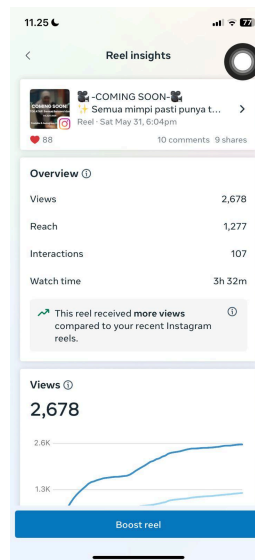
Sebelum melakukan evaluasi melalui survei lanjutan, penulis terlebih dahulu menganalisis data hasil unggahan (posting) sebagai indikator awal untuk melihat sejauh mana audiens memberikan respons terhadap konten yang dipublikasikan. Pemantauan ini menjadi langkah awal yang penting karena data insight dari media sosial dapat menunjukkan performa objektif berdasarkan jangkauan, interaksi, serta keterlibatan pengguna secara langsung terhadap video profil komunitas. Setelah itu, analisis ini diperkuat dengan data dari survei lanjutan (post-survey) guna memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai persepsi audiens dan efektivitas video dalam meningkatkan brand awareness Komunitas Satoe Atap, hasil pemantauan terhadap respons audiens atas konten yang telah dipublikasikan melalui media sosial kanal Youtube (@SATOEATAPSEMARANG) dan Instagram (@satoeatap). Fokus analisis mencakup data kuantitatif seperti jumlah penayangan, interaksi, dan komentar, serta tanggapan kualitatif berupa ulasan dan opini dari audiens. Untuk memberikan gambaran yang sistematis, data dan tanggapan publik dirangkum dalam tabel berikut:

Tabel 4.3 Hasil Posting Video Reels Instagram dan Video Profil

Sumber: Dokumentasi Pribadi

NO	Tanggal Posting	Judul Video	Link	Jumlah		
				Penonton	Suka	Komentar
1	31 Mei 2025 (Sudah Posting)	Video Reels Instagram 1	https://www.instagram.com/reel/DKUMsgOP5GK/?igsh=cXpseGxhZGlmejZw	2.678	88	10
2	02 Juni 2025 (Sudah Posting)	Video Reels Instagram 2	https://www.instagram.com/reel/DKYyA3pvzti/?igsh=MTcyeXNkNGplN2Y5Mg==	1.638	57	7
3	04 Juni 2025 (Sudah Posting)	Video Profil Komunitas Satoe Atap	https://www.youtube.com/watch?v=PbJBp_whhn8&t=22s	276	72	24

Adapun rincian data insight yang diperoleh dari masing-masing platform selama periode 31 Mei hingga 12 Juni 2025 dapat dilihat pada tabel berikut. Data ini mencakup berbagai metrik yang merepresentasikan performa konten serta respons audiens terhadap video produksi yang telah diunggah.

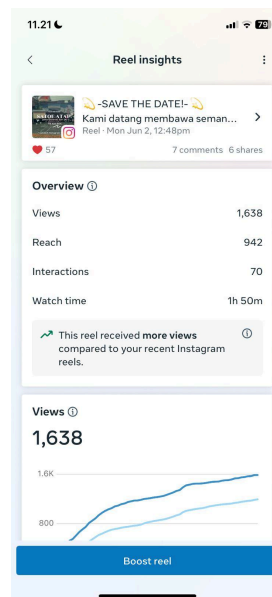


Gambar 4.19 Insight Postingan Video Reels Instagram #1
Sumber: Dokumentasi Pribadi

1. Berdasarkan hasil *insight* Instagram pada teaser pertama yang diunggah pada tanggal 31 Mei 2025 melalui akun utama Satoe Atap (@Satoeatap), tercatat performa yang cukup signifikan hingga pengambilan data terakhir pada 12 Juni 2025. Dalam kurun waktu tersebut, video teaser berhasil memperoleh 2.678 views dengan jangkauan mencapai 1.277 akun. Konten ini juga menghasilkan 107 interaksi yang mencakup *likes*, komentar, dan *shares*, serta mencatat durasi total waktu tonton selama 3 jam 32 menit. Data ini menunjukkan bahwa teaser berhasil menarik perhatian audiens dan memberikan performa yang lebih baik dibandingkan dengan

konten-konten sebelumnya. Hal ini mengindikasikan adanya ketertarikan awal yang kuat dari audiens terhadap peluncuran video profil Komunitas Satoe Atap.

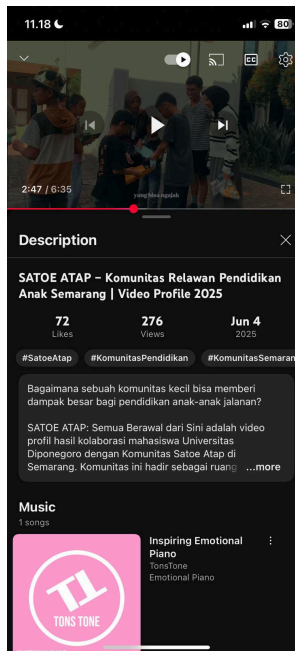
Respon positif dari audiens juga terlihat melalui komentar-komentar yang muncul di kolom *reels*. Beberapa di antaranya menyampaikan rasa antusias dan penasaran, seperti yang dituliskan oleh akun @nblabelp, “*Jadi penasaran tentang Satoe Atap nii, keren!!!*”, kemudian akun @grinskriin yang menulis “*Ga sabarr kakk*”, serta akun @syifalgzy yang berkomentar, “*Mantaaap insightful banget kak* 🥰🥰🔥🔥”. Komentar-komentar tersebut memperkuat asumsi bahwa video teaser mampu membangun ekspektasi positif dan menciptakan rasa penasaran yang efektif menjelang publikasi video utama.



Gambar 4.20 Insight Postingan Video Reels Instagram #2
Sumber: Dokumentasi Pribadi

2. Pada video *teaser* kedua yang diunggah pada tanggal 2 Juni 2025 melalui akun utama Satoe Atap (@Satoeatap), konten ini menampilkan hasil yang sangat positif selama periode pemantauan hingga 12 Juni 2025. Dalam kurun waktu tersebut, video *teaser* memperoleh 1.638 views dan berhasil menjangkau 942 akun. Jumlah interaksi yang tercatat sebesar 70 interaksi menunjukkan bahwa audiens tetap menunjukkan minat terhadap konten lanjutan, meskipun terjadi sedikit penurunan dibandingkan *teaser* pertama. Durasi total waktu tonton yang mencapai 1 jam 50 menit mencerminkan bahwa pesan yang disampaikan tetap berhasil dipertahankan secara visual, meskipun tidak sekuat daya tarik awal. Meski demikian, hal ini tetap dapat dimaknai sebagai bentuk konsistensi awareness menjelang peluncuran utama video profil Komunitas Satoe Atap.

Respon antusias dari penonton juga tampak dari komentar-komentar yang muncul di unggahan *teaser* kedua. Beberapa di antaranya mengungkapkan rasa tidak sabar untuk menonton video utama, seperti yang dituliskan oleh akun @yunsssfaannn, “*aa ga sabar ka*”, serta akun @nblabelp yang berkomentar singkat namun penuh antusias, “*can’t wait!*”. Ucapan-ucapan ini menunjukkan bahwa keberadaan *teaser* berhasil membangun ekspektasi dan rasa penasaran yang berkelanjutan dari audiens.



*Gambar 4.21 Insight Postingan Video Profil Youtube
Komunitas Satoe Atap*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

3. Video profil Komunitas Satoe Atap yang diunggah ke platform YouTube pada tanggal 4 Juni 2025 telah memperoleh 276 penayangan dan 72 likes dalam kurun waktu 9 hari, terhitung hingga tanggal 12 Juni 2025. Dengan durasi video sepanjang 6 menit 34 detik, angka ini menunjukkan adanya minat yang cukup tinggi dari audiens terhadap konten berbasis komunitas dan isu pendidikan. Rasio *likes* terhadap jumlah penayangan yang mencapai sekitar 26% menjadi indikator bahwa video ini diterima secara positif oleh para penonton. Kanal YouTube @Satoeatapsemarang, tempat video ini dipublikasikan, juga telah memperoleh 49 subscribers sebagai bentuk awal pertumbuhan komunitas digitalnya.

Selain itu, video profil ini juga mendapatkan 24 komentar positif, yang

menunjukkan adanya resonansi emosional dan apresiasi dari penonton. Salah satu komentar datang dari akun @haryantobinhsuhadi5678 yang menuliskan, “*Mantap langkah jitu dengan semangat Satoe Atap tentu dengan SDM yg memadai 👍👍👍👍*”. Komentar lain dari akun @idamufrida4587 juga menyampaikan dukungannya, “*Luar biasaa, semangat Kaka-Kaka semoga kalian sukses, buat adik-adik semua tambah pinter*”. Umpan balik ini menegaskan bahwa pendekatan storytelling dan visualisasi kegiatan komunitas sosial yang diterapkan dalam video mampu membangun koneksi emosional dengan audiens, sekaligus memperkuat citra positif Komunitas Satoe Atap di ranah digital.

4.6.3 Analisis Hasil Survei

Evaluasi yang dilakukan tidak hanya didasarkan pada tingkat keterlibatan (*engagement*) dari video yang telah dipublikasikan di media sosial dan YouTube. Penulis juga melakukan survei lanjutan (post-survey) dengan menggunakan responden yang sama seperti pada survei awal (pra-survey), guna memperoleh perbandingan yang lebih valid dan terukur mengenai efektivitas video dalam meningkatkan brand awareness. Survei ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kesadaran dan pemahaman masyarakat, khususnya mahasiswa, terhadap keberadaan Komunitas Satoe Atap Semarang setelah video dipublikasikan. Penggunaan responden yang sama memungkinkan evaluasi yang lebih akurat terhadap perubahan persepsi atau tingkat awareness sebelum dan sesudah video dipublikasikan.

Survei ini ditujukan kepada 51 responden sesuai dengan target responden pada pra-survey adalah mahasiswa dan masyarakat umum yang berdomisili di Kota Semarang dan sekitarnya, dengan rentang usia responden berada pada kisaran 17

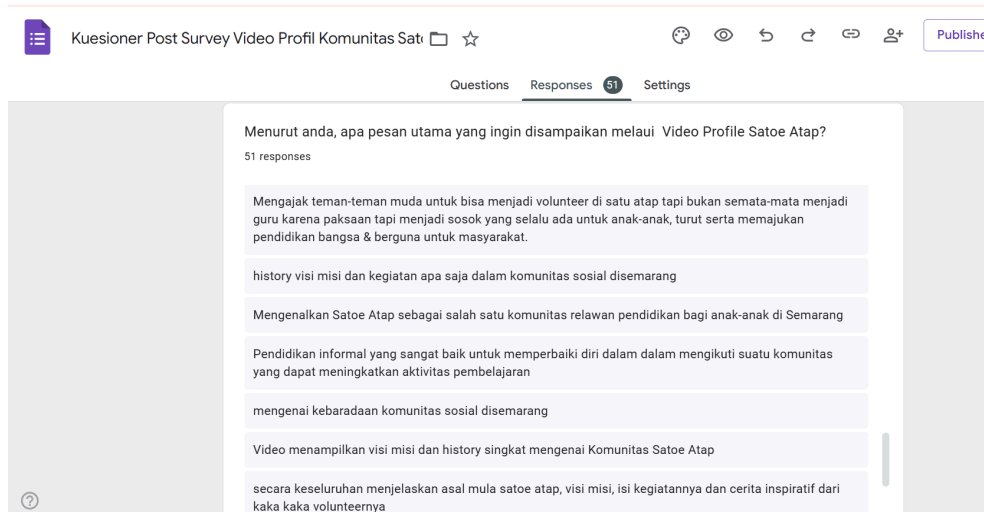
hingga 25 tahun, sesuai dengan segmentasi target audiens yang diharapkan menjadi relawan aktif komunitas. Survei didistribusikan sehari setelah video profil diunggah di YouTube, yaitu pada tanggal 5 Juni 2025, dan proses pengumpulan data dilakukan selama satu minggu hingga tanggal 12 Juni 2025. Berikut adalah hasil survei yang diperoleh:



Gambar 4.22 Diagram Awareness Responden setelah Menonton Video Profil Komunitas Satoe Atap
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dalam diagram yang disajikan, Dari total 51 responden, sebanyak 98% menjawab “*Ya, saya merasa lebih mengenal*”, sementara 2% lainnya menjawab “*Tidak, saya belum cukup mengenal*”. Temuan ini menunjukkan bahwa video profil yang diproduksi terbukti efektif dalam memperkenalkan Komunitas Satoe Atap kepada target audiens, khususnya kalangan mahasiswa. Angka persentase yang sangat tinggi tersebut menjadi indikator keberhasilan dalam menyampaikan informasi secara visual dan naratif, yang sesuai dengan tujuan utama dari produksi video, yaitu meningkatkan *brand awareness* dan pemahaman terhadap misi sosial komunitas. Mayoritas responden yang berada di usia produktif dan potensial sebagai relawan

juga memperkuat asumsi bahwa strategi penyampaian pesan melalui media digital mampu menjangkau dan menyentuh segmen audiens yang dituju secara optimal.

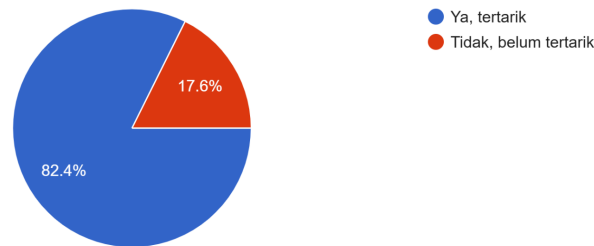


Gambar 4.23 Hasil Survei Pengetahuan Responden terhadap Pesan Utama Video Profil Komunitas Satoe Atap
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada pertanyaan lanjutan mengenai “*Pesan utama yang ingin disampaikan melalui video profil komunitas Satoe Atap?*”, mayoritas pada total 51 responden menangkap pesan utama video dengan tepat, yaitu mengenai peran Komunitas Satoe Atap sebagai jembatan pendidikan anak-anak kurang mampu, ajakan menjadi relawan, dan pengenalan terhadap kegiatan sosial komunitas. Hal ini menandakan bahwa video profil berhasil menyampaikan pesan inti secara naratif dan visual kepada target audiens nya, yang sebagian besar adalah mahasiswa usia 17–25 tahun.

Apakah kamu tertarik menjadi relawan setelah mengetahui informasi mengenai komunitas Satoe Atap?

51 responses

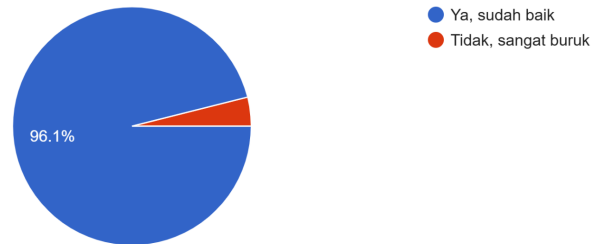


Gambar 4.24 Diagram Ketertarikan Responden untuk Menjadi Relawan Komunitas Satoe Atap

Selain menilai pemahaman terhadap pesan inti yang disampaikan dalam video profil, survei juga menggali minat responden untuk terlibat langsung dalam kegiatan Komunitas Satoe Atap sebagai relawan. Berdasarkan hasil survei terhadap 51 responden, mayoritas responden, yaitu sebanyak 82.4%, menyatakan tertarik menjadi relawan setelah mendapatkan informasi mengenai komunitas sosial Satoe Atap. Sementara itu, hanya 17.6% responden yang menyatakan belum tertarik untuk bergabung sebagai relawan. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat ketertarikan masyarakat terhadap komunitas Satoe Atap cukup tinggi setelah mereka mendapatkan informasi yang memadai. Ini mengindikasikan bahwa upaya penyebaran informasi, khususnya melalui media seperti video profil yang diunggah ke YouTube, memiliki dampak positif dalam meningkatkan *brand awareness* komunitas ini. Tingginya persentase minat ini juga dapat dijadikan sebagai indikator bahwa citra dan nilai-nilai yang dibawa oleh komunitas Satoe Atap berhasil tersampaikan dengan baik kepada audiens. Video profil di YouTube berperan sebagai media visual yang tidak hanya informatif, tetapi juga mampu menyampaikan pesan emosional dan sosial yang kuat, sehingga mendorong audiens untuk ikut terlibat secara aktif.

Bagaimana penilaian anda terhadap kualitas visual Video Profile (gambar, pencahayaan, komposisi Video)?

51 responses



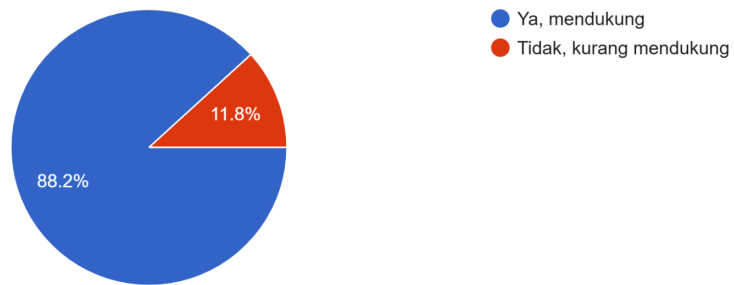
Gambar 4.24 Diagram Penilaian Kualitas Visual Video Profil Komunitas Satoe Atap

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setelah menggali minat responden untuk terlibat langsung sebagai relawan, evaluasi juga dilakukan terhadap kualitas visual video profil yang mencakup aspek gambar, pencahayaan, dan komposisi video. Berdasarkan data dari 51 responden, sebanyak 96,1% menyatakan bahwa kualitas visual video profil sudah baik, sementara hanya 3,9% yang menilai kualitas visualnya sangat buruk. Temuan ini menunjukkan bahwa secara umum, aspek teknis dari video profil telah berhasil memenuhi ekspektasi audiens dan mendukung penyampaian pesan secara efektif.

Apakah transisi dan efek editing mendukung keseluruhan cerita dalam Video Profile Sai

51 responses



Gambar 4.25 Diagram Transisi dan Efek Editing dalam Video Profil Komunitas Satoe Atap

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selain kualitas visual, aspek transisi dan efek editing juga menjadi fokus evaluasi dalam video profil Komunitas Satoe Atap. Berdasarkan hasil survei terhadap 51 responden, sebanyak 88,2% menilai bahwa transisi dan efek editing mendukung keseluruhan alur cerita, sementara 11,8% responden merasa bahwa aspek tersebut masih kurang mendukung. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas penonton mengapresiasi kualitas penyuntingan video yang mampu memperkuat narasi serta alur cerita, meskipun tetap terdapat ruang untuk peningkatan pada aspek teknis tertentu agar semakin optimal di mata audiens.



Gambar 4.26 Kuesioner Mengenai Saran dan Komentar Setelah menonton Video Profil Komunitas Satoe Atap
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Sebagai pelengkap dari penilaian kuantitatif, survei juga menyertakan pertanyaan terbuka yang memungkinkan responden memberikan saran atau komentar secara bebas setelah menonton video profil Komunitas Satoe Atap. Berdasarkan tanggapan dari 51 responden, sebagian besar komentar bersifat positif dan apresiatif, seperti menyatakan bahwa “Video profil Komunitas Satoe Atap mudah dipahami, bagus sekali!” dan “Everything all good!”. Selain itu, beberapa responden juga menyampaikan masukan konstruktif terkait aspek teknis, seperti penyampaian narasi, transisi, dan pengambilan gambar. Beberapa komentar menyebutkan bahwa “editing dan pengambilan gambarnya bisa diperhatikan lagi” serta “transisinya ditingkatkan dan voice over-nya nadanya juga perlu diperhatikan”.

Selain aspek teknis, ada pula responden yang menyarankan untuk memperbanyak konten komunitas secara keseluruhan agar informasi yang disampaikan semakin meluas. Secara umum, komentar-komentar tersebut menunjukkan bahwa video profil berhasil menyampaikan pesan dengan baik, namun juga membuka ruang bagi peningkatan kualitas teknis dan variasi konten di masa mendatang.

Berdasarkan perbandingan antara hasil pra-survei dan post-survei yang dilakukan terhadap 51 responden oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan signifikan dalam tingkat *awareness* terhadap Komunitas Satoe Atap setelah publikasi video profil Komunitas Satoe Atap. Pada pra-survei, sebanyak 54,9% responden “*belum pernah mendengar tentang komunitas ini*”, menunjukkan tingkat *awareness* yang masih relatif rendah. Namun, setelah video profil dipublikasikan dan dilakukan post-survei, sebanyak 98% responden menyatakan “*merasa lebih mengenal Komunitas Satoe Atap*”. Hal ini membuktikan bahwa publikasi video profil berhasil meningkatkan tingkat kesadaran responden sebesar 43,1%, dari semula 45,1% menjadi 98%, yang sekaligus mengindikasikan efektivitas media audiovisual dalam membangun *brand awareness* terhadap komunitas sosial berbasis pendidikan. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa media visual, khususnya dalam bentuk video profil yang informatif dan komunikatif, memiliki efektivitas tinggi dalam membangun kesadaran audiens terhadap suatu isu sosial. Dengan demikian, strategi pemanfaatan konten audio visual, video profil Komunitas Satoe Atap dapat dijadikan sebagai pendekatan yang relevan dan aplikatif dalam upaya memperkuat *brand awareness* suatu komunitas di tengah masyarakat.

4.6.4 Hasil Ulasan

- **Ulasan Klien terhadap hasil produksi**

Sebagai langkah evaluatif untuk menilai kualitas video profil secara lebih menyeluruh, penulis juga memperoleh tanggapan langsung dari Edo Erdian Firmansyah, selaku Koordinator Komunitas Satoe Atap Semarang. Melalui pesan pribadi, Mas Edo menyampaikan apresiasi atas hasil akhir video yang diunggah di kanal YouTube. Ia menyatakan bahwa video tersebut “*sangat bagus*” dan mengucapkan terima kasih atas bantuan dalam proses pembuatan kontennya. Selain itu, ia juga menambahkan bahwa “*video tersebut memberikan ilmu baru bagi*

teman-teman di komunitas Satoe Atap”, yang menunjukkan bahwa konten tidak hanya informatif secara eksternal, tetapi juga berdampak positif secara internal. Umpan balik ini menegaskan bahwa video profil komunitas Satoe Atap telah berhasil menjawab kebutuhan komunikasi visual komunitas, baik untuk audiens luar maupun anggota internal.

Selain dari koordinator komunitas, apresiasi juga disampaikan oleh Rahma Hapsari selaku Ketua Divisi Media Sosial Satoe Atap. Ia menuturkan bahwa, *“Menurutku banyak banget sih yang bisa diambil dari teman-teman INHUM UNDIP, salah satunya konten-konten mereka tuh bisa menginspirasi teman-teman SA, karena informasinya benar-bener inspiratif sekali. Selain itu, gimana cara teman-teman INHUM UNDIP nggak cuma meng-highlight kesedihan adik-adik doang, tapi bagaimana mereka mengemas konten dengan cara yang sangat keren menurutku.”* Pernyataan ini menunjukkan bahwa hasil produksi tidak hanya memenuhi standar informatif, namun juga dinilai mampu memberikan inspirasi serta pendekatan naratif yang lebih humanis dan kreatif, terutama dalam menyampaikan isu sosial tanpa eksploitasi emosi.

- Ulasan audiens terhadap Video profil Komunitas Satoe Atap

Respon positif terhadap video profil tidak hanya datang dari internal komunitas, namun juga tercermin melalui komentar para penonton di kanal YouTube, yang menunjukkan kesan mendalam setelah menyaksikan tayangan tersebut. Salah satunya datang dari akun @KunNurachadijat yang menuliskan, *“Seharusnya para penggede baik pejabat maupun pengusaha tidak tinggal diam. CSR (Corporate Social Responsibility)-nya salurkan ke komunitas-komunitas macam*

begini, seperti yang dikoordinatori oleh Ananda Edo ini. Ingat, pangkat dan kekayaan hanya sementara di dunia ini.” Komentar ini mencerminkan adanya dorongan agar pihak-pihak berpengaruh turut mendukung komunitas seperti Satoe Atap melalui kontribusi nyata. Selain itu, mayoritas komentar lainnya juga menunjukkan dukungan dan kekaguman terhadap citra positif yang berhasil dibangun melalui video tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh akun @kangekoraharjo yang menulis, *“Semoga bermanfaat dan berkah. Aamiin...”*, menunjukkan harapan agar keberadaan komunitas ini semakin dikenal luas dan memberi dampak sosial yang lebih besar.

4.7 Hambatan dan Solusi Proses Produksi

4.7.1 Pra Produksi

Selama proses produksi video profil Komunitas Satoe Atap, penulis menghadapi sejumlah tantangan yang muncul pada setiap tahapan. Pada tahap pra-produksi, hambatan yang ditemui adalah dalam hal penjadwalan pengambilan gambar untuk beberapa adegan tertentu yang membutuhkan koordinasi intensif dengan tim lapangan Komunitas Satoe Atap. Hal ini disebabkan oleh kondisi kehadiran para *volunteer*/relawan yang tidak selalu lengkap, sehingga cukup sulit untuk menentukan waktu yang tepat serta memilih talent yang tersedia, khususnya untuk pengambilan gambar di luar kegiatan mengajar.

Sebagai upaya mengatasi hambatan yang dihadapi tersebut, penulis mengambil langkah strategis dengan melakukan komunikasi secara intensif dan fleksibel bersama koordinator lapangan Komunitas Satoe Atap. Penulis juga menyesuaikan jadwal produksi dengan waktu luang para *volunteer* yang bersedia hadir, serta melakukan penyesuaian skenario pengambilan gambar agar tetap representatif meskipun dilakukan dengan jumlah talent yang terbatas. Selain itu, penulis menyiapkan alternatif pengambilan footage tambahan yang tidak bergantung pada kehadiran banyak talent, seperti dokumentasi kegiatan sebelumnya atau

pengambilan gambar suasana lokasi, sehingga proses produksi tetap dapat berjalan sesuai timeline yang telah direncanakan.

4.7.2 Produksi

Pada tahap produksi, penulis menghadapi hambatan berupa kesalahan teknis saat pengambilan gambar. Selain itu, karena kegiatan rutin pengajaran di Komunitas Satoe Atap sudah memiliki jadwal tetap, cukup sulit untuk menentukan pengambilan gambar pada scene tertentu. Waktu pengajaran yang dimulai pada sore hari menyebabkan pengambilan gambar setelah kegiatan berakhir menjadi terkendala pencahayaan alami yang semakin minim. Hambatan lainnya adalah kurangnya informasi yang disampaikan oleh PIC media sosial kepada para pengurus tetap Satoe Atap di lapangan, sehingga proses *briefing* sebelum pengambilan gambar menjadi kurang optimal.

Sebagai langkah penanganan atas hambatan itu, penulis melakukan evaluasi teknis terhadap peralatan yang digunakan untuk memastikan kesiapan sebelum sesi pengambilan gambar berikutnya. Untuk mengatasi keterbatasan pencahayaan alami, penulis menambahkan pencahayaan buatan portabel serta mengatur jadwal pengambilan gambar pada saat intensitas cahaya matahari masih cukup memadai. Selain itu, penulis berinisiatif menjalin komunikasi langsung dengan pengurus lapangan serta memberikan update rutin kepada PIC media sosial agar informasi terkait jadwal dan kebutuhan produksi dapat tersampaikan dengan jelas dan merata. Langkah ini juga diikuti dengan pelaksanaan *briefing* singkat sebelum shooting untuk memastikan seluruh pihak memahami alur kegiatan yang akan dilakukan.

4.7.3 Pasca Produksi

Pada tahap pasca-produksi, penulis juga menghadapi beberapa hambatan yang mempengaruhi kelancaran proses penyuntingan video. Salah satunya adalah perlunya melakukan revisi naskah narasi agar lebih sesuai dengan alur visual yang telah direkam. Selain itu, proses penyuntingan memerlukan waktu yang lebih lama dari yang direncanakan, karena penulis harus memastikan setiap elemen visual, suara, dan

transisi berjalan dengan baik. Kendala lainnya muncul dalam hal sinkronisasi antara suara dan gambar, terutama pada bagian wawancara, yang membutuhkan penyesuaian audio secara detail agar tetap nyaman ditonton. Hambatan tambahan yang dihadapi adalah terkait proses publikasi video, di mana rencana awal untuk mengunggah video profil di kanal YouTube @SatoeatapOrg tidak dapat direalisasikan karena tim media sosial mengalami kesulitan mengakses akun tersebut akibat sudah lama tidak digunakan.

Sebagai solusi atas hambatan tersebut, tim media sosial Satoe Atap memutuskan untuk membuat akun YouTube baru dengan nama @SatoeatapSemarang agar proses publikasi tetap dapat berjalan sesuai rencana. Selain itu, penulis juga menyesuaikan timeline kerja dan menjadwalkan ulang beberapa tahapan editing untuk memastikan seluruh elemen visual dan audio terpadu dengan baik, serta melakukan koordinasi yang lebih intensif dengan tim media sosial guna memastikan proses distribusi konten berjalan lancar dan tepat sasaran.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penulis memilih untuk mengangkat Komunitas Satoe Atap sebagai objek dalam proyek Tugas Akhir ini didasari oleh kepedulian terhadap isu pendidikan, khususnya bagi anak-anak dari keluarga prasejahtera yang kurang mendapatkan akses pendidikan yang layak. Komunitas Satoe Atap, yang berfokus pada kegiatan pengajaran anak-anak jalanan dan mereka yang berasal dari latar belakang ekonomi kurang mampu di Kota Semarang, dinilai memiliki peran sosial yang penting namun belum banyak dikenal masyarakat luas, terutama oleh kalangan muda yang berpotensi menjadi relawan. Berdasarkan observasi awal, rendahnya eksposur komunitas di ranah digital menjadi salah satu faktor yang mendorong penulis untuk membantu meningkatkan visibilitas komunitas ini melalui pendekatan media komunikasi visual. Oleh karena itu, penulis terdorong untuk memproduksi video profil yang tidak hanya mengangkat sisi informatif mengenai komunitas, tetapi juga mampu menarik simpati dan ketertarikan audiens sasaran untuk turut serta berkontribusi dalam kegiatan sosial ini.

Melalui pelaksanaan proyek Tugas Akhir yang dilakukan oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa proses produksi video profil Komunitas Satoe Atap secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan *brand awareness*, khususnya pada calon target relawan komunitas yakni di kalangan mahasiswa yang berdomisili di kota Semarang dan sekitarnya. Berdasarkan hasil pra survei dan pasca survei setelah publikasi video, diketahui adanya lonjakan tingkat kesadaran responden terhadap komunitas, dari sebelumnya hanya 45,1% yang mengenal Satoe Atap menjadi 98% setelah video profil ditayangkan. Dimana melalui proyek tugas akhir penulis berhasil untuk meningkatkan *awareness* masyarakat serta menyediakan wadah untuk memberikan informasi yang layak mengenai identitas dari Komunitas Satoe Atap.