

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

TVRI Jawa Tengah sebagai Lembaga Penyiaran Publik memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi, edukasi, dan hiburan kepada masyarakat. Dalam perjalanannya, TVRI Jawa Tengah terus berupaya mengikuti perkembangan zaman, terutama dengan hadirnya era digital yang mengubah cara masyarakat mengakses dan mengonsumsi konten media. Televisi yang dulunya menjadi media utama dalam mendapatkan informasi kini harus bersaing dengan berbagai platform digital, seperti internet dan media sosial. Perubahan pola konsumsi konten yang lebih mengarah pada platform digital mendorong TVRI Jawa Tengah untuk bertransformasi, tidak hanya dari sisi produksi konten tetapi juga dalam cara menyebarluaskan informasi. Salah satu langkah strategis yang dilakukan adalah pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi yang lebih dekat dengan masyarakat, khususnya generasi muda. Di antara berbagai media sosial yang digunakan, Instagram dipilih sebagai salah satu platform utama dalam strategi digital TVRI Jawa Tengah.

Instagram dinilai potensial karena memiliki tingkat penggunaan yang tinggi di kalangan anak muda dan dewasa muda, terutama pada rentang usia 18–34 tahun. Berdasarkan data survei yang dilakukan, Instagram menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh segmen usia tersebut, yang juga merupakan target penting bagi perluasan audiens TVRI Jawa Tengah. Hal ini mendorong perlunya strategi yang tepat dalam mengelola akun Instagram sebagai media promosi program siaran yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik dan relevan dengan tren saat ini. Namun, dalam implementasinya masih terdapat berbagai tantangan, seperti bagaimana menciptakan konten yang menarik dan sesuai dengan karakteristik pengguna Instagram, bagaimana membangun interaksi yang efektif dengan audiens, serta bagaimana mengukur efektivitas promosi program melalui platform ini. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian lebih lanjut mengenai optimalisasi penggunaan Instagram

sebagai media promosi program siaran TVRI Jawa Tengah agar dapat meningkatkan jangkauan, engagement, dan daya tarik program-program yang disajikan.

4.2 Hasil Tahap Pelaksanaan

Memasuki tahap hasil proses produksi konten *reels* Instagram, penulis menemukan beberapa perubahan yang terjadi selama masa proses produksi yang tidak sesuai dengan perencanaan diawal, berikut penjelasannya:

4.2.1 Praproduksi

Pada tahap praproduksi, penulis mengisi formulir yang ada di bio Instagram TVRI Jawa Tengah pada tanggal 2 Oktober 2024 untuk mengurus perizinan melakukan proyek Tugas Akhir. Setelah mengisi formulir, Humas TVRI Jawa Tengah mengirimkan surat persetujuan untuk kemudian melakukan pertemuan pada tanggal 10 Oktober 2024. Penulis dibantu untuk mendapatkan data insight Instagram TVRI Jawa Tengah kepada Tim Konten Media Baru. Penulis melakukan survei melalui google form dan memperoleh 100 responden yang berdomisili di Jawa Tengah. Selain itu, penulis juga ikut serta dalam produksi konten yang dilakukan Tim Konten Media Baru TVRI Jawa Tengah di beberapa Sekolah dan Universitas, maupun anak sekolah yang hadir di program TVRI Jawa Tengah, konten tersebut bertema seberapa tahu tentang TVRI Jawa Tengah dan Programnya. Banyak diantara mereka tahu TVRI Jawa Tengah, namun sedikit yang tahu tentang program siarannya.

Pada saat proses pra produksi konten *reels* Instagram terdapat beberapa perubahan pada naskah, scene, dan durasi yang tidak sesuai dengan perencanaan diawal. Berikut penjabaran dari implementasi *standard sequence guide*.

4.2.1.1 Video Reels Mengapa Harus TVRI Jawa Tengah?

Konten *reels* pertama “Mengapa Harus TVRI Jawa Tengah?” berdurasi 1 menit 38 detik. Talent pada video ini yaitu mahasiswa praktik dari jurusan Informasi dan Humas yang bernama Anisa Zahra dan kameramen Fadhil mahasiswa praktik dari USM. Adapun perubahan pengambilan video sebagai berikut:

Tabel 4. 1 *Final SSG* Mengapa Harus TVRI Jawa Tengah?

No	Perubahan	Perancangan Awal	Hasil	Alasan
1.	Deskripsi	• Pada <i>sequence</i> 1 terdapat perubahan, Seorang presenter yang berdiri di depan lobi dengan baground TVRI Jawa Tengah • Pada <i>sequence</i> 5, Presenter menoleh kamera dari angel kiri • Pada <i>sequence</i> 6, Presenter duduk di suatu ruangan yang terdapat TV, Presenter kemudian memegang remot TV • Pada <i>sequence</i> 9, Presenter	• Talent praktikan magang berjalan di depan gedung TVRI mengarah ke kamera • Talent keluar dari studio redaksi • Talent duduk di ruang kontrol teknik, Talent duduk dan berdiri • shot rekaman main alat music tradisional • Presenter berdiri di lobi di beri logo TVRI Jawa Tengah	• Penggantian talent disesuaikan dengan target audiens yaitu remaja. • Perubahan tempat dilakukan untuk meningkatkan kualitas visual, dengan memilih lokasi yang memiliki pencahayaan yang baik, sehingga membuat footage lebih estetik dan menarik. • Penambahan logo dilakukan untuk memberikan Kesan formal dan elegan

		berjalan dan berhenti di depan kantor TVRI • Pada <i>sequence</i> 10, Presenter menoleh ke kamera dengan angel kanan	• <i>Sequence</i> terakhir terdapat tambahan logo TVRI Jawa Tengah	
2.	Durasi	1 menit 25 detik	1 menit 38 detik	Bertambahnya durasi dikarenakan perubahan skrip dan footage saat proses syuting.
3.	Music	<i>MUSIC ILUSTRATION- Backsound Vibes No Copyright</i>	<i>Backsound aesthetic music, rewind sound effect</i>	-
4.	Effect	Tidak ada effect animasi ataupun sound effect	• Menambahkan emoji bosan • Emoji ??? • Sound <i>effect</i> Wuoww! • Sound <i>effect</i> +gambar tepuk tangan • Menambahkan	Penambahan <i>stiker, sound effect, transision</i> untuk membuat suasana lebih hidup, dan tidak monoton. Sehingga mampu menarik perhatian

			gambar animasi <i>smartphone</i> Gambar Youtube klik sibbscribe	penonton dan tidak bosan saat menonton konten tersebut.
--	--	--	---	---

4.2.1.2 Video Reels Yuk! Nonton TVRI 1 Genggaman

Judul dari video *reels* kedua yaitu "TVRI 1 Genggaman" talent pada konten ini yaitu mahasiswa praktikan dari Sekolah Vokasi UNDIP jurusan Informasi dan Humas bernama Vania Indri dan penulis sebagai kameramen. Total durasi video *reels* ini 1 menit 3 detik. Adapun perubahan dalam proses produksi sebagai berikut:

Tabel 4. 2 *Final SSG* Yuk! Nonton TVRI 1 Genggaman

No	Perubahan	Perancangan Awal	Hasil	Alasan
1.	Deskripsi	- Talent membuka YouTube pada <i>smartphone</i>, mengetik TVRI Jawa Tengah dengan layer <i>smartphone</i> muncul pada video. - Talent melambatkan tangan	- Memperlihatkan Youtube TVRI Jawa Tengah dengan tangan kanan - Talent menutup kamera dan muncul logo TVRI Jawa Tengah	Perubahan ini untuk mengurangi kesan bertele-tele atau terlalu lama saat pembukaan <i>smartphone</i>
2.	Durasi	40 detik	1 menit 3 detik	Durasi bertambah karena ada adegan atau

				footage yang berubah saat memunculkan poster program-program dan penambahan footage cuplikan program.
3.	Musik	<i>MUSIC ILLUSTRATION- Backsound Vibes No Copyright</i>	<i>Music Live with Fashion</i>	-
4.	Effect	Tidak terdapat <i>effect animation</i> ataupun <i>sound effect</i>	• Menambahkan <i>sound effect</i> sorak Yaeyy!, gambar panah bintang, • Menambahkan <i>effect blurring</i> saat rekaman layar menampilkan Youtube • <i>Sound effect</i> Wooww! • <i>Sound effect</i> cling muncul • <i>Sound effect</i> lonceng subscribe	Penambahan <i>stiker, sound effect</i> untuk memberikan Kesan seru dan tidak monoton. Agar penonton tidak bosan saat menonton konten tersebut.

4.2.1.3 Video Reels Campursari Kota Lama

Video reels Campursari Kota Lama menggunakan *sound music* Hajatan Jawa *no copy right*, dengan durasi 1 menit 3 detik. Video ke-tiga mengalami perubahan sebagai berikut:

Tabel 4. 3 *Final SSG* Campursari Kotalama

No	Perubahan	Perancangan Awal	Hasil	Alasan
1.	Deskripsi	• Shot seorang musisi memainkan alat musik tradisional • Shot wanita muda yang berdiri di depan panggung studio (mengenakan kebaya)	• Shot tersebut dihilangkan • Shot tersebut diganti dengan footage penampilan penyanyi Campursari dan suasana studio	Shot tersebut dihilangkan dan diganti dengan footage bangunan Kotalama Semarang
2.	Narasi	• "TVRI Jawa Tengah menghadirkan Campursari Kota Lama, program yang menghidupkan pesona musik tradisional dengan semangat masa kini • Nikmati harmoni campuran alat musik tradisional	• TVRI Jawa Tengah menghadirkan Campursari Kota Lama, program yang mengkolaborasikan kekayaan musik tradisional dengan semangat modern • Nikmati perpaduan musik tradisional modern yang	Perubahan naskah <i>voice over</i> untuk menyesuaikan dengan footage saat pengeditan

		dan modern dalam pertunjukan yang memikat hati, dengan suara merdu yang membawa kita kembali pada akar budaya.	mempesona di Campursai Kotalama	
3.	Durasi	1 menit 5 detik	1 menit 3 detik	-
4.	Musik	<i>MUSIC ILUSTRATION- Background Vibes No Copyright</i>	<i>Sound music</i> Hajatan Jawa	-

4.2.1.4 Video Reels Bakso Kuah

Pada konten ke-empat berdurasi 1 menit 37 detik, proses produksi ini dibantu oleh satu pegawai TVRI Elthon dan talent mahasiswa praktik dari UNNES yaitu Rizky, Marchella, Nessa dan kameramen Zhafira. Video ini terdapat penambahan *effect* dan deskripsi sebagai berikut:

Tabel 4. 4 *Final SSG* Bakso Kuah

No	Perubahan	Perancangan Awal	Hasil	Alasan
1.	Deskripsi	Tidak terdapat shot talent anak sekolah makan bakso	Menambahkan shot talent anak sekolah sedang memakan bakso kuah di studio TVRI Jawa Tengah	Penambahan footage tersebut untuk memberikan kesan suasana santai anak sekolah yang sedang menonton acara

				Bakso Kuah.
2.	Durasi	1 menit 15 detik	1 menit 37 detik	Karena adanya penambahan footage anak sekolah yang memakan bakso
3.	Musik	<i>MUSIC ILUSTRATION- Backsound Vibes No Copyright</i>	<i>Sound Music</i> semangat energik	-
4.	Effect	Tidak ada <i>effect animation</i> ataupun <i>sound effect</i>	• Menambahkan animasi asap • Sound effect Woww • Sound effect gliter ring rise dan animasi bintang • Sound effect klik	• Penambahan <i>sound effect</i> dan stiker untuk memberikan kesan yang santai sesuai dengan adegan talent, agar audiens dapat merasakan apa yang dialami talent

4.2.1.5 Video Reels Ngaji Bareng Kyai

Konten *reels* Ngaji Bareng Kyai berdurasi 1 menit 53 detik. Talent yang berperan di dalam video tersebut ialah Artha Azis dan Novina, sedangkan kameramen yaitu penulis (Putri Rista). Pada konten ke-lima mengalami penambahan *effect* dan perubahan SSG sebagai berikut:

Tabel 4. 5 *Final SSG* Ngaji Bareng Kyai

No	Perubahan	Perancangan Awal	Hasil	Alasan
1.	Deskripsi	Shot scene 2: Shoot A Duduk sambil memainkan ponselnya, dengan wajah bimbang di tengah dunia maya. Shoot ekspresi wajah bimbang. Shoot memperlihatkan layar ponsel, menampilkan feed media sosialnya. Shot scene 3: Di tempat duduk taman A sendiri, N berjalan di taman, melihat A dan menghampiri kemudian duduk Shot masing-masing wajah Shot scene 4: Shot A duduk didalam ruangan, Shot membuka laptop yang ada di atas meja, Shot layar	Shot scene 2: Ditaman memperlihatkan seorang remaja perempuan melamun melihat HP Shot scene 3: Dihampiri temanya dan bertanya Shot scene 3: Terdapat statmen dari Pak Kyai pengisi program Ngaji Bareng Kyai Shot scene 4: melihat keseruan syuting Ngaji Bareng Kyai Shot scene 5: Shot kameramen di stduio Shot scene 6: Kembali ke taman Shot scene 7:	Penambahan adegan tersebut untuk menyesuaikan target audiens dan menarik minat remaja untuk menonton konten Ngaji Bareng Kyai. Penggantian SSG yang baru tidak hanya bersifat dramatik, tetapi juga memperkenalkan program secara langsung dengan menampilkan sosok Kyai, proses produksi, dan ajakan terlibat sebagai audiens. Ini memberi bobot dokumenter sekaligus promosi langsung yang jelas. Lebih efektif untuk promosi

		laptop dan mencari Ngaji Bareng Kyai, Shot ekspresi ragu, Shot program Ngaji Bareng Kyai Shot ekspresi memperhatikan dengan sungguh-sungguh. Shot scene 5: Shot laptop dan terdengar suara Kyai yang membuat A tersadar. Shot scene 6: Di gazebo sore hari A duduk tersenyum memandangi langit dan memegang dadanya shot scene 7: Shot A yang duduk melihat pemandangan sekitar Suara <i>voice over</i>	Menunjukkan cara mendaftar audiens Ngaji Bareng Kyai	program, lebih ringkas dan efisien untuk mendapatkan alur tanpa kehilangan makna.
2.	Narasi	Narasi scene 2: "kenapa ya, padahal followersku banyak, like juga banyak, tapi kok rasanya ada	"Kamu kenapa? Lagi galau?" "Iyaneh aku bingung, mau ikut kajian tapi	Perubahan narasi pada SSG karena lebih relevan untuk audiens Gen Z dan Milenial, gaya

	yang kurang ya. kenapa ini? Narasi scene 3: A, kamu kenapa toh? Udah lama banget kamu tak lihat ngelamun terus. Udah pernah coba datang ke pengajian? A: "Pernah kok, tapi mungkin untuk saat ini aku belum siap deh dateng buat dengerin kayak gitu" N: "Atau coba kamu dengerin "Ngaji Bareng Kyai" ada kok di YouTube mungkin bisa bikin pikiran kamu lebih tenang Narasi scene 6: "MUNGKIN, YANG AKU CARI BUKAN DI LUAR SANA, TAPI, DI SINI..DALAM HATI" Narasi scene 7:	dimana ya?" "oalahh, sini aku cariiin" Nah disini kamu bisa ikut dengerin kajian walaupun online" "penceramahnya seru nggak? kayak bikin ngantuk gitu nggak? aku suka bosan soalnya" "Enggak dong, seruk kok. Kalau buat gen Z topiknya pasti relate kok" "nih coba dengerin langsung dari pak kyai nya" "wahh seru banget ternyata, ada mahasiswanya jugaa" "Oiya, kalo kamu atau grup pengajian orang tuamu mau ikut acara ini bisa loh	percakapan yang lebih ringan dan natural, Narasi baru memakai bahasa yang lebih kasual dan relatable: "lagi galau?", "seru nggak?", "aku suka bosan soalnya". Ini menciptakan kesan dekat dan menghilangkan jarak antara konten dan penonton muda. Program jadi terasa sebagai teman, bukan sekadar tontonan formal. Memberikan solusi yang praktis dan jelas dengan menunjukkan buka Instagram, klik linktree, daftar jadi audiens. Ini mendorong interaksi langsung dengan penonton dan memberikan
--	---	---	---

		”TEMUKAN KEDAMAIAN DAN PENCERAHAN MELALUI ILMU DAN KEBERSAMAAN. SAKSIKAN NGAJI BARENG KYAI DI TVRI JAWA TENGAH”	jadi audiensnya, " oiya? gimana tuh caranya?" "caranya kamu buka instagram TVRI Jawa Tengah, klik linktre, terus pilih informasi dan pendaftaran audience Ngaji Bareng Kyai. B: "wah mudah yaa, okeyy otw kasih tau temen-temen nih buat ikut kajian bareng"	call to action yang jelas dibanding versi lama yang hanya membangun kesadaran emosional.
3.	Durasi	1 menit 21 detik	1 menit 53 detik	
4.	Musik	<i>MUSIC ILLUSTRATION- Backsound Vibes No Copyright</i>	Musik suasana cerah	
5.	Effect	Tidak ada <i>effect animation</i> ataupun <i>sound effect</i>	• <i>Effect blurring</i> • Menambahka animasi kucing menguap • <i>Effect animasi wow</i>	•

			dan sound effect wow	
--	--	--	----------------------	--

4.2.1.6 Video Reels KROMATIS (Keroncong Romantis)

Pada perubahan SSG konten KROMATIS untuk meningkatkan relevansi konten TV, karena setting awal yang di gazebo dan bersifat romantis tidak langsung menunjukkan keterkaitan dengan TVRI. Sementara Lokasi di belakang studio TVRI langsung menguatkan konteks bahwa ini adalah produksi local TVRI Jawa Tengah.

Tabel 4. 6 *Final SSG KROMATIS (Keroncong Romantis)*

No	Perubahan	Perancangan Awal	Hasil	Alasan
1.	Deskripsi	- Gazebo di senja hari, shoot seorang pria sedang memainkan gitar ukulele dan ditemani dengan seorang wanita - Shoot ekspresi wanita yang tersenyum - Shoot keduanya yang saling pandang dan gerakan tubuh seakan hanyut dalam alunan. - Shoot di gazebo yang ramai dengan anak muda sedang melihat	- Memperlihatkan pemain keroncong yang sedang latihan bersama di belakang studio tvri jawa tengah - Shoot pemain cello - Shoot ini diganti oleh pemain keroncong anak-anak yang mengajak sedulur TVRI Jawa Tengah untuk menonton KROMATIS di TVRI Jawa Tengah	Perubahan deskripsi SSG karena meningkatkan relevansi konteks TV, untuk keselarasan dengan branding program.

		YouTube TVRI Jawa Tengah dan mendengarkan musik keroncong dengan laptop.		
2.	Narasi	• "Dalam alunan keroncong, terdapat cerita yang tak pernah usai, dibalut sebuah harmoni dari masa lalu yang tetap hidup hingga kini" • "TVRI Jawa Tengah mempersembahkan KROMATIS (Keroncong Romantis). Sebuah persembahan alunan musik keroncong yang penuh rasa"	• Selamat datang di KROMATIS Keroncong Romantis, program spesial yang menyajikan alunan indah musik keroncong dengan nuansa penuh cinta dan nostalgia • Yuk! kita tanya harapan untuk musik Keroncong ke depan	Perubahan narasi yang lebih informatif karena langsung menyapa "selamat datang" Bahasa yang digunakan lebih ramah dan komunikatif untuk memperkuat tujuan promosi program
3.	Durasi	1 menit 10 detik	1 menit 15 detik	-
4.	Musik	• <i>MUSIC ILLUSTRATION- Backsound Vibes No Copyright</i>	• Musik Keroncong	

5.	Effect	• Tidak ada <i>effect</i>	<i>Effect bluring</i> di awal opening, <i>Effect mix, pull in, pull out, Cinematic open, swish whoosh, keyboard typing, magic reveal,</i>	Penambahan <i>effect, sound effect</i> menyesuaikan dengan musik atau <i>beat</i> agar memikat <i>audiovisual</i> dan dapat menambah fokus penonton dan memperbaiki footage yang kurang sempurna
----	---------------	---	---	--

4.2.1.7 Video Reels KETOPRAK MILENIAL

Video *reels* Ketoprak Milenial berdurasi 1 menit 7 detik ini berisi tentang penjelasan tentang program Ketoprak Milenial yang dikemas secara menarik dan pada video ini mengalami penambahan *sound effect, transision* dan perubahan SSG sebagai berikut:

Tabel 4. 7 *Final SSG* Ketoprak Milenial

No	Perubahan	Perancangan Awal	Hasil	Alasan
1.	Deskripsi	▪ Seorang anak muda yang duduk di gardu pandang sambil membawa	• Shot ini dihilangkan dan diganti dengan footage	• Penggantian ini untuk menarik audiens agar tertarik pada detik awal konten

		smartphone dan tidak sengaja melihat sesuatu di HP nya ▪ Tanya-tanya dengan anak muda tentang harapan agar ketoprak diminati di kalangan remaja	kameramen dan persiapan para pemain ketoprak di studio. • Shot ini diganti dengan cuplikan seru pemain ketoprak yang berisikan guyonan dan ditutup dengan adegan pemain ketoprak menari mengenakan pakaian wayang	• Penghilangan shot tersebut untuk memaksimalkan promosi konten terhadap program Ketoprak Milenial dengan footage di studio
2.	Durasi	1 menit	1 menit 7 detik	Karena adanya penambahan footage guyonan
3.	Musik	<i>MUSIC ILUSTRATION- Backsound Vibes No Copyright</i>	Gamelan Gending Jawa (Remix)	<i>Backsound</i> gamelan gending jawa sesuai dengan program Ketoprak Milenial

				ditambah sedikit sentuhan remix
4.	Effect	Tidak ada	<i>Opening jingle, fun and exciting, ketawa ngakak, anime wow sound, tepuk tangan,ding the answere is come, wush, Mix, split graffiti, left, flashback,</i>	Menambahkan daya tarik visual sehingga penonton tidak bosan, dan memperkuat cerita untuk menekankan momen dan menggambarkan perubahan suasana dalam video.

4.2.1.8 Video Reels MUSIK KITA

Pada video *reels* ke-delapan yaitu Musik Kita memiliki durasi 1 menit 4 detik dengan tambahan latar musik yaitu Musik Band Barbozete B.M, dan mengalami perubahan SSG dan penambahan *sound effect, transision, stiker* sebagai berikut:

Tabel 4. 8 *Final SSG* Musik Kita

No	Perubahan	Perancangan Awal	Hasil	Alasan
1.	Deskripsi	Musisi sedang diwawancarai dengan latar diatas panggung. Dan menampilkan aksi panggungnya.	Bagian ini dihilangkan dan diganti dengan footage band perform	karena hilangnya audio rekaman jadi suara yang dihasilkan dari rekaman video terlalu banyak noise
2.	Durasi	1 menit 10 detik	1 menit 4 detik	Durasi berubah karena pengaruh

				dihilangkannya footage saat wawancara dengan vokalis band
3.	Musik	<i>MUSIC ILUSTRATION- Backsound Vibes No Copyright</i>	Musik Band Barbozete B.M	<i>Backsound</i> ini dipilih karena menyesuaikan ritme atau beat dalam pengeditan
4.	Effect	Tidak ada	Penambahan transisi pada perpindahan scene, meliputi transisi <i>Mix, Pull in II, Rorate CW II, Horizontal triptych, TV flickers, Open.</i> Penambahan <i>effect: Open up,</i> Penambahan <i>stikers:</i> emoji kacamata, topi, bintang Penambahan <i>sound effect:</i> <i>Discover Items,</i> <i>Decision, Ding,</i> <i>The Answer is correct, wush</i>	Penambahan <i>effect,</i> <i>transisi</i> , untuk menjaga tempo dan ritme video agar tidak monoton, terutama pada bagian band perform yang cukup panjang

			untuk penutup pada logo TVRI Jawa Tengah	
--	--	--	--	--

4.2.1.9 Video Reels DIALOG PUBLIK

Pada konten *reels* Dialog Publik berdurasi 1 menit 11 detik dengan *backsound Music Motivation For Success by TimTajno copyright*. Adapun perubahan deskripsi, narasi, durasi pada SSG dan penambahan *sound effect*, *transision* sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Final SSG Dialog Publik

No	Perubahan	Perancangan Awal	Hasil	Alasan
1.	Deskripsi	Shot scene 1: PROGRAM APA AJA SIH, YANG BISA DISAKSIKAN DI TVRI JWA TENGAH? Shot scene 2: di kantin TVRI Jawa Tengah yang ramai Shot scene 3: Di depan kantin sedang duduk santai Shot scene 4: A terlihat sedang memandangi handphone	Shot scene 1: Shot cuplikan berita seputar masalah pendidikan, ekonomi, dan kebijakan sosial. Shot scene 2: Narasumber dan host di studio News Shot scene 3: Memperlihatkan tim produksi teknik saat acara Dialog Publik berlangsung Shot scene 4: Shot	Perubahan <i>Shoot</i> pada <i>Sequence Guide</i> dilakukan untuk memfokuskan konten pada promosi program acara <i>Dialog Publik</i> secara lebih spesifik dan terarah. Fokus utama diarahkan pada tahapan penting dalam proses produksi, termasuk persiapan tim produksi,

		Shot scene 5: Di suatu ruangan kantor Shot scene 6: Memperlihatkan sedang menonton TVRI Jawa Tengah melalui live streaming Youtube TVRI Jawa Tengah menggunakan laptop Shot scene 7: Terlihat sedang melihat dengan seksama dan mendiskusikan	perbincangan Narasumber dan host di studio Shot scene 5: Cuplikan acara Dialog Publik yang sudah tayang dengan tema "Cukai Ilegal, Siapa Yang Rugi" Shot scene 6: Cuplikan acara Dialog Publik yang sudah tayang dengan tema "Pengembangan Agrowisata Berbasis UMKM" Shot scene 7: Cuplikan acara Dialog Publik yang sudah tayang dengan tema "Pelaksanaan Program MBG Di Kota Semarang"	
2.	Narasi	Narasi scene 3: A: "Eh kalian udah lihat belum berita tentang Petani Sukses	Narasi scene 2: "Dalam dunia yang terus berkembang, memahami	Narasi pada <i>Standar Sequence Guide</i> karena menyesuaikan dengan fokus baru

	yang berhasil panen melon super manis? Katanya hasil panennya bisa dijual keluar negeri!” B: “wah keren banget ya! Jadi pengen punya kebun melon juga.” C: ”Tapi kan, nggak semua orang bisa sukses jadi petani. Perlu modal yang besar dan pengetahuan yang cukup” Narasi scene 4: A: ”menurutku, kesuksesan petani itu bisa jadi inspirasi buat kita semua, terutama anak muda. Kita bisa juga jadi pengusaha pertanian.	persoalan pembangunan yang sedang terjadi bukanlah pilihan tapi kebutuhan.” Narasi scene 3: ”Program Dialog Publik hafir untuk membahas secara mendalam berbagai masalah penting yang sedang dihadapi masyarakat saat ini. Mulai dari ekonomi, pendidikan, kesehatan, hingga kebijakan sosial. Narasi scene 4: ”Dengan menghadirkan narasumber yang ahli dan kompeten, TVRI berkomitmen menyajikan informasi yang jelas, akurat, dan bermanfaat.	konten, yaitu promosi program <i>Dialog Publik</i> secara lebih spesifik dan mendalam. Narasi sebelumnya bersifat umum dan kurang menonjolkan keunggulan serta proses produksi dari program tersebut. Narasi baru ini dirancang agar lebih informatif, komunikatif, dan mampu menggambarkan profesionalisme serta nilai penting dari program <i>Dialog Publik</i>, sehingga dapat menarik perhatian dan membangun kepercayaan audiens terhadap acara tersebut.
--	--	---	---

	B: "tapi gimana kalau gagal? Kan risikonya besar." C: "iyaa, jadi petani itu kan kerja keras, belum tentu cocok buat semua orang." Narasi scene 5: A: "eh, besok Selasa sore kan ada program dialog public di TVRI Jawa Tengah tentang pertanian modern, kita nonton bareng yuk." B: "boleh juga tuh, siapa tahu bisa dapat ide bisnis baru." C: "wah jadi penasaran sama teknologi-teknologi pertanian terbaru" Narasi scene 7: B: "Wah jadi makin keren ya petani jaman	Narasi scene 5: Lebih dari sekedar tayangan, Dialog Publik adalah ruang terbuka bagi masyarakat untuk ikut terlibat dalam diskusi dan membangun masa depan bersama." Narasi scene 7: "Saksikan Dialog Publik, karena suara anda penting untuk masa depan Indonesia.	
--	---	---	--

		now” C: ”iyanih untungnya ada Dialog Publik jadi kita bisa tahu isu terkini yang sedang trending.” A: ”nah di program Dialog Publik TVRI Jawa Tengah banyak loh membahas isu isu yang berkembang di masyarakat saat ini, jadi pastinya selalu update.” B: ”bener banget, dan nontonnya pun mudah banget bisa lewat Youtube gini jadi bisa nonton kapan aja deh”		
3.	Durasi	1 menit 40 detik	1 menit 11 detik	
4.	Musik	<i>MUSIC</i> <i>ILUSTRATION-</i> <i>Backsound Vibes</i> <i>No Copyright</i>	<i>Music Motivation</i> <i>For Success by</i> <i>TimTaj</i>	
5.	Effect	Tidak	<i>Transision vintage</i>	Penambahan ini

			<i>screening, Mix,</i>	lebih simpel untuk menyesuaikan dengan gaya atau target audiens
--	--	--	------------------------	---

4.2.1.10 Video Reels AGOGO (Asyik Goyang-Goyang)

Video *reels* terakhir dengan judul program AGOGO (Asik Goyang-Goyang) memiliki total durasi 1 menit 10 detik dengan latar musik Geboy Mujaer dari Ayu Ting-Ting. Pada video *reels* ini mengalami perubahan deskripsi dan juga narasi sebagai berikut:

Tabel 4. 10 *Final SSG* AGOGO

No	Perubahan	Perancangan Awal	Hasil	Alasan
1.	Deskripsi	Shot scene 2: A melamun di depan cermin kamar mandi Shot scene 3: B menghampiri A dan menepuk pundaknya Shot scene 4: Sedikit kaget dan menjawab Shot scene 5: Berjalan menuju studio 1 TVRI Jawa tengah Shot scene 6: Transisi	Shot scene 2: Cuplikan cepat band perform Shot scene 3: Shot penyanyi dari dua band Shot scene 4: Shot dua penyanyi duet dengan audio asli Shot scene 5: Menampilkan band perform Shot scene 6: Host interaksi dengan band Shot scene 7:	Perubahan <i>Shoot</i> pada <i>Sequence Guide</i> karena menghindari kebosanan dari penonton terlebih pada adegan yang banyak dialog dan terkesan bertele-tele.

		membuka pintu yang memperlihatkan suasana studio Shot scene 7: Shot penyanyi, Shot gitaris, Shot drummer, Shot kendang Shot scene 8: Shot kru berjoget, Shot kamera master Shot scene 9: Shot panggung dari atas Shot scene 10: A dan B keluar dari pintu studio 1 dan berbicara dengan kamera	Shot pemain piano Shot scene 8: <u>Shot gitaris dengan audio asli</u> Shot scene 9: <u>Shot penyanyi band rock</u> Shot scene 10: <u>Menampilkan semua pemain musik dalam band</u>	
2.	Narasi	Narasi scene 3: A: “Ngapain bro?” Narasi scene 4: B: “Pusing bro, malem minggu kerjaan seabrek” A: “Wah harusnya kamu	Narasi scene 3: Musik Kita, program music seru di TVRI Jawa Tengah Narasi scene 4: Menampilkan bakat-bakat music local berbagai genre Narasi scene 5:	Perubahan narasi pada <i>Sequence Guide</i> untuk menyelaraskan antara adegan dengan point yang disampaikan penulis terkait promosi program

	semalem sambil jogetin liat AGOGO bro” B: “Wah cocok tu bro buat orang yang pagi haha hihi malem feeling lonely” B: “Nah kebetulin nih bro” A: “Kebetulan! Apa tuh” B: ”Di Studio kan hari ini lagi rekaman AGOGO, liat yuk!” Narasi scene 8: Hai sedulur! Lagi suntuk? Bosan dengan rutinitas? Yuk, kita goyang-goyang bareng AGOGO! Narasi scene 9: VO: Dijamin bikin hari-harimu jadi lebih asik! Narasi scene 10: A: nah seru	Program ini memberikan panggung bagi Musisi daerah untuk mempersembahkan karya mereka Narasi scene 6: Gimana?? Keren-keren kan penampilan Musisi Jawa Tengah	Agogo.
--	--	--	---------------

		banget kan lur! B: lagu-lagu yang dibawakan juga lagu terbaru A: dan pastinya bikin kita jadi semangat buat lanjut kerja		
3.	Durasi	1 menit 24 detik	1 menit 10 detik	
4.	Musik	<i>MUSIC</i> <i>ILLUSTRATION-</i> <i>Backsound Vibes</i> <i>No Copyright</i>	Geboy Mujaer – Ayu TingTing	
5.	Effect	Tidak	• Penambahan transision floodlight, black fade, pull out, mix, pull in, pull out, paper unfould, long exposure, glowburst,	Dengan adanya transisi dapat menambah daya tarik visual sehingga penonton tertarik untuk menonton dari awal hingga akhir konten.

4.2.2 Produksi

Pada tahap produksi, penulis merencanakan pelaksanaan proses *shooting* untuk pembuatan video *reels* sebagai bagian dari konten yang telah dirancang pada tahap pra produksi. Sebelum proses *take video* dilakukan, diperlukan adanya koordinasi dan kerjasama yang baik antara penulis, *talent*, Serta *videographer*. Untuk memastikan kelancaran dan efektivitas proses produksi, penulis terlebih dahulu mengadakan sesi *briefing* yang bertujuan menyamakan persepsi terkait konsep, alur pengambilan gambar, ekspresi

yang diharapkan dari *talent*, serta aspek teknis lainnya seperti pencahayaan, *angel* kamera, dan durasi pengambilan gambar. Sesi *briefing* ini menjadi langkah penting untuk memastikan semua pihak yang terlibat memahami peran dan tanggung jawab masing-masing, sehingga proses produksi dapat berjalan sesuai dengan rencana dan hasil yang optimal. Proses *shooting* pertama dilakukan pada tanggal 15 Oktober 2024. Penulis juga terlibat langsung dalam melakukan proses pengambilan gambar agar *visual* yang dihasilkan sesuai dengan naskah dan *storyboard* yang telah dibuat.

Tabel 4. 11 Tanggal dan Tempat Pengambilan Gambar

No	Judul Video	Tempat Pelaksanaan	Waktu Pelaksanaan
1.	Mengapa Harus TVRI Jawa Tengah?	- Kantor TVRI Jawa Tengah - Ruang Berita - Ruang Teknik - Lorong TVRI JATENG	14 Januari 2025
2.	Yuk! Nonton TVRI Dengan 1 Genggaman	- <i>Smooking area</i> TVRI Jawa Tengah - Lorong TVRI Jawa Tengah - Lobi TVRI Jawa Tengah	9 Januari 2025
3.	Campursari Kota Lama	Studio TVRI Jawa Tengah, Kotalama Semarang	6 Februari 2024
4.	Bakso Kuah	Studio TVRI Jawa Tengah	15 Oktober 2024
5.	Ngaji Bareng Kyai	Studio TVRI Jawa Tengah, Taman Peleburan Semarang	26 Desember 2024
6.	KROMATIS (Keroncong Romantis)	Studio TVRI Jawa Tengah	10 Oktober 2024
7.	Ketoprak Milenial	Studio TVRI Jawa Tengah	24 Desember 2024
8.	Musik Kita	Studio TVRI Jawa Tengah	3 Oktober 2024
9.	Dialog Publik	Studio News TVRI Jawa Tengah	27 November 2024
10.	AGOGO	Studio TVRI Jawa Tengah	25 September 2024

Proses pengambilan video memerlukan waktu yang cukup lama karena penulis menghadapi kendala pada jadwal program siaran yang terbatas di akhir tahun, khususnya pada bulan Desember, hal ini disebabkan oleh adanya penutupan buku

tahunan yang menyebabkan jumlah siaran menjadi sangat sedikit. Oleh karena itu, penulis berupaya untuk melakukan pengambilan gambar sebelum akhir tahun Desember dan melanjutkannya setelah pergantian tahun, agar tetap mendapatkan materi yang dibutuhkan.

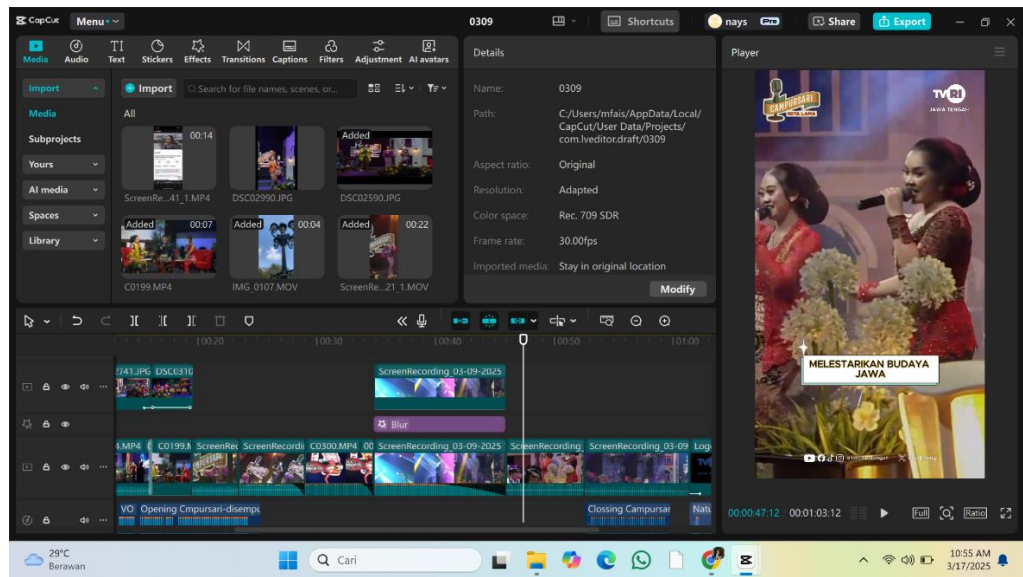


Gambar 4. 1 Tahapan Produksi

4.3 Tahap Pascaproduksi

4.3.1 Editing

Pada tahap pascaproduksi, penulis melakukan editing dengan menggunakan aplikasi Capcut. proses ini penulis melakukan editing penambahan rekaman suara untuk mengisi *voice over* pada konten *reels* yang telah dibuat. *Voive over* diperlukan untuk mengisi suara di beberapa *scene*, seperti pada tampilan opening, tampilan *screen recorder* cara menonton program TVRI Jawa Tengah melalui Youtube, *screen recorder* tata cara mendaftar audiens program, menjelaskan setiap program pada konten *reels*. Pada proses editing, penulis memindahkan hasil rekaman video dari kamera dan *smartphone* ke dalam laptop untuk kemudian memotong bagian yang tidak perlu digunakan untuk mempersingkat durasi penayangan agar mendapatkan visual dan durasi yang baik, lalu menggabungkan video dan menambahkan penyisipan transisi, gambar *ilustrasi*, *sound effect*, pemasangan teks pada video untuk memperjelas kalimat yang diucapkan *voice over*.



Gambar 4. 2 proses editing konten

Berikut merupakan proses editing pada setiap konten dan tambahan elemennya:

Tabel 4. 12 Proses Editing Setiap Konten

No	Judul Program	Musik <i>Backsound</i>	<i>Sound Effect</i>	<i>Sticker Effect</i>	<i>Transisi</i>
1.	Mengapa Harus TVRI Jawa Tengah?	<i>Backsound aesthetic music, rewind sound effect</i>	Sound effect Wuoww!, Sound effect tepuk tangan	emoji bosan Emoji tanda tanya ???, <i>Smartphone</i> , Gambar Youtube klik sibbscribe, tepuk tangan	Transisi left, Floodlight, Mix, Paper unfould
2.	Yuk! Nonton TVRI 1 Genggaman	<i>Music Live with Fashion</i>	sound effect sorak Yaeyy!, Sound effect Wooww! Sound effect cling muncul, Sound effect lonceng	Panah bintang Subscribe, YouTube, TV	Mix, pull in, comix cut

			subscribe		
3.	Campursari Kotalama	<i>Sound</i> hajatan Jawa	<i>Woosh wind, swiftly and forcefully slide, magic reveal, natural sound system</i>	Bintang, note, lamp, pesawat kertas	Transision open, mix
4.	Bakso Kuah	<i>Sound music energetic</i>	Sound effect Woww, Sound effect gliter ring rise ,Sound effect klik	Stiker asap, stiker bintang,	Blurring, mix,
5.	Ngaji Bareng Kyai	Musik suasana cerah	<i>Opening sound logo, swish, Prun A cute and soft, anime wow sound effect, natural sound</i>	Sticker anak kecil mengaji, kucing, menguap, smartphone, sticker wow, panah	Open, Mix, black fade,
6.	Kromatis	Musik keroncong	<i>Cinematic open, swish whoosh, kyboard typing, magic reveal,</i>	-	Mix, pull out, pull in, bubble blurr, Apps switch,
7.	Ketoprak Milenial	Gamelan Gending	<i>Opening</i>	Semua huruf judul	Mix, split graffiti, left,

		Jawa (Remix)	<i>jingle, fun and exciting, ketawa ngakak, anime wow sound, tepuk tangan, ding the answer is come, wush</i>	KETOPRAK MILENIAL, sticker penari, kucing marah. Tepuk tangan	flasback,
8.	Musik Kita	Musik Band Barbozete B.M	<i>sound effect: Discover Items, Decision, Ding, The Answer is correct, wush untuk penutup pada logo TVRI Jawa Tengah</i>	emoji kacamata, topi, bintang	<i>transisi Mix, Pull in II, Rorate CW II, Horizontal triptych, TV flickers, Open.</i>
9.	Dialog Publik	<i>Music Motivation For Success by TimTaj</i>	<i>Camera klik, whoosh cinema, wush</i>	Penambahan stickers bintang kedip,	<i>Transision vintage screening, Mix, penambahan effect Garbled Graffiti, blur</i>
10.	AGOGO	Geboy Mujaer- Ayu TingTing	<i>Magic bell movement of video subtitles, Sh!</i>		<i>Mix, glowburst, glowburst II, long exposure, paper unfold,</i>

			<i>Sound of scratching something, shout and swiftly flash, transition, glitter/run up/rise. wush</i>	<i>pull out, pull in, black fade, floodlight</i> Penambahan effect fireball
--	--	--	--	--

4.3.2 Ulasan Klient Terhadap Hasil Produksi

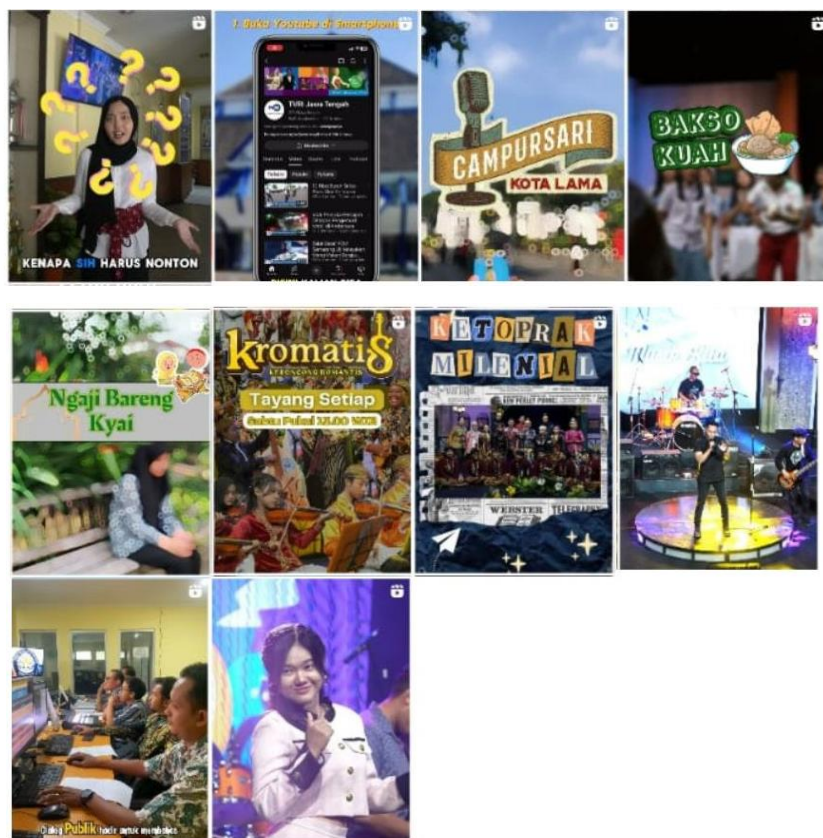
Setelah melalui tahap editing, penulis menyerahkan hasil video yang telah diedit kepada klien, Asadullah, selaku Ketua Tim Konten Media Baru TVRI Jawa Tengah, pada tanggal 11 Maret 2025. Beliau menyampaikan bahwa video yang dibuat sangat banyak, dan beliau senang dapat membantu Tugas Akhir penulis serta berkontribusi dalam pengisian konten media social TVRI Jawa Tengah. Video yang dibuat juga sudah sesuai dengan durasi yang diinginkan klien yaitu 1 menitan dan tidak lebih dari 2 menit karena ditakutkan penonton bosan melihatnya, namun ada sedikit permintaan untuk menambahkan footage, berikut bentuk rview dari klien melalui media WhatsApp:



Gambar 4. 3 Rview Klient

4.4 Publikasi

Setelah semua video *reels* tersebut sudah selesai tahap editing dan *review*, kemudian dilanjutkan dengan proses publikasi di akun Instagram @tvrijawatengah yang diunggah oleh Asadullah selaku Kepala Tim Konten Media Baru yang mengelola semua media sosial di TVRI Jawa Tengah. Publikasi konten pertama dilakukan pada tanggal 12 Maret 2025 dengan jadwal publikasi sebelum jam program siaran tayang. Semua caption penulis buat sendiri dengan menggunakan hastag #ProgramTVRIJateng pada setiap konten yang diunggah.



Gambar 4. 4 Publikasi Konten Reels

Berikut hasil publikasi sepuluh konten *reels* yang di unggah pada platform Instagram @tvrijawatengah.

4.4.1 Hasil Publikasi Konten 1 (Mengapa Harus TVRI Jawa Tengah?)



Gambar 4. 5 Hasil Konten Mengapa Harus TVRI Jawa Tengah?

Konten pertama diunggah pada 12 Maret 2025 pukul 11.00 WIB. Dan melakukan analisis interaksi pada 19 Maret 2025, dengan link (<https://www.instagram.com/tvrijawatengah/reel/DHFdNgiSu8z/?hl=en>) selama satu minggu penayangan penulis menganalisis interaksi audiens terhadap konten *reels* ini sebagai berikut.

Caption “Haloo Lurrr! TVRI Jawa Tengah hadir dengan Program, konten lokal yang fresh dan relevan loh buat anak muda. Dari budaya kekinian sampai info terbaru seputar Jawa Tengah, semua ada di sini. Yuk, tonton TVRI Jateng dan jadi anak muda yang up-to-date tapi gak lupa sama akar budaya!

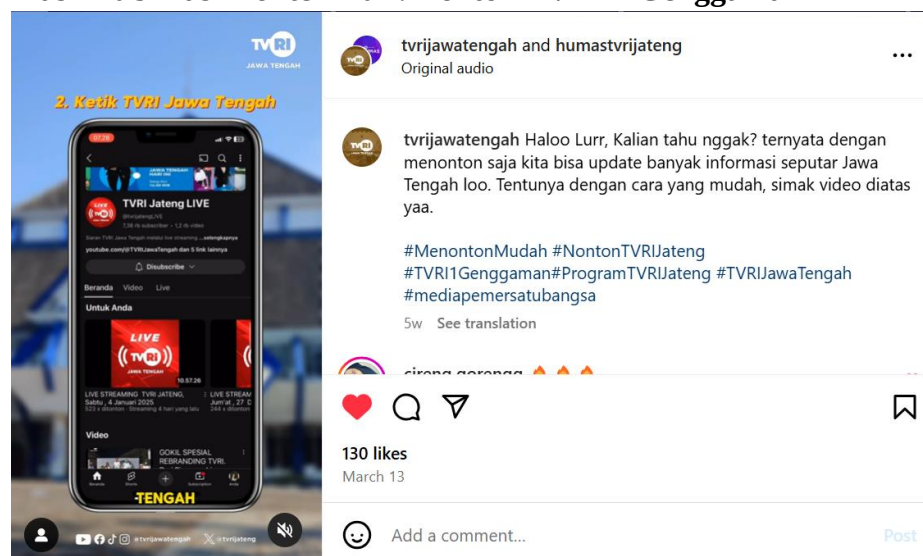
[#AnakMudaJateng](#) [#BudayaJateng](#) [#ProgramTVRIJateng](#) [#TVRIJawaTengah](#) [#TVRIJateng](#) [#mediapemersatubangsa](#)”

- a) Penonton : 4,758 penonton
- b) Suka : 165 suka
- c) Komentar : 46 komentar
- d) Disimpan : 2
- e) Dibagikan : 30



Gambar 4. 6 Hasil Komentar konten 1

4.4.2 Hasil Publikasi Konten Yuk! Nonton TVRI 1 Genggaman



Gambar 4. 7 Hasil Konten Yuk! Nonton TVRI 1 Genggaman

Konten ke-dua diunggah pada 13 Maret 2025 pukul 11.00 WIB, dan melakukan analisis insight pada 20 Maret 2025, dengan link (<https://www.instagram.com/tvrijawatengah/reel/DHICLbfyMu1/?hl=en>) selama satu minggu penayangan penulis menganalisis interaksi masyarakat terhadap konten *reels* ini sebagai berikut.

Caption “Haloo Lurr, Kalian tahu nggak? ternyata dengan menonton saja kita bisa update banyak informasi seputar Jawa Tengah loo. Tentunya dengan cara yang mudah, simak video diatas yaa.
[#MenontonMudah](#) [#NontonTVRIJateng](#) [#TVRI1Genggaman](#)[#ProgramTVRIJateng](#) [#TVRIJawaTengah](#) [#mediapemersatubangsa](#)”

- a) Penonton : 2,511 penonton
- b) Suka : 125 suka
- c) Komentar :29 komentar
- d) Disimpan : -
- e) Dibagikan : 25



Gambar 4. 8 Hasil Komentar Konten 2

4.4.3 Hasil Publikasi Konten Campursari Kota Lama



Gambar 4. 9 Hasil Konten Campursari Kota Lama

Konten program Campursari Kota Lama diunggah pada 17 Maret 2025 pukul 14.00 WIB, penulis melakukan analisis insight selama satu minggu pada 24 Maret 2025 dengan link (<https://www.instagram.com/tvrijawatengah/reel/DHSoNy2qi3z/?hl=en>), penulis menganalisis interaksi masyarakat terhadap konten ini sebagai berikut.

Caption “Campursari Kota Lama: Menghidupkan Kenangan dengan Senandung Indah di Suasana Kota Lama yang Klasik 🎵🏡 Program yang menghadirkan bintang tamu legendaris, viral, dan inspiratif 😊 Saksikan Campursari Kota Lama setiap Senin, pukul 19.00 WIB selama bulan Ramadhan dan pukul 17.00 WIB setelah bulan Ramadhan di TVRI Jawa Tengah dan di YouTube [#TVRIJawaTengah](#) 📺👍 [#CampursariKotaLama](#) [#ProgramTVRIJateng](#) [#TVRIJateng](#) [#MediaPemersatuBangsa](#)”

- a) Penonton : 1,323 penonton
- b) Suka : 107 suka
- c) Komentar : 17 komentar
- d) Disimpan : 1
- e) Dibagikan : 23



Gambar 4. 10 Hasil Komentar Konten 3

4.4.4 Hasil Publikasi Konten BAKSO KUAH



Gambar 4. 11 Hasil Konten BAKSO KUAH

Pada program Bakso Kuah (Bakat Anak Sekolah dan Kuliah) diunggah pada 18 Maret 2025 pukul 16.30 WIB, dan melakukan analisis insight selama satu minggu pada 25 Maret 2025 dengan link (<https://www.instagram.com/tvrijawatengah/reel/DHVepTgKrgO/?hl=en>). Penulis menganalisis interaksi Masyarakat terhadap konten *reels* ini sebagai berikut.

Caption “Halo Lurr! 🤪 Ada salah satu program seru nih di TVRI Jawa Tengah! BAKSO KUAH! 🍷🍌 Yuk simak videonya dan temukan

jawabannya, kenapa sih namanya Bakso Kuah? 😊 Saksikan Bakso Kuah setiap Sabtu pukul 15.00 WIB dan Minggu pukul 13.00 WIB di [#TVRIJawaTengah!](#) 📺

[#BaksoKuah](#) [#ProgramTVRIJateng](#) [#ProgramSeru](#) [#talentshow](#) [#pensisma](#) [#pentasseni](#) [#TVRIJateng](#) [#mediapemersatubangsa](#)”

- a) Penonton : 1,798 penonton
- b) Suka : 102 suka
- c) Komentar : 14 komentar
- d) Disimpan : 1
- e) Dibagikan : 10



Gambar 4. 12 Hasil Komentar Konten 4

4.4.5 Hasil Publikasi Konten Ngaji Bareng Kyai



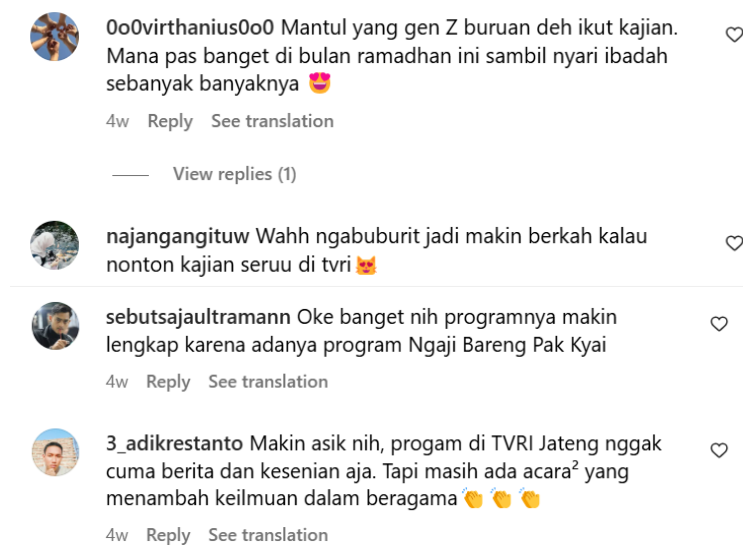
Gambar 4. 13 Hasil Konten Ngaji Bareng Kyai

Konten program Ngaji Bareng Kyai diunggah pada 20 Maret 2025 pukul 15.00 WIB, penulis menganalisis konten ke-lima selama satu minggu, dan mengambil insight pada 27 Maret 2025, dengan link (<https://www.instagram.com/tvrijawatengah/reel/DHajjqQqlkm/?hl=en>) Penulis menganalisis interaksi Masyarakat terhadap konten *reels* ini sebagai berikut.

Caption “Ngaji Bareng Kyai, program religi inspiratif di TVRI Jawa Tengah! 📺 ✨ Ingin menjadi bagian dari audiensnya? 😊 Tonton videonya sekarang! 📺 Jangan ketinggalan! 📺 Program Ngaji Bareng Kyai setiap hari Selasa & Jumat pukul 19.00 WIB selama Ramadhan dan pukul 17.00 WIB setelah Ramadhan. 📺 Saksikan semua program TVRI Jawa Tengah di televisi 📺 maupun di Youtube Streaming [#tvrijateng](#) [#NgajiBarengKyai](#) [#ngajibareng](#) [#kajianislam](#) [#jumatberkah](#) [#pengajian](#) [#ProgramTVRIJateng](#) [#TVRIJawaTengah](#) [#mediapemersatubangsa](#)”

- a) Penonton : 1,499 penonton
- b) Suka : 75 suka
- c) Komentar : 11 komentar
- d) Disimpan : 1

e) Dibagikan : 13



Gambar 4. 14Hasil Komentar Konten 5

4.4.6 Hasil Publikasi Konten KROMATIS



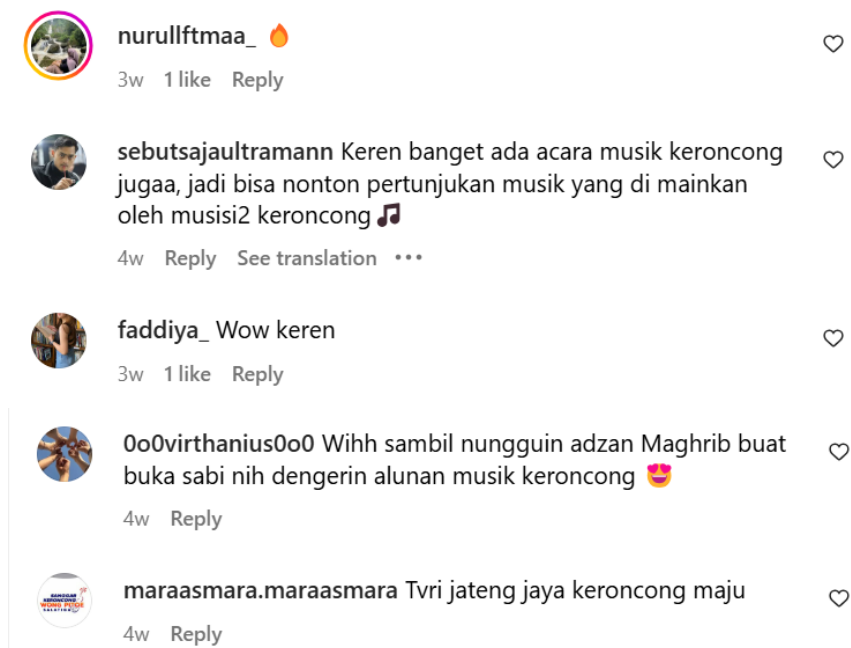
Gambar 4. 15 Hasil Konten KROMATIS

Konten program Kromatis (Keroncong Romantis) diunggah pada 22 Maret 2025 pada pukul 11.00 WIB, dan pada 29 Maret 2025 penulis melakukan pengambilan data insight selama satu minggu, dengan link (<https://www.instagram.com/tvrijawatengah/reel/DHfbNq1KAJh/?hl=en>)

Penulis menganalisis interaksi Masyarakat terhadap konten *reels* ini sebagai berikut.

Caption “Halo Lurr! ☐Jangan lewatkan KROMATIS, Keroncong Romantis yang akan menghibur hari Sabtumu! ☐☐ Keroncong tidak hanya untuk orang tua aja loh! ☐ Tonton videonya dan saksikan bakat adik-adik hebat ini! ☐ Saksikan Kromatis setiap hari Sabtu, pukul 13.00 WIB di layar televisi maupun di Youtube streaming [#TVRIJateng](#) ☐☐ [#Kromatis](#) [#KeroncongRomantis](#) [#KeroncongIndonesia](#) [#Nostalgia](#) [#ProgramTVRIJateng](#) [#TVRIJawaTengah](#) [#MediaPemersatuBangsa](#)

- a) Penonton : 1,007 penonton
 - b) Suka : 87 suka
 - c) Komentar : 9 komentar
 - d) Disimpan : 2
- Dibagikan : 9



Gambar 4. 16 Hasil Komentar Konten 6

4.4.7 Hasil Publikasi Konten Ketoprak Milenial



Gambar 4. 17 Hasil Konten Ketoprak Milenial

Program Ketoprak Milenial diunggah ke platform Instagram pada 9 Mei 2025 pada pukul 14.00 WIB. Penulis kemudian melakukan pengambilan data insight terhadap konten tersebut selama periode satu minggu, mulai pada 17 Mei 2025. Konten yang dianalisis dapat diakses melalui tautan berikut:

(https://www.instagram.com/reel/DJbI6G4REUt/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA). Penulis menganalisis bentuk interaksi Masyarakat terhadap konten *reels* tersebut dengan hasil sebagai berikut.

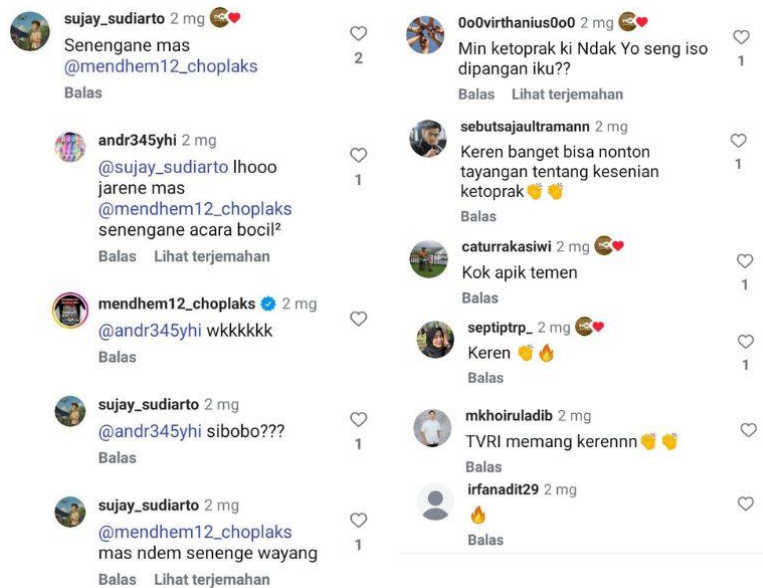
Caption: Ketoprak Milenial Tradisi bertemu inovasi! Saksikan pertunjukan ketoprak dengan sentuhan modern yang dimainkan oleh generasi muda penuh semangat. Program ini hadir sebagai ruang ekspresi dan pelestarian budaya, sekaligus jembatan antara warisan Jawa Tengah dengan gaya kekinian.

Setiap Jumat | Pukul 15.00 WIB

Hanya di #TVRIJawaTengah

Mari dukung seni tradisional agar tetap hidup, kreatif, dan dekat di hati anak muda! ❤️ #KetoprakMilenial #ProgramTVRIJateng #Programbudaya #BudayaUntukGenerasi #TVRIJateng #mediapemersatubangsa

- a) Penonton : 1,602 penonton
- b) Suka : 113 suka
- c) Komentar : 15 komentar
- d) Disimpan : -
- e) Dibagikan : 18



Gambar 4. 18 Hasil Komentar Konten 7

4.4.8 Hasil Publikasi Konten Musik Kita



Gambar 4. 19 Hasil Konten Musik Kita

Konten Program Musik Kiita telah diunggah ke platform Instagram pada tanggal 14 Mei 2025 pukul 09.50 WIB. Selanjutnya, penulis mulai melakukan pengambilan data insight terhadap konten tersebut selama rentang waktu satu minggu, terhitung sejak 20 Mei 2025. Konten tersebut dapat diakses melalui tautan berikut:

(https://www.instagram.com/reel/DJng5jiqXDi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA) analisis interaksi masyarakat sebagai berikut:

Caption: MUSIK KITA! Tempat musisi Jawa Tengah unjuk bakat! Panggung seru buat kamu penikmat musik lokal & karya anak muda! Setiap Rabu, Pukul 13.00 WIB Hanya di #TVRIJawaTengah Tonton langsung di TV atau streaming dari mana saja! Dukung musisi muda, rasakan semangatnya!

#MusikPASTA #MusikKita #ProgramMusik #MusisiJawaTengah #MusisiMuda #ProgramTVRIJateng #TVRIJateng #MediaPemersatuBangsa

- a) Penonton : 1,212 penonton
- b) Suka : 66 suka
- c) Komentar : 6 komentar
- d) Disimpan : -
- e) Dibagikan : 1



Gambar 4. 20 Hasil Komentar Konten 8

4.4.9 Hasil Publikasi Konten Dialog Publik



Gambar 4. 21 Hasil Konten Dialog Publik

Konten Dialog Publik dipublikasikan pada 16 Mei 2025 pukul 13.00 WIB. Penulis kemudian mengamati respons dan interaksi masyarakat selama satu minggu yaitu pada 23 Mei 2025 melalui tautan berikut: (https://www.instagram.com/reel/DJtE1tZqs5m/?utm_source=ig_web_copy_link) dengan hasil sebagai berikut:

Caption: DIALOG PUBLIK hadir di TVRI Jawa Tengah untuk membahas isu-isu penting di masyarakat dari ekonomi, pendidikan, kesehatan, hingga kebijakan sosial. Bersama narasumber yang ahli, mari kita pahami persoalan dan cari solusinya bersama. Saksikan DIALOG PUBLIK Setiap Rabu Pukul 17.00 WIB di TV ataupun Youtube streaming

#TVRIJawaTengah #DialogPublik #ProgramTVRIJateng #Dialoginteraktif
#TVRIJateng #mediapemersatubangsa

- a) Penonton : 953 penonton
- b) Suka : 64 suka
- c) Komentar : 3 komentar
- d) Disimpan : -
- e) Dibagikan : -



Gambar 4. 22 Hasil Komentar Konten 9

4.4.10 Hasil Publikasi Konten AGOGO



Gambar 4. 23 Hasil Konten AGOGO

Pada tanggal 17 Mei 2025 pukul 15.00 WIB, konten program Musik Kita telah dipublikasikan melalui platform Instagram TVRI Jawa Tengah. Mulai 24 Mei 2025, penulis melakukan pemantauan dan pengumpulan data insight terhadap konten tersebut selama satu minggu. Tautan konten dapat diakses di (https://www.instagram.com/reel/DJvuqSwx_D0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==) Analisis hasil interaksi sebagai berikut:

Caption: AGOGO~~Asik...Goyang...Goyang! Sore-sore paling pas ditemenin AGOGO! Dangsutnya dapet, hiburannya mantab! Minggu pukul 17.00 WIB hanya di TVRI Jawa Tengah!

#AGOGO #DangsutTVRI #Musikdangdut #asikgoyang #ProgramTVRIJateng #TVRIJateng #mediapemersatubangsa

- a) Penonton : 1,698 penonton
- b) Suka : 78 suka
- c) Komentar : 11 komentar
- d) Disimpan : -
- e) Dibagikan : 2 bagikan



Gambar 4. 24 Hasil Komentar Konten 10

4.5 Analisis Data

Dari sepuluh konten *reels* yang membahas tentang program-program siaran TVRI Jawa Tengah, dan telah di publikasikan melalui Instagram @tvrijawatengah. berikut penjabaran interaksi dari setiap video yang telah di publikasikan.

Tabel 4. 13 Tabel Analisis Data *Insight*

No	Judul	Tanggal Publikasi	Jumlah Like	Jumlah Komen	Jumlah Tayangan
1.	Mengapa Harus TVRI Jawa Tengah?	12 Maret 2025	165 Likes	46 Komen	4,758 Penonton

2.	Yuk! Nonton TVRI Dalam 1 Genggaman	13 Maret 2025	125 Likes	29 Komen	2,511 Penonton
3.	Campusari Kota Lama	17 Maret 2025	107 Likes	7 Komen	1,323 Penonton
4.	BAKSO KUAH	18 Maret 2025	102 Likes	14 Komen	1,798 Penonton
5.	Ngaji Bareng Kyai	20 Maret 2025	75 Likes	11 Komen	1,499 Penonton
6.	KROMATIS	22 Maret 2025	87 Likes	9 Komen	1,007 Penonton
7.	Ketoprak Milenial	9 Mei 2025	113 Likes	15 Komen	1,602 Penonton
8.	MUSIK KITA	14 Mei 2025	66 Likes	6 Komen	1,212 Penonton
9.	Dialog Publik	16 Mei 2025	64 Likes	3 Komen	953 Penonton
10.	AGOGO	17 Mei 2025	78 Likes	11 Komen	1,698 Penonton

Data ini diperoleh setelah satu minggu setelah penayangan konten *reels* di platform media sosial TVRI Jawa Tengah. Berdasarkan hasil yang terkumpul, terlihat bahwa konten pertama “Mengapa Harus TVRI Jawa Tengah?” mendapat perhatian paling besar dari audiens, dengan total 4.758 penonton. Hal ini disebabkan karena judul konten mengandung kata tanya “Mengapa” dan penekanan “Harus” yang mungkin menarik perhatian penonton untuk mencari tahu jawaban didalam video. Interaksi penonton dalam bentuk komentar diantaranya dari akun @bybagussetiawan: *“Saya dan keluarga selalu nonton TVRI Jateng”*, adapun dari akun @0o0vithanius0o0 : *“Wah cocok nih bagi anak muda yang males nonton tv jaman sekarang, bias nih langsung ke YouTube nya kalo mau nonton hehehe thanks min buat infonya”* dari beberapa komentar tersebut menunjukkan bahwa konten pembuka bersifat informatif untuk memperkenalkan peran TVRI Jawa Tengah yang memiliki banyak program menarik, dan konten tersebut cukup berhasil dalam menarik minat penonton.

Selanjutnya, konten kedua "Yuk! Nonton TVRI Dalam 1 Genggaman" menempati posisi kedua dalam jumlah penayangan, dengan total 2.511 penonton. Meskipun mendapatkan sedikit tayangan dari konten pertama, angka ini masih cukup signifikan dan menunjukkan bahwa penonton tetap tertarik dengan konten yang membahas kemudahan akses layanan TVRI melalui perangkat digital. Hal

ini ditunjukkan pada beberapa komentar dari akun @memoramalia :*“wahh praktis banget jadi ngga ketinggalan programnya deh”*, dan akun @hestichyfn : *“wah bias nonton dimanapun kalo gini”* adanya komentar tersebut karena judul video yang memancing interaksi untuk ikut melakukan apa yang talent lakukan, seperti membuka aplikasi YouTube dan menonton tayangan TVRI Jawa Tengah.

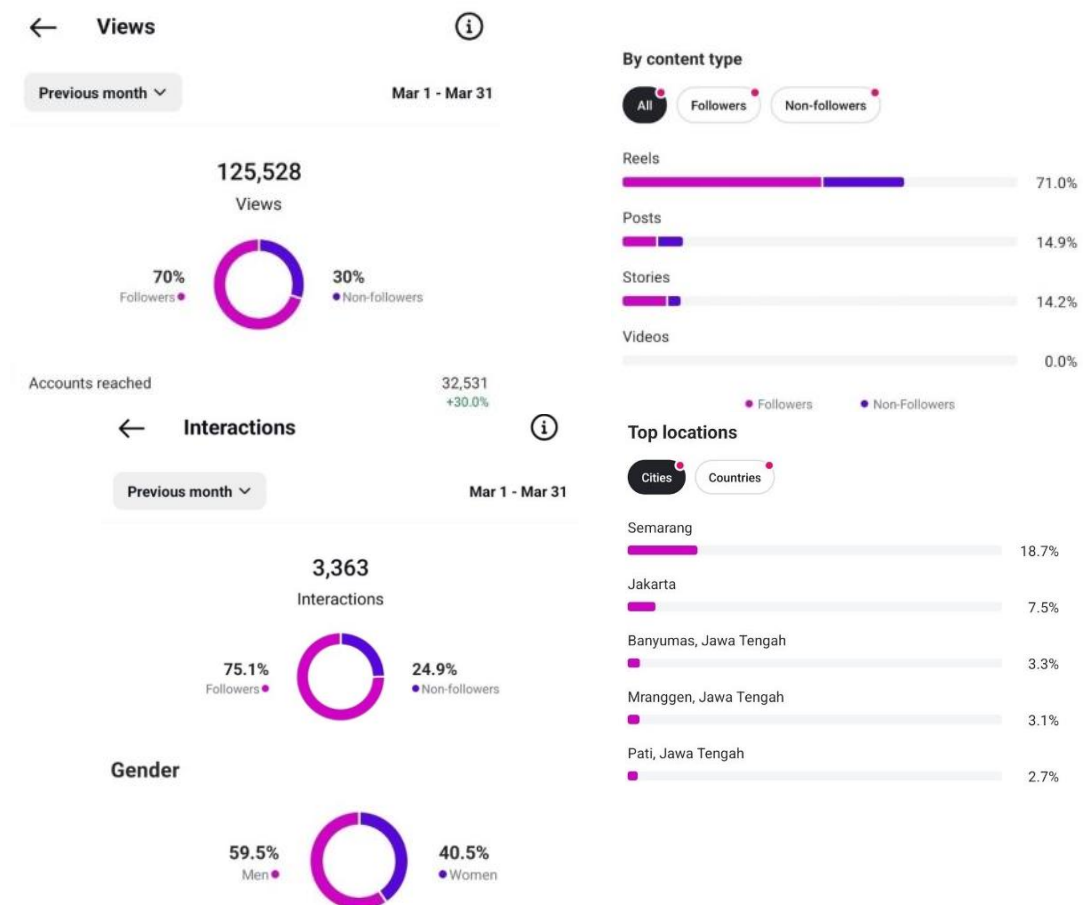
Namun, pada konten ketiga "Campursari Kota Lama", terjadi penurunan cukup drastis dalam jumlah penonton, yakni hanya mencapai 1.323 penonton. Penurunan ini bisa jadi disebabkan oleh kurangnya ketertarikan audiens terhadap tema budaya lokal tertentu yang disajikan, atau mungkin karena penyajian kontennya kurang sesuai dengan *preferensi* mayoritas pengguna media sosial.

Menariknya, tren penayangan kembali mengalami peningkatan pada konten keempat, yaitu "Bakso Kuah", yang menargetkan segmen penonton remaja dan anak sekolah. Konten ini mendapatkan respon positif dari audiens yang lebih muda, salah satu komentar dari akun @sebutsajaultramann: *“Makan bakso sambil nonton pertunjukkan keren nih”*. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan yang relevan dengan minat anak muda mampu menjangkau lebih banyak penonton. Ini menjadi indikator penting bahwa konten dengan tema ringan dan dekat dengan bakat remaja cenderung lebih mudah viral dan menarik perhatian. Namun demikian, pada konten keenam berjudul "KROMATIS" jumlah tayangan kembali menurun. Hal ini bisa disebabkan karena kurang menjadi bahan evaluasi, terutama dalam hal bagaimana cara membungkus konten budaya tradisional agar tetap relevan dan menarik bagi generasi muda. Konten seperti ini mungkin memerlukan pendekatan kreatif agar tidak hanya mengedukasi, tetapi juga menghibur.

Peningkatan kembali pada konten ke-sepuluh berjudul "Agogo", yang berhasil meraih 1.698 penonton. Kenaikan ini menandakan bahwa konten yang menyajikan hiburan dengan pendekatan yang ringan dan menyenangkan masih memiliki daya tarik tersendiri bagi audiens. Secara keseluruhan, pola penayangan ini menunjukkan bahwa keberhasilan suatu konten tidak hanya bergantung pada tema yang diangkat, tetapi juga pada cara penyampaian dan kesesuaian dengan segmentasi pasar. Konten yang menyasar kalangan remaja, serta disampaikan

dengan gaya yang relevan dan mudah dicerna, cenderung memperoleh jangkauan dan respons yang lebih baik. Oleh karena itu, dalam perencanaan konten ke depan, penting untuk memperhatikan demografi audiens serta preferensi mereka agar setiap konten yang dipublikasikan mampu menjangkau lebih luas dan memberikan dampak yang maksimal.

Selain berdasarkan hasil *insight* dari setiap konten *reels*, Penulis juga mengamati interaksi selama bulan Maret. Pada bulan tersebut, terdapat enam konten yang sudah di publikasikan di Instagram @tvrijawatengah, dengan total penayangan mencapai 125,528 *views*. Angka ini menunjukkan peningkatan dibandingkan bulan Februari yang mencatat 121,513 *viewers*. Konten *reels* menjadi jenis konten yang paling banyak ditonton oleh para pengikut.

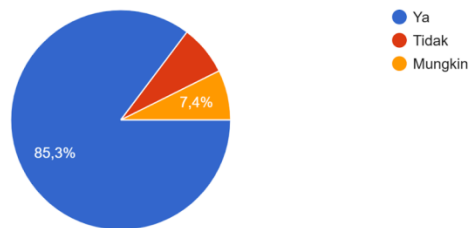


Gambar 4. 25 Analisis data bulan Maret

Selama bulan Maret, Instagram TVRI Jawa Tengah mendapatkan total interaksi sebanyak 3.363, yang berasal dari 75,1% *followers* dan 24,9% *non followers*. Angka ini menunjukkan kenaikan dibandingkan dengan bulan Februari yang memperoleh 2.572 interaksi, dari 80% *followers* dan 20% *non followers*. Dari segi demografi, pengunjung didominasi oleh laki-laki sebesar 59,5%, sedangkan perempuan sebesar 40,5%. Lokasi terbanyak berasal dari kota Semarang, dengan persentase mencapai 18,7%. Peningkatan ini tidak terlepas dari keberhasilan pengunggahan konten *reels* yang diunggah untuk memperkenalkan program-program unggulan TVRI Jawa Tengah. Konten-konten singkat ini terbukti mampu menarik perhatian, tidak hanya dari pengikut, tapi juga dari pengguna yang sebelumnya belum mengikuti akun Instagram @tvrijawatengah. *reels* menjadi jembatan yang berhasil untuk menjangkau *audiens* lebih luas dan membangun ketertarikan terhadap tayangan TVRI Jawa Tengah. Melalui strategi ini, kesadaran masyarakat terhadap program siaran pun semakin meningkat, sekaligus memperkuat eksistensi TVRI Jawa Tengah di ranah digital, khususnya media sosial.

Selain mengukur dari interaksi kesepuluh konten *reels* yang telah diunggah di akun Instagram @tvrijawatengah, penulis juga melakukan survei untuk mengetahui tingkat *awareness* masyarakat terhadap program siaran TVRI Jawa Tengah. Survei ini ditujukan kepada masyarakat yang berdomisili di wilayah Jawa Tengah yang aktif menggunakan media sosial khususnya Instagram, dengan kelompok usia produktif atau generasi muda, sesuai dengan target audiens dari konten promosi yang dipublikasikan. Kuesioner ini berhasil mengumpulkan 68 responden. Berikut hasil survei yang telah dilakukan penulis.

Apakah Anda pernah melihat video konten TVRI Jawa Tengah yang menjelaskan program-programnya di media sosial?
68 jawaban



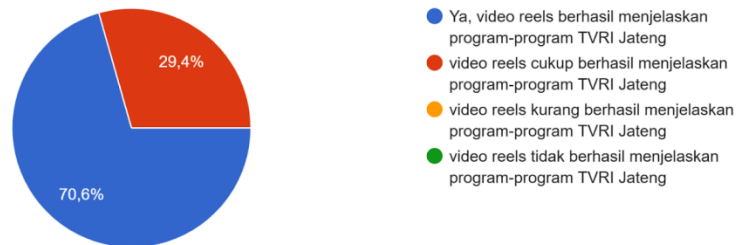
Gambar 4. 26 Diagram pengetahuan responden akan program yang dipublikasi

Berdasarkan diagram yang ditampilkan, sebanyak 85,3% dari total 68 responden menyatakan pernah melihat video konten TVRI Jawa Tengah yang menjelaskan program siarannya di media sosial. Sementara itu, 7,4% responden menyatakan mungkin pernah melihatnya. Dari segi demografi, mayoritas responden berusia 17-22 tahun (66,2%), diikuti oleh usia 26-35 tahun (26,5%). Selain itu, responden didominasi oleh perempuan sebesar 60,3%, sedangkan laki-laki sebanyak 39,7%.

Dalam survei yang dilakukan, penulis menanyakan kepada responden mengenai sumber informasi yang mereka peroleh terkait video konten tersebut. Sebanyak 59 dari 68 responden menyatakan mengetahui video konten melalui media sosial Instagram. Selanjutnya, 18 responden mengetahui informasi tersebut dari rekomendasi teman. Responden berasal dari berbagai kabupaten/kota di Jawa Tengah, dengan mayoritas berasal dari Kota Semarang, Kab. Semarang, Demak, Grobogan, Kendal.

Menurut Anda, apakah video reels pendek tersebut berhasil menjelaskan program-program TVRI Jawa Tengah dengan jelas?

68 jawaban



Gambar 4. 27 Diagram Keberhasilan penjelasan Program melalui video

Pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan video *reels* pendek dalam menjelaskan program-program siaran TVRI Jawa Tengah secara jelas. Hasilnya menunjukkan 70,5% responden menyatakan bahwa video *reels* berhasil menjelaskan program-program TVRI Jateng. Sementara itu, 29,4% responden menyatakan bahwa video *reels* cukup berhasil menjelaskan program-program TVRI Jateng. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa pembuatan video pendek mampu menarik perhatian audiens sekaligus berhasil menyampaikan informasi mengenai program siaran TVRI Jawa Tengah secara efektif.

Setelah menonton reels tersebut, apakah Anda jadi lebih tertarik untuk menonton program-program TVRI Jawa Tengah?

68 jawaban



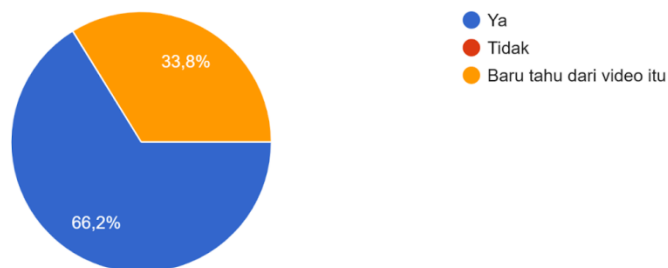
Gambar 4. 28 Diagram Ketertarikan Responden untuk menonton TVRI Jateng

Hasil kuesioner menunjukkan tingginya persentase responden yang sangat tertarik sebanyak 60,3%. Hal ini membuktikan penyampaian informasi melalui media singkat seperti *reels* berhasil, dibandingkan metode promosi konvensional.

Sementara itu, 25% responden yang tertarik, serta 14,7% yang cukup tertarik, ini menunjukkan bahwa *reels* tetap memberi pengaruh untuk meningkatkan ketertarikan responden.

Apakah Anda jadi tahu cara mudah menonton TVRI Jawa Tengah hanya dengan satu genggam (misalnya dengan *smartphone* live streaming YouTube)?

68 jawaban

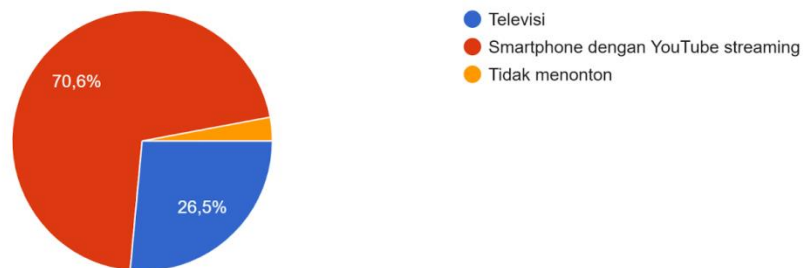


Gambar 4. 29 Diagram Pengetahuan responden menonton TVRI dengan mudah

Pertanyaan ini diajukan untuk mengetahui sejauh mana responden memahami kemudahan dalam menonton siaran TVRI Jawa Tengah melalui perangkat genggam, seperti *smartphone*, dengan memanfaatkan fitur *live streaming* di YouTube. Dari total 68 responden, sebanyak 66,2% menjawab “Ya”, yang berarti mereka sudah mengetahui cara mudah menonton TVRI Jawa Tengah melalui perangkat tersebut. Sementara 33,8% responden menyatakan bahwa mereka baru mengetahui dari video tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memahami cara menonton TVRI Jawa Tengah secara praktis melalui perangkat *smartphone*. Dan video pendek yang ditayangkan juga berhasil memberi informasi baru kepada sepertiga responden yang sebelumnya belum mengetahui cara tersebut.

media mana yang paling nyaman menurut Anda untuk menonton TVRI Jawa Tengah?

68 jawaban



Gambar 4. 30 Diagram Media Pilihan Responden untuk Menyaksikan TVRI Jawa Tengah

Hasil kuesioner media paling nyaman untuk menonton TVRI Jawa Tengah, pertanyaan ini diajukan untuk mengetahui media apa yang dianggap paling nyaman oleh responden dalam menonton siaran TVRI Jawa Tengah. Dari total 68 responden, memperoleh hasil sebanyak 70,5% responden memilih “*smartphone dengan YouTube streaming*” sebagai media yang paling nyaman. Sebanyak 26,5% responden memilih “*televisi*” sebagai media yang paling nyaman untuk menonton. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih menonton TVRI Jawa Tengah melalui *smartphone* dengan kanal *YouTube streaming* dibandingkan dengan televisi konvensional. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran preferensi media di kalangan penonton, yang kini lebih menyukai *platform digital yang fleksibel* dan dapat diakses kapan saja melalui perangkat genggam.

4.6 Hasil Peningkatan Awareness

Berdasarkan hasil survei pra-produksi awal yang mendapat 101 responden menunjukkan bahwa *awareness* masyarakat terhadap program TVRI Jawa Tengah, khususnya melalui media konvensional, masih rendah. Banyak responden belum mengetahui program-program TVRI Jawa Tengah secara umum, hanya sedikit yang familiar dengan program berita utama, dan persentase yang sangat kecil mengetahui program lainnya. Selain itu, 76,2% responden belum menyadari bahwa program TVRI Jawa Tengah dapat diakses melalui kanal YouTube.

Namun, setelah implementasi strategi promosi, hasil survei pasca-produksi yang mendapat 68 responden menunjukkan peningkatan *awareness* yang signifikan. Strategi promosi menggunakan Instagram *reels* terbukti berhasil meningkatkan kesadaran dan jangkauan audiens, khususnya di kalangan generasi muda Jawa Tengah. Mayoritas responden (85,3%) sudah familiar dengan konten video TVRI Jawa Tengah di media sosial, dan ini didorong oleh format *reels* yang ringkas dan menarik.

Survei ini menegaskan bahwa video *reels* berhasil dengan baik dalam menjelaskan program siaran (70,5% responden menyatakan berhasil) dan menarik perhatian audiens secara signifikan (60,3% sangat tertarik). Ini membuktikan bahwa metode promosi digital, khususnya melalui konten video pendek, lebih berhasil dibandingkan pendekatan konvensional dalam menyampaikan informasi dan membangun ketertarikan. Survei ini juga menunjukkan bahwa adanya pergeseran preferensi media yang jelas di kalangan penonton. Sebanyak 70,5% responden memilih *smartphone* dengan YouTube *streaming* sebagai media paling nyaman untuk menonton TVRI Jawa Tengah, mengungguli televisi konvensional. Hal ini menegaskan pentingnya TVRI Jawa Tengah untuk terus mengoptimalkan platform digital dan menyesuaikan diri dengan kebiasaan menonton audiens yang kini lebih menyukai aksesibilitas dan fleksibilitas perangkat genggam.

4.7 Keberlanjutan (*Sustainability*)

Setelah melalui proses evaluasi secara menyeluruh, penulis menyimpulkan bahwa TVRI Jawa Tengah sebaiknya mengembangkan konten yang lebih menarik dan informatif, serta mampu menjelaskan program-program yang di produksi oleh TVRI Jawa Tengah dengan jelas. Konten tersebut perlu disesuaikan dengan karakteristik masing-masing program serta minat dari audiens yang menjadi target, agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan mudah. Selain itu, penting bagi TVRI Jawa Tengah untuk konsisten mempublikasikan konten secara rutin, dengan tema yang relevan dan sesuai dengan program siaran yang sedang atau akan ditayangkan. Pemanfaatan fitur interaktif seperti polling, Q&A seputar program, kolom komentar, dan ajakan berpartisipasi (*call to action*) juga dapat

membantu membangun kedekatan dan keterlibatan *audiens* dengan TVRI Jawa Tengah.

4.8 Hambatan

Dalam upaya mencapai keberhasilan project, penulis menghadapi beberapa kendala selama proses praproduksi, produksi, hingga pascaproduksi. Adapun hambatan-hambatan tersebut dijelaskan sebagai berikut.

4.8.1 Praproduksi

Pada tahap praproduksi, penulis mengalami kendala terkait alat perekam video. Awalnya, *handphone* pribadi yang akan digunakan rusak menjelang proses produksi. kemudian penulis sempat mencoba menggunakan *handphone* milik anggota keluarga, namun *handphone* tersebut kurang memadai untuk kebutuhan produksi. Untuk mengatasi hal tersebut, penulis memutuskan menyewa *handphone Iphone XR* agar dapat menghasilkan video dengan kualitas yang lebih baik.

4.8.2 Produksi

Penulis mengalami kendala dalam proses pengambilan video karena terbatasnya jadwal siaran di akhir tahun akibat penutupan buku tahunan, sehingga pengambilan gambar saat produksi program siaran harus dibagi sebelum dan sesudah pergantian tahun untuk memperoleh materi video yang dibutuhkan.

4.8.3 Pascaproduksi

Pada tahap pascaproduksi, penulis menghadapi kendala dalam proses editing video yang melibatkan pihak ke-tiga, yaitu editor. Proses editing yang memakan waktu cukup lama menyebabkan keterlambatan dalam mengunggah konten. Untuk mengatasi hal tersebut, penulis memutuskan untuk belajar mengedit video secara mandiri agar proses dapat berjalan lebih efisien. Namun, penulis kembali menghadapi kendala teknis karena perangkat laptop yang digunakan tidak mampu menjalankan aplikasi editing CapCut Pro dengan lancar. Selain itu, akun premium pada aplikasi tersebut sering

keluar secara tiba-tiba, sehingga menghambat proses penyuntingan. Untuk mengatasi kendala ini penulis menyewa laptop yang lebih memadai untuk keperluan editing dan membeli akses CapCut Pro selama dua bulan guna memperlancar proses pascaproduksi.