



**PRODUKSI KONTEN VIDEO PENDEK “PAS: PASTI ATASI STUNTING”
DI INSTAGRAM @SEMARANGPEMKOT
SEBAGAI VIDEO EDITOR**

Laporan Karya Bidang

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Tugas Akhir
Pendidikan Strata 1 Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro

Penyusun

MUHAMMAD RIFKI FAUZI

14040121140212

**PROGRAM STUDI S-1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2025

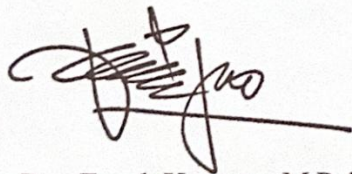
HALAMAN PENGESAHAN

Judul Karya Bidang : Produksi Konten Video Pendek "PAS: Pasti Atasi Stunting" di
Instagram @semarangpemkot sebagai *Video Editor*
Nama Penyusun : Muhammad Rifki Fauzi
NIM : 14040121140212
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada
Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Diponegoro, Semarang.

Semarang, 25 Maret 2025

Dekan



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP. 19690822.199403.1.003

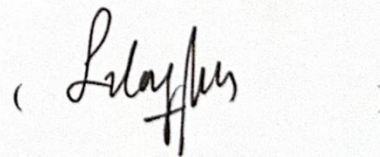
Wakil Dekan I



S. Rouli Manalu, S.Sos., McommSt, Ph.D
NIP. 19820928.200501.1.001

Dosen Pembimbing :

1. Dr. Lintang Ratri Rahmijati, S.Sos., M.Si.

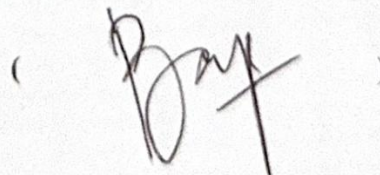


Dosen Penguji :

1. Dr. Nurul Hasfi, S.Sos., M.A.



2. M. Bayu Widagdo, S.Sos., M.I.Kom.



HALAMAN MOTTO

"Tuhanmu lebih mengetahui apa yang ada di dalam hatimu"

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dalam penyusunan dan pelaksanaan karya bidang ini, penulis memperoleh dukungan, pengetahuan dan pengalaman dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan mempersembahkan laporan karya bidang ini kepada :

1. Allah SWT, tanpa rahmat dan anugerahnya, penulis hanya manusia biasa. Penulis diberikan kesehatan untuk bisa menyelesaikan laporan karya bidang ini.
2. Diri saya sendiri. Terima kasih untuk tetap kuat menjadi anak pertama.
3. Orangtua penulis, Mama dan Papa yang selalu mendoakan, memberikan support finansial, dan memberikan motivasi di setiap langkah penulis. Hisyam dan Fadli, sebagai adik penulis yang selalu mendukung dan memberikan masukan
4. Eyanguti, Om, Tante, Pakde, Bude, dan semua anggota keluarga yang selalu memberikan support
5. Dr. Agus Naryoso, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Departemen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP yang baru saja mendapatkan gelar doktoralnya, selamat Mas.
6. Dr. Lintang Ratri Rahmiaji, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing saya yang banyak memberikan pelajaran pada dinamika dan lika liku karya bidang ini khususnya penulisan laporan. Saya percaya semua arahan nya baik dalam membantu menyempurnakan penulisan laporan ini, dan melatih saya menjadi pribadi yang lebih bertanggung jawab.
7. Terima kasih atas saran dan kritik yang diberikan oleh Mba Nurul, Mba Nurist, dan Mas Bayu selaku dosen penguji. Melalui saran dan kritik tersebut penulis dapat membangun dan memperluas perspektif penulis.
8. Teman seperjuangan Karya Bidang ini, Gibran dan Adis. Gibran yang menjadi produser utama dan merangkap banyak jobdesc, dan Adis yang bertanggung jawab dengan jobdesc nya. Terima kasih kawan, sehat selalu orang baik.

9. Mba Hanny Nurmalita, narahubung klien yang selama ini baik dan memberikan fleksibilitas untuk berjalannya produksi ini.
10. Kepada seluruh dosen ilmu komunikasi Universitas Diponegoro atas segala ilmu, tenaga, saran yang diberikan selama masa kuliah berlangsung, terima kasih. Senang bisa melihat perspektif dari berbagai dosen yang pernah mengajar
11. Teman-teman Undip yang tidak bisa disebutkan satu per satu, yang selalu memberikan informasi maupun pengetahuan akan Universitas.

ABSTRAK

Judul Karya Bidang : Produksi Konten Video Pendek “PAS: Pasti Atasi Stunting” di Instagram @semarangpemekot sebagai Video Editor

Nama Penyusun : Muhammad Rifki Fauzi

NIM : 14040121140212

Karya Bidang ini ditujukan untuk mengemas pesan kesehatan dengan inovasi baru terkait stunting dengan menerapkan *humor appeal* pada konten dalam bentuk *reels* di Instagram @semarangpemekot agar lebih menarik dan lebih bervariasi dari konten stunting yang sudah dibuat sebelumnya. *Video editor* berhasil menyunting 76 konten pesan kesehatan, mulai dari pembuatan *dummy* hingga *core* dan *stock*. Koordinasi dengan produser dan klien menjadi aspek penting dalam proses produksi, dengan penggunaan teknik editing yang mendukung aspek audio visual tanpa menghilangkan humor yang terdapat dalam konten, menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam keberhasilan produksi konten. Pemilihan *background* dan *sound effect* yang mendukung narasi humor dan penambahan *subtitle* dengan menekankan akronim “PAS: Pasti Atasi Stunting” menjadi fokus *video editor* di setiap konten. Konten yang sudah ditayangkan terbukti mampu mengubah level kognitif audiens, dari yang awalnya rendah menjadi sedang. Kuantitas konten memiliki pengaruh terhadap peningkatan level pengetahuan. Dengan demikian, pesan kesehatan dengan pendekatan humor efektif untuk menyampaikan edukasi dan lebih disukai oleh audiens.

Kata Kunci : Konten, Stunting, Humor, Instagram Reels, Video Editor, Kognitif

ABSTRACT

Title : *Short Video Content Production “PAS: Pasti Atasi Stunting” on Instagram @semarangpemkot as Video Editor*

Name : **Muhammad Rifki Fauzi**

Student ID : **14040121140212**

This field work is aimed at packaging health messages with new innovations related to stunting by applying humor appeal to content in the form of reels on Instagram @semarangpemkot to be more attractive and more varied than stunting content that has been created before. The video editor successfully edited 76 health message content, ranging from dummy creation to core and stock. Coordination with producers and clients is an important aspect of the production process, with the use of editing techniques that support the audio-visual aspect without eliminating the humor contained in the content, becoming an integral part of the success of content production. The selection of backsound and sound effects that support humorous narratives and the addition of subtitles by emphasizing the acronym “PAS: Pasti Atasi Stunting” is the focus of the video editor in each content. Content that has already been shown to be able to change the cognitive level of the audience, from low to medium at first. The quantity of content has an influence on increasing the level of knowledge. Thus, health messages with a humorous approach are effective in conveying education and are preferred by the audience.

Keywords : *Content, Stunting, Humor, Instagram Reels, Video Editor, Cognitive*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan karya bidang yang berjudul **Produksi Konten Video Pendek “PAS: Pasti Atasi Stunting” di Instagram @semarangpemkot sebagai Video Editor**. Karya bidang ini menjelaskan proses produksi konten video dengan pesan kesehatan terkait pencegahan stunting yang mengandung unsur humor. Laporan karya bidang ini disusun sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Hasil karya bidang ini terdiri dari lima bab yang diawali dengan bab pertama berisi latar belakang, analisis situasi, hingga strategi komunikasi yang digunakan. Bab kedua berisi profil klien Diskominfo Kota Semarang, serta beberapa program yang sudah ada sebelumnya. Kemudian, bab ketiga mendeskripsikan peran *video editor* dalam proses produksi yang terbagi menjadi dua tahap yaitu tahap pra-produksi dan tahap produksi, dan bab keempat membahas keberhasilan konten yang di analisis dari peningkatan level pengetahuan audiens dan sentimen audiens. Terakhir, bab kelima yang memuat simpulan, saran dan implikasi dari penulis terkait pelaksanaan karya bidang. Penulis berharap hasil karya bidang ini dapat bermanfaat dalam bidang akademis maupun kepada siapapun yang membaca dan mempelajarinya.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan sehingga dalam pengerjaannya diharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan laporan ini.

Semarang, 10 Maret 2025

Penulis

Muhammad Rifki Fauzi

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Analisis Situasi	7
1.3.1. Analisis SWOT	8
1.3.2. Analisis PESTEL	10
1.4. Tujuan Karya Bidang.....	12
1.5. Kerangka Konsep.....	13
1.5.1. Komunikasi Kesehatan	13
1.5.2. Strategi Pesan	14
1.6. Strategi Komunikasi	16
1.6.1. Segmentasi	16
1.6.2. Humour Appeal Content	16
1.6.3. Strategi Media	17
1.6.3.1. Produksi Konten Melalui <i>Owned Media</i> Instagram @semarangpemkot.	17
1.6.3.2. <i>Repost</i> Konten.....	18
1.7. Taktik	19
1.7.1. <i>Pre-testing</i> Konten <i>Dummy</i>	19

1.7.2.	Content Plan.....	20
1.7.3.	Media Plan	23
1.7.3.1.	Rencana Penayangan Konten	23
1.8.	Action Plan	24
1.8.1.	Timeline	24
1.8.2.	Pembagian Kerja	25
1.8.3.	Rencana Anggaran Biaya	26
1.9.	Evaluasi	27
1.9.1.	Metode	27
1.9.2.	Performa Konten	27
1.9.3.	Logbook Individu	29
BAB 2 DESKRIPSI KLIEN DAN PERSIAPAN PRODUKSI		30
2.1.	Profil Diskominfo Kota Semarang	30
2.2.	Konten Stunting Diskominfo Kota Semarang	31
BAB 3 DESKRIPSI PELAKSANAAN PRODUKSI		34
3.1.	Pra Produksi.....	34
3.1.1.	Menentukan Perangkat Lunak Pengeditan	34
3.1.2.	Mengorganisir File Konten	36
3.1.3.	Backup Data	37
3.1.4.	Gaya Editing dan Gambaran Umum Video Editor	38
3.2.	Tahap Produksi	39
3.2.1.	Melaksanakan Proses Editing.....	39
3.2.2.	Meminta Feedback dan Melakukan Revisi.....	44
3.2.3.	Memilih <i>Scene</i> untuk dijadikan <i>Thumbnail</i>	44
3.3.	Tantangan yang Dihadapi dan Solusinya	74
BAB 4 DESKRIPSI HASIL ANALISIS PELAKSANAAN PRODUKSI		75
4.1.	Monitoring	75
4.1.1.	Monitoring Kinerja Kelompok	75
4.1.2.	Logbook Individu	76
4.2.	Evaluasi	77
4.2.1.	Capaian Kelompok	78

4.2.2. Capaian Individu	87
4.3. Pembahasan Hasil	90
BAB 5 PENUTUP.....	93
5.1. Kesimpulan	93
5.2. Saran	93
5.3. Implikasi	94
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	99
1. Kuesioner	99
2. Tabel Evaluasi Konten	103
3. Content Plan	105
4. Monitoring Kinerja Kelompok.....	116
5. Logbook	117
6. Capaian Individu (Evaluasi).....	120
7. CapCut Cloud Storage	125

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Pemahaman Audiens Mengenai Faktor-Faktor Determinan Stunting.....	5
Tabel 1.2 Analisis SWOT	8
Tabel 1.3 Analisis PESTEL	10
Tabel 1.4 Analisis Sentimen Terhadap Konten Dummy	19
Tabel 1.5 Timeline Kegiatan.....	24
Tabel 1.6 Rencana Anggaran Biaya.....	26
Tabel 1.7 Perencanaan Performa Konten.....	27
Tabel 1.8 Rencana Logbook Individual.....	29
Tabel 3.1 Tema & Jumlah Konten yang di edit	45
Tabel 3.2 Core Content Editing	45
Tabel 3.3 Stock Content Editing.....	49
Tabel 3.4 Plain Thumbnail.....	71
Tabel 4.1 Peningkatan Pemahaman Berdasarkan Tiap Tema.....	80
Tabel 4.2 Workload Individu	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Pemahaman Stunting Responden	4
Gambar 1.2 Preferensi Durasi Konten Responden	21
Gambar 2.1 Kanal Layanan Informasi Diskominfo Kota Semarang	31
Gambar 3.1 Home Interface CapCut Desktop	35
Gambar 3.2 Kapasitas CapCut cloud storage.....	36
Gambar 3.3 Folder CapCut cloud storage.....	37
Gambar 3.4 Ekstrak Video.....	40
Gambar 3.5 Remove Background.....	40
Gambar 3.6 Background	41
Gambar 3.7 Backsound.....	41
Gambar 3.8 Sound Effect.....	42
Gambar 3.9 Video Filter	42
Gambar 3.10 Judul & Subtitle	43
Gambar 3.11 Stock Content Editing	44
Gambar 4.1 Survei Post Test Pemahaman Stunting	79
Gambar 4.2 Proses Koding Data.....	83
Gambar 4.3 Data Jumlah Kata Berdasarkan Kategori Positif dan Negatif	84
Gambar 4.4 Data Jumlah Emoji Berdasarkan Kategori Positif dan Negatif.....	84