

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL

Bab ini membahas secara menyeluruh proses produksi video *company profile* yang dilaksanakan oleh penulis sebagai bagian dari tugas akhir. Pelaksanaan produksi ini didasarkan pada teori-teori dan metode yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, seperti konsep visual *public relations*, strategi produksi media, dan pendekatan komunikasi *persuasive*. Adapun pembahasan dibagi menjadi tiga subbagian utama, yaitu gambaran umum permasalahan, analisis masalah, dan tahapan produksi.

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

Dalam ranah komunikasi pemerintahan, penyebaran informasi publik memegang peranan penting dalam mewujudkan prinsip keterbukaan dan akuntabilitas kepada masyarakat. Namun demikian, kondisi empiris menunjukkan bahwa penyajian informasi oleh instansi pemerintah masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam hal penyajian konten yang menarik, komunikatif, dan mudah diakses oleh publik. Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Dinkominfoستاساندي) Kabupaten Purworejo, yang memiliki fungsi strategis dalam mendiseminasi informasi publik, belum sepenuhnya mengoptimalkan pemanfaatan media visual khususnya video *company profile*—sebagai instrumen komunikasi yang efektif. Keterbatasan tersebut menjadi dasar urgensi untuk memproduksi video *company profile* sebagai solusi strategis dalam memperkuat citra kelembagaan, meningkatkan transparansi informasi layanan, serta memperluas jangkauan komunikasi kepada masyarakat melalui pemanfaatan platform digital.

4.2 Analisis Masalah

Berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi dengan pihak Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Dinkominfoستاساندي) teridentifikasi sejumlah permasalahan utama yang menjadi hambatan dalam

optimalisasi proses diseminasi informasi kepada publik. Permasalahan tersebut antara lain mencakup keterbatasan dalam penggunaan media visual yang menarik, kurangnya konten informasi yang terstruktur dan mudah dipahami oleh masyarakat, serta minimnya pemanfaatan platform digital secara strategis untuk mendukung transparansi dan komunikasi dua arah antara pemerintah dan publik. Temuan ini menunjukkan perlunya strategi komunikasi yang lebih efektif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi, guna meningkatkan jangkauan dan efektivitas penyampaian informasi publik secara menyeluruh. Permasalahan yang pertama, belum tersedianya media informasi visual yang representatif mengenai profil instansi. Kedua, rendahnya literasi digital sebagian masyarakat membuat informasi tekstual menjadi kurang efektif. Ketiga, keterbatasan sumber daya internal dinas dalam memproduksi konten media menjadi tantangan tersendiri. Melalui analisis tersebut, penulis menyimpulkan bahwa pembuatan video *company profile* yang dikemas secara menarik dan profesional dapat menjadi solusi strategis dalam menjawab kebutuhan komunikasi publik. Video diharapkan mampu menampilkan informasi yang padat, komunikatif, dan sesuai dengan karakteristik target *audiens*.

4.3 Tahap Produksi

Sesuai analisis-analisis tersebut pelaksanaan *project* mulai melaksanakan perancangan *project* laporan tugas akhir yang hendak menjadi suatu produksi program *company profile* mengenai fungsi serta layanan-layanan Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Dinkominfoasandi) Kabupaten Purworejo. Di bawah ini ialah sejumlah tahapan pada perancangan:

4.3.1 Tahap Pra Produksi

Tahap pra produksi merupakan proses awal yang sangat krusial dalam perencanaan pembuatan video *company profile* Dinkominfoasandi Kab. Purworejo. Aktivitas dalam tahap ini meliputi identifikasi ide dasar, penyusunan naskah, perencanaan teknis, serta persiapan perlengkapan produksi. Proses dimulai dari penemuan ide atau gagasan utama yang relevan dengan tujuan komunikasi instansi, yaitu menyampaikan informasi publik secara menarik, informatif, dan representatif melalui media audio visual. Ide tersebut kemudian dikembangkan

melalui proses riset yang melibatkan pengumpulan data, observasi langsung, serta wawancara dengan pihak terkait. Hasil riset menjadi dasar dalam penyusunan naskah (script) yang mencakup struktur narasi, urutan visual, dan elemen pendukung lainnya seperti voice-over dan grafis.

Selanjutnya, dilakukan perencanaan teknis yang mencakup penjadwalan produksi (time schedule), penentuan lokasi pengambilan gambar, pemilihan talent dan kru produksi, serta perhitungan estimasi anggaran. Perencanaan ini bertujuan untuk mengoptimalkan sumber daya yang tersedia dan memastikan seluruh tahapan produksi dapat berjalan secara sistematis. Selain itu, pada tahap ini juga disiapkan seluruh kebutuhan administrasi dan teknis, seperti perizinan lokasi, penyusunan surat tugas, dan kelengkapan alat produksi. Dengan persiapan yang matang di tahap pra produksi, diharapkan pelaksanaan produksi berjalan sesuai rencana dan menghasilkan output video yang sesuai dengan standar kualitas yang diinginkan serta mendukung pencapaian tujuan strategis instansi dalam menyampaikan informasi publik kepada masyarakat secara luas.

4.3.2 Pasca Produksi

Tahapan produksi pada project ini adalah melaksanakan pengambilan video *company profile* secara langsung. Produksi video *company profile* ini dilaksanakan selama 2 hari yaitu pada tanggal 26 Mei 2025 – 27 Mei 2025, sepanjang pembuatan video *company profile* ini penulis didampingi oleh Mas Panji sebagai karyawan di bidang IKP di Dinkominfo dan Sandi Kab. Purworejo. Adapun langkah-langkah yang penulis lakukan sesuai dengan konsep yang telah dibuat sebagai berikut: Produksi Video *Company Profile* Upaya Dalam Penyebaran Informasi Publik Pada Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Dinkominfo dan Sandi) Kabupaten Purworejo. Proses produksi pada video *company profile* ini memiliki pembagian *jobdesc*, diantaranya:

Produser : Muhammad Nur Fauzi

Sutradara : Muhammad Nur Fauzi

Script Writer: Muhammad Nur Fauzi

Kameramen : Muhammad Nur Fauzi, Bagus Ramdhan, A.

Editor : Muhammad Nur Fauzi

Voice Over : Diah Asih Nur Purbawati

Dalam proses produksi *company profile* ini terdapat proses yang penulis lalui, yaitu: Pertama Proses Pemilihan Kamera, kamera yang digunakan oleh penulis dalam memproduksi video *company profile*. Kedua Persiapan Kamera Untuk mendapatkan kualitas video yang berkualitas serta bagus, maka kamera menggunakan *Lumix Panasonic GH5* dengan *lens equipment 14MM Panasonic F2,5*, *9MM panaLeica F1.7*, dan *25MM panaLeica F1.4* dilengkapi dengan penggunaan Stabilizier agar kualitas video lebih stabil.

1. Pengambilan Gambar (Shot)



Gabar 4. 1 Pengambilan Gambar (sumber : Dokumen Pribadi)

Pengambilan gambar pada Video *Company Profile* ini dilakukan di beberapa tempat pada Dinkominfoasandi Kabupaten Purworejo, seperti Halaman Depan Dinas, Ruangan Kepala Dinas, serta ruangan masing masing divisi yang terdapat pada Dinkominfoasandi Kab. Purworejo.

2. Camera Angel dan Frame Size

 Neira Anjar P., S.Kom, M.Eng Kordinator Sistem Informasi dan Kordinator P4d	<i>Eye Level</i> (kameranya setara dengan mata manusia agar penonton bisa merasakan ada di tempat yang serupa.)
	<i>Medium Close Up</i> (kameranya mencakup area dari batas kepala hingga dada bagian atas, untuk menunjukkan dan menegaskan profil individu.)
	<i>Low Angel</i> (posisi kamera di letakan di bawah objek serta kamera di <i>tilt up</i> mengarah ke objek yang hendak diambil) <i>Medium Long Shot</i> (menampilkan objek secara keseluruhan dan latar belakangnya, sehingga memperjelas hubungan antara objek dan konteks yang mengelilinginya.)

	<i>Wide Shot</i> (pengambilan gambar yang menampilkan seluruh tubuh subjek beserta latar belakangnya secara menyeluruh dalam satu frame.)
	<i>Medium Shot</i> (pengambilan gambar yang menampilkan subjek dari pinggang hingga kepala, digunakan untuk menonjolkan ekspresi wajah sekaligus bahasa tubuh dalam konteks ruang yang masih terlihat.)
	<i>Close Up</i> (mencakup area dari batas kepala hingga leher bagian bawah, yang memberikan gambar jelas suatu objek.)
	<i>High Angel</i> (Pengambilan gambar dilakukan dari atas objek, namun pada ketinggian yang lebih rendah dibandingkan dengan <i>bird view</i>. Tujuannya adalah untuk menciptakan kesan bahwa objek tersebut lemah dan tidak berdaya.)

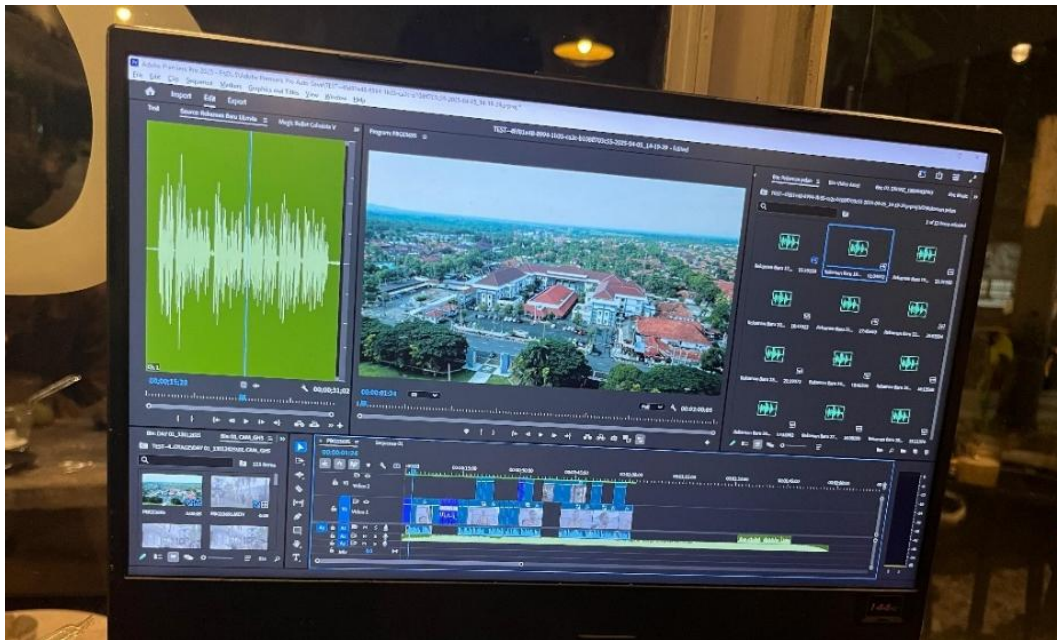
	<i>Extreme Long Shot</i> (pengambilan gambar yang memperlihatkan subjek dari jarak yang sangat jauh, sehingga lingkungan atau latar menjadi dominan.) <i>Bird View</i> (Pengambilan gambar dilakukan dari ketinggian di atas objek yang di rekam, bertujuan untuk menampilkan objek-objek tersebut dalam keadaan yang terkesan lemah, sehingga dapat membangkitkan rasa iba dari penonton.)
--	---

Gabar 4. 2 Camera Angel dan Frame Size

4.3.3 Pasca Produksi

Pasca produksi yakni tahap terakhir yang penulis lakukan pada proses pembuatan *Video Company Profile*. Tahap ini nantinya akan menentukan hasil dari *Video Company Profile* yang dibuat, maka dibutuhkan editing yang mumpuni guna menciptakan hasil karya *Video Company Profile* yang berkualitas agar pesan yang disampaikan dalam video mudah diterima bagi penonton. Adapun langkah-langkah yang penulis lakukan dalam proses pasca produksi ini, yaitu:

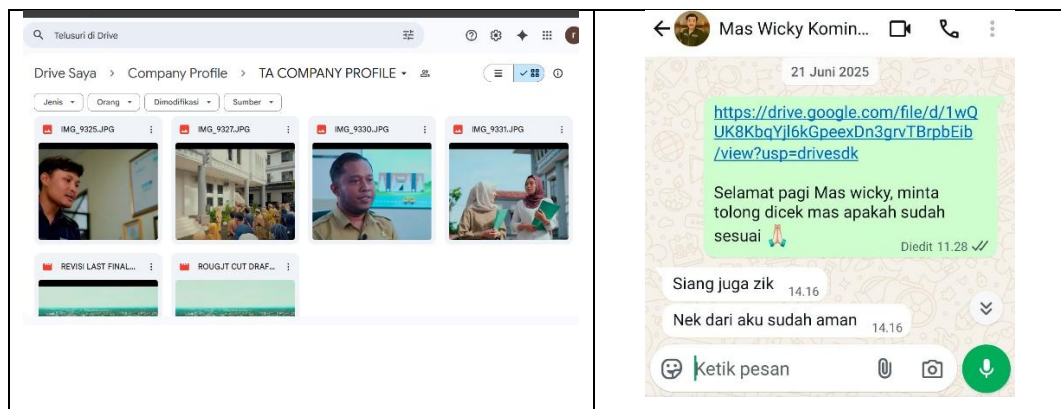
- a) Editing adalah tahapan penyempurnaan dari setiap scene yang sudah direkam, tahap ini sangat menentukan kualitas dari hasil video yang akan dibuat, seperti menambahkan background music, memotong dan membuang video yang kurang bagus, menambahkan efek, penambahan text, menyinkronkan *voice over*, *transisi*, *color grading*.



Gabar 4. 3 Proses Editing Company Profile

b) Upload Video ke dalam Google Drive

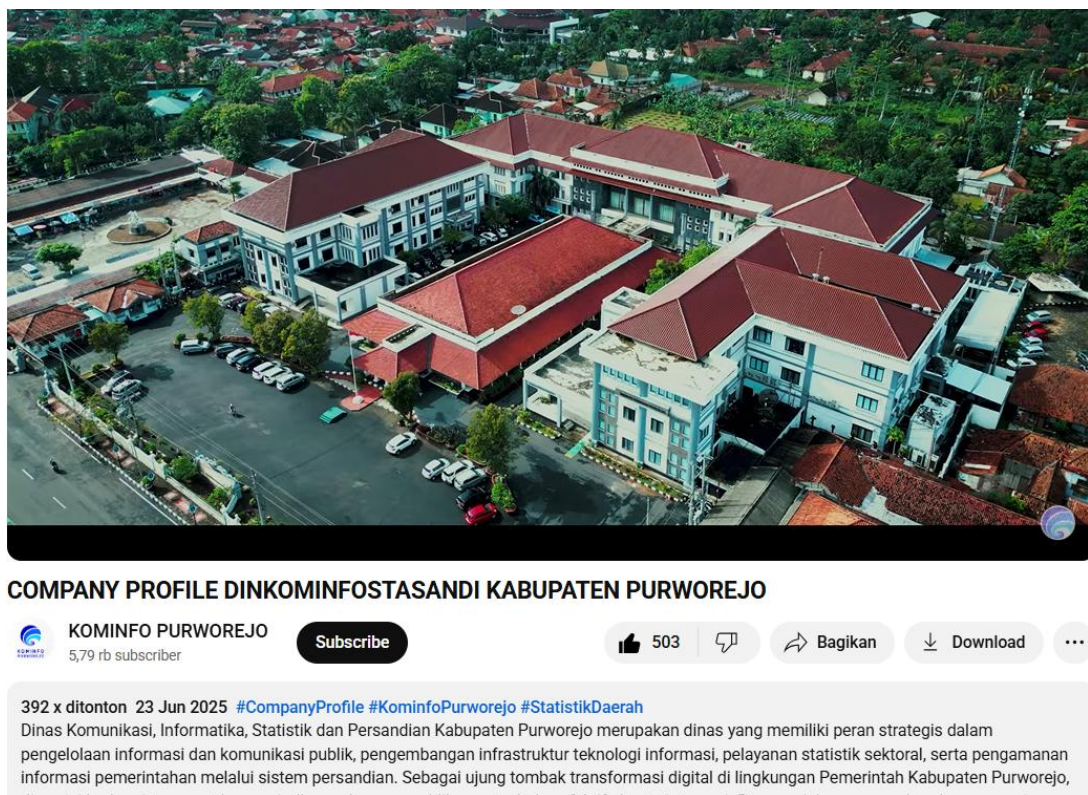
Setelah video selesai melakukan proses editing, video akan diserahkan kepada pihak Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Dinkominfoستاساندي) Kabupaten Purworejo untuk dilakukan proses pengecekan apakah video layak atau tidak ditayangkan pada media sosial Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Dinkominfoستاساندي) Kabupaten Purworejo.



Gabar 4. 4 Upload konten ke dalam Google Drive & Preview Video

c) Penayangan Video

Video *Company Profile* ini ditayangkan pada sosial media DinkominfoSasandi Kabupaten Purworejo yaitu YouTube (@DINKOMINFOPURWOREJO) yang berjudul “*COMPANY PROFILE DINKOMINFOSTASANDI KABUPATEN PURWOREJO*” yang diunggah pada tanggal 23 Juni 2025 pukul 15.41 WIB. Proses ini tentunya sudah disepakati oleh DinkominfoSasandi Kabupaten Purworejo.



Gabar 4. 5 Publikasi Konten Company Profile

Caption :

COMPANY PROFILE DINKOMINFOSTASANDI KABUPATEN PURWOREJO

Deskripsi Konten YouTube :

Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Purworejo merupakan dinas yang memiliki peran strategis dalam

pengelolaan informasi serta komunikasi publik, pengembangan infrastruktur teknologi informasi, pelayanan statistik sektoral, serta pengamanan informasi pemerintahan melalui sistem persandian. Sebagai ujung tombak transformasi digital di lingkungan Pemerintah Kabupaten Purworejo, dinas ini berkomitmen untuk mewujudkan pelayanan publik yang terbuka, efektif, serta terintegrasi. Melalui dukungan SDM yang kompeten serta teknologi yang terus berkembang, Dinkominfoasandi mendorong terciptanya pemerintahan yang informatif, transparan, Akuntabel dan Inovatif terhadap kemajuan Era. Mari bersama mendukung langkah nyata menuju Purworejo Smart City dan transformasi digital yang berkelanjutan.

[#KominfoPurworejo](#) [#PurworejoSmartCity](#) [#DigitalisasiPurworejo](#)
[#StatistikDaerah](#) [#Persandian](#) [#CompanyProfile](#)

4.4 Pembahasan Hasil

Hasil karya bidang Tugas Akhir ini memiliki tujuan meningkatkan penyebaran informasi kepada masyarakat Kabupaten Purworejo mengenai fungsi serta peran Dinkominfoasandi Kab. Purworejo. Hasil yang diperoleh pada project akhir ini yaitu sebuah video *company profile* yang memuat mengenai informasi mengenai peran serta fungsi Dinkominfoasandi Kab. Purworejo. *Company profile* yang berbentuk audio visual berdurasi 7 menit 54 detik menampilkan kondisi objek secara natural dengan produksi *company profile* yang hendak di upload melalui sosial media Dinkominfoasandi Kabupaten Purworejo yaitu YouTube “KOMINFO PURWOREJO” sehingga lebih jauh menjangkau dan menarik untuk dilihat.

Dalam proses produksi video *company profile*, penulis melakukan beberapa tahapan agar *project* ini tercipta. Tahapan pertama adalah pra produksi, di proses ini penulis melaksanakan pengambilan data dari Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Dinkominfoasandi) Kab. Purworejo. Data-data tersebut digunakan oleh penulis untuk membuat perencanaan pembuatan video *company profile* seperti mengidentifikasi masalah, menentukan tujuan, menentukan tema, menentukan jumlah anggaran, perencanaan media, menciptakan pesan edukatif,

dan evaluasi. Selanjutnya penulis membuat naskah atau *Standart Sequence Guard* (SSG) beserta tabel dan alur cerita dengan disertakan dialog, tempat, backsound, dan durasi per adegan. Setelah menjalani proses pra produksi, penulis melanjutkan ke tahap produksi dengan mempersiapkan properti yang akan digunakan seperti kamera, *stabilizier*, *tripod*, *microphone*, dan *drone*.

Tahap berikutnya, yaitu produksi video *company profile* pada tahapan ini penulis berperan sebagai sutradara, kameramen, dan editor. Dalam proses pengambilan gambar di video *company profile* ini, penulis menggunakan LUMIX GH5. Produksi video *company profile* ini dibuat membutuhkan waktu setidaknya 2 hari untuk diselesaikan. Pada tahapan produksi ini tentunya terdapat kendala dan perbedaan implementasi, diantaranya:

1. Kendala

Kendala dalam proses produksi ini, penulis mendapati sulitnya mendapatkan waktu untuk melakukan produksi karena padatnya jadwal dari Kepala Dinas sehingga digantikan oleh Kepala Bidang dan memberikan arahan kembali kepada Kepala Bidang dalam menyampaikan narasi yang dimana Selama proses produksi, ditemukan beberapa kendala teknis yang memengaruhi kelancaran kegiatan shooting. Beberapa di antaranya adalah ketidak siapan talent yang lupa terhadap naskah (*script*), sehingga menyebabkan pengambilan gambar harus diulang. Selain itu, kondisi lingkungan kantor yang kurang kondusif, seperti suasana yang cukup berisik dan ruangan yang kurang tertata rapi, turut menjadi hambatan. Hal ini mengharuskan penulis untuk melakukan penyesuaian, seperti merapikan berkas atau barang-barang terlebih dahulu, agar proses produksi dapat berjalan dengan lebih lancar. Kendala teknis lainnya yang dihadapi selama proses produksi adalah daya tahan baterai *stabilizer* yang terbatas, sehingga menghambat kelancaran pengambilan gambar yang membutuhkan kestabilan visual. Selain itu, perangkat (*device*) yang digunakan penulis dalam proses penyuntingan (*editing*) video *company profile* kurang memadai secara teknis, yang berdampak pada efisiensi dan kelancaran proses pasca produksi. Dalam proses penyuntingan, penulis menggunakan perangkat

berupa laptop Asus X415JP dan komputer pribadi (PC) dengan perangkat lunak Adobe Premiere Pro. Penggunaan aplikasi penyuntingan video profesional tersebut memerlukan spesifikasi perangkat yang memadai agar proses editing dapat berjalan secara optimal dan efisien. Namun, kendala tersebut dapat diatasi oleh penulis dengan memberikan waktu tambahan kepada bapak kepala bidang untuk menghafal ulang naskah serta melakukan diskusi guna menemukan solusi yang tepat atas permasalahan yang dihadapi. Selain itu, penulis juga memberikan referensi berupa video sejenis sebagai bahan pembelajaran dan motivasi bagi *talent* yang terlibat dalam proyek ini. Selain itu, kondisi ruangan yang kurang tertata rapi dapat diatasi oleh penulis dengan melakukan penataan ulang dan merapikan dokumen maupun barang-barang yang ada sebelum proses pengambilan gambar dilakukan, guna menciptakan visual yang lebih representatif dan mendukung kualitas produksi. Baterai stabilizer yang cepat habis harus diisi terlebih dahulu walaupun menunda proses pengambilan gambar untuk beberapa saat karena tidak ada baterai cadangan. Solusi untuk device yang kurang mendukung untuk menggunakan aplikasi editing adalah dengan memindah file editing dari laptop ke PC.

2. Perbedaan Perencanaan dan Implementasi

Perbedaan pada tahapan perencanaan juga tercermin dalam penambahan adegan, dialog, serta penyesuaian teknik pengambilan gambar. Perubahan ini dilakukan sebagai bentuk adaptasi terhadap kondisi lapangan dan ketersediaan sumber daya di Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Dinkominfoستاساندي) Kabupaten Purworejo. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan melalui video edukasi dapat di komunikasikan secara optimal serta diterima dengan baik oleh audiens. Durasi

1. *Company Profile* Dinkominfoستاساندي Kabupaten Purworejo

Ada perencanaan awal, video *company profile* Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Dinkominfoستاساندي) Kab. Purworejo dirancang dengan durasi 10 menit. Namun, setelah melalui berbagai tahap evaluasi dan pertimbangan dari sisi efektivitas

penyampaian pesan, dinamika visual, serta preferensi durasi tontonan di media sosial seperti YouTube, maka dilakukan penyesuaian durasi menjadi 7 menit 54 detik.

Perubahan ini dilakukan agar konten tetap padat, informatif, dan mampu mempertahankan perhatian audiens dari awal hingga akhir video. Durasi 7 menit 54 detik dinilai lebih ideal untuk menyampaikan informasi utama seperti visi, misi, tugas pokok dan fungsi (tupoksi), serta layanan yang dimiliki oleh Dinkominfoasandi, tanpa mengurangi substansi yang ingin disampaikan. Penyesuaian ini juga mempertimbangkan kebiasaan audiens digital yang cenderung lebih menyukai konten dengan durasi yang singkat namun padat dan menarik.

3. Tahap keempat adalah tahap pasca produksi yang merupakan tahapan terakhir dari pembuatan video *company profile*. Pada tahap ini penulis sebagai pembuat video *company profile* melakukan pemilihan hasil take video yang kemudian akan diedit melalui aplikasi Adobe Premier Pro. Ditahap ini penulis sekaligus editor menyatukan seluruh scene, memotong video, menambahkan transisi, efek, *text* dan *background* suara yang sesuai sesuai dengan konsep video. Kemudian penulis juga menyertakan logo pada akhir video serta color grading pada video yang di editing.

Setelah proses editing selesai, penulis mengajukan video tersebut secara langsung kepada dosen pembimbing dan mendatangi kantor Dinkominfoasandi Kabupaten Purworejo serta bertemu kepala Dinkominfoasandi Kab. Purworejo dengan tujuan untuk mendapatkan review kedua belah pihak. Setelah mendapatkan review dan persetujuan dari dosen pembimbing dan Dinkominfoasandi Kab. Purworejo, Langkah selanjutnya adalah mengunggah video *company profile* secara langsung yang didampingi oleh pihak Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Dinkominfoasandi) Kabupaten Purworejo.

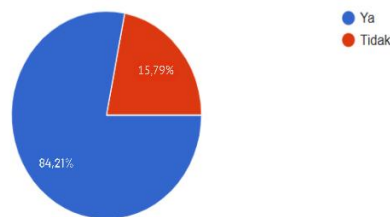
4.4.1 Indikator Keberhasilan

Konten Video *Company Profile* Dinkominfoasandi Kabupaten Purworejo sudah berhasil diunggah ke akun Youtube DINKOMINFOPURWOREJO. Konten Video *Company Profile* tersebut mendapat reaksi audiens yang cukup positif seperti memberikan suka, komentar, penayangan, dan bagikan.

Berdasarkan penjelasan penulis tentang *Survei Post test Audiens* dalam menonton *Company Profile* dalam proyek tugas akhir ini, Penulis dapat menyimpulkan bahwa masyarakat tertarik untuk mendapatkan informasi tentang tugas pokok, serta fungsi Dinkominfoasandi Kabupaten Purworejo.

Apakah Anda sudah menonton video Company Profile pada tautan di atas?

95 jawaban

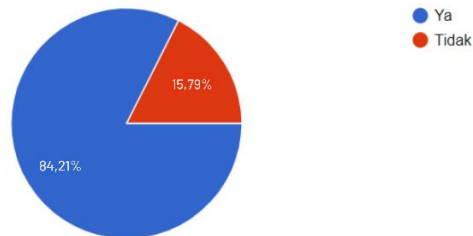


Gabar 4. 6 Post test Apakah Anda sudah menonton video Company Profile pada tautan di atas?

Menyatakan data dari 95 responden, berdasarkan hasil survei yang ditampilkan pada diagram, mayoritas responden (84,21%) menyatakan bahwa mereka telah menonton video Company Profile Dinkominfoasandi Kabupaten Purworejo. Sementara itu, sebanyak 15,79% responden belum menonton video tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa distribusi konten video berhasil menjangkau sebagian besar audiens yang menjadi target. Namun demikian, persentase responden yang belum menonton menunjukkan masih adanya ruang untuk peningkatan efektivitas dalam strategi penyebaran video, baik melalui optimalisasi kanal distribusi maupun peningkatan daya tarik promosi media tersebut.

Apakah setelah menonton video ini Anda menjadi tahu apa saja tugas pokok dan fungsi Dinkominfoasandi?

95 jawaban

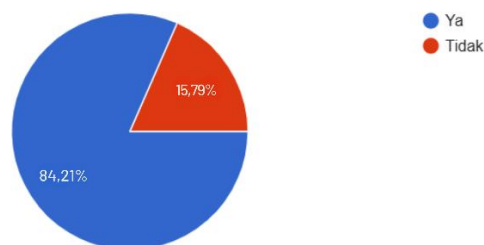


Gabar 4. 7 Post test Apakah setelah menonton video ini Anda menjadi tahu apa saja tugas pokok dan fungsi Dinkominfoasandi?

Sebagian besar responden (84,21%) menyatakan bahwa setelah menonton video tersebut, mereka menjadi mengetahui tugas pokok dan fungsi dari Dinkominfoasandi Kabupaten Purworejo. Sementara itu, sebanyak 15,79% lainnya belum memperoleh pemahaman yang dimaksud. Hal ini mengindikasikan bahwa video company profile telah memenuhi salah satu fungsi informatifnya secara efektif, yaitu memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai struktur dan peran institusi pemerintah daerah. Meski demikian, adanya responden yang belum memahami isi informasi menunjukkan perlunya perbaikan dalam aspek penyampaian pesan, seperti penyesuaian bahasa atau visualisasi yang lebih komunikatif.

Apakah video ini memberikan gambaran yang jelas mengenai fungsi pelayanan informasi publik oleh Dinkominfoasandi?

95 jawaban

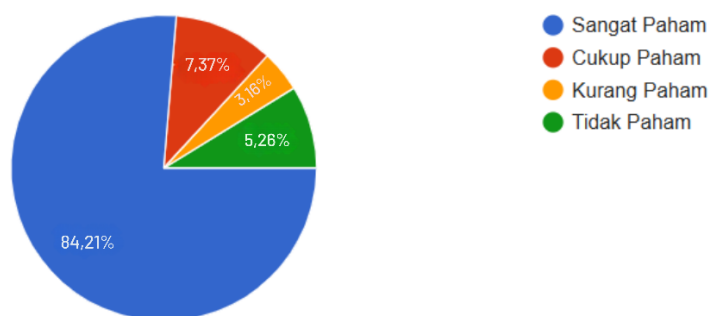


Gabar 4. 8 Post test Apakah video ini memberikan gambaran yang jelas mengenai fungsi pelayanan informasi publik oleh Dinkominfoasandi?

Berdasarkan data hasil survei, mayoritas responden (84,21%) menyatakan bahwa video Company Profile Dinkominfoستاساندي Kabupaten Purworejo memberikan gambaran yang jelas mengenai fungsi pelayanan informasi publik yang dijalankan oleh instansi tersebut. Sebaliknya, hanya 15,79% responden yang merasa bahwa video tersebut belum mampu menyampaikan informasi secara jelas. Temuan ini menunjukkan bahwa secara umum, media video yang digunakan telah berhasil dalam menyampaikan pesan institusional secara informatif dan komunikatif kepada khalayak. Namun demikian, adanya sebagian kecil responden yang belum memahami dengan baik isi video tersebut menjadi catatan penting bagi pengembangan konten di masa mendatang, khususnya dalam hal penyederhanaan pesan, penggunaan visualisasi yang lebih representatif, serta penguatan narasi untuk menjangkau beragam latar belakang pemahaman masyarakat.

Setelah menonton video, seberapa paham anda terhadap fungsi dan peran DINKOMINFOSTASANDI Kabupaten Purworejo?

95 jawaban



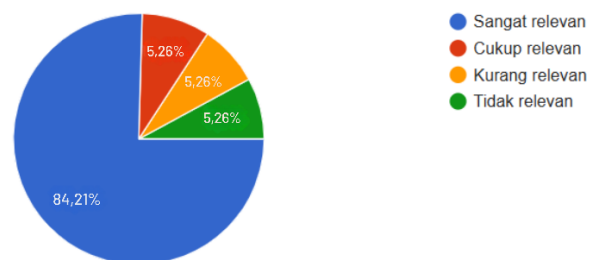
Gabar 4. 9 Post test Setelah menonton video, seberapa paham anda terhadap fungsi dan peran DINKOMINFOSTASANDI Kabupaten Purworejo?

Terlihat bahwa sebanyak 84,21% responden mengaku sangat paham terhadap fungsi dan peran Dinkominfoستاساندي Kabupaten Purworejo setelah menonton video, diikuti oleh 7,37% responden yang cukup paham. Hanya sebagian kecil responden yang mengaku kurang paham (3,16%) dan tidak paham (5,26%). Temuan ini menunjukkan bahwa penyampaian informasi melalui video company profile mampu meningkatkan pemahaman publik secara signifikan

terhadap peran strategis lembaga tersebut. Keberhasilan ini dapat menjadi acuan bahwa pendekatan visual-informatif yang dikemas secara menarik memiliki efektivitas tinggi dalam menyampaikan pesan kelembagaan secara lebih mudah dipahami. Oleh karena itu, strategi komunikasi publik berbasis video perlu dipertahankan dan dioptimalkan dalam agenda diseminasi informasi di masa mendatang.

Apakah konten video ini relevan dengan kebutuhan informasi anda sebagai masyarakat?

95 jawaban

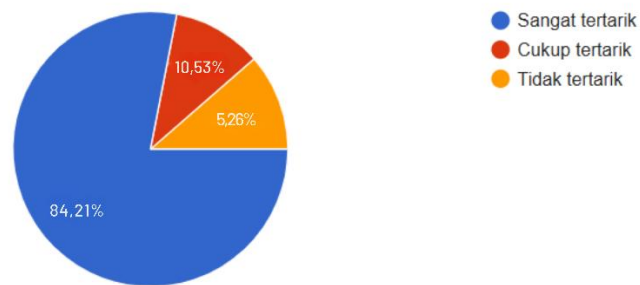


Gabar 4. 10 Post test Apakah konten video ini relevan dengan kebutuhan informasi anda sebagai masyarakat?

Dalam aspek relevansi konten, sebanyak 84,21% responden menganggap video tersebut sangat relevan dengan kebutuhan informasi mereka sebagai masyarakat. Sisanya terbagi rata, masing-masing 5,26% menyatakan bahwa video tersebut cukup relevan, kurang relevan, dan tidak relevan. Tingginya tingkat persepsi positif ini mengindikasikan bahwa konten video telah disusun dengan mempertimbangkan kebutuhan informasi publik secara substantif. Namun demikian, keberadaan responden yang menganggap konten kurang atau tidak relevan menunjukkan perlunya evaluasi lebih lanjut terkait segmentasi audiens dan keberagaman kebutuhan informasi yang belum sepenuhnya terakomodasi.

Setelah menonton video ini, apakah anda tertarik untuk mengikuti atau mencari informasi lebih lanjut terkait kegiatan DINKOMINFOSTASANDI?

95 jawaban



Gabar 4. 11 Post test Setelah menonton video ini, apakah anda tertarik untuk mengikuti atau mencari informasi lebih lanjut terkait kegiatan *DINKOMINFOSTASANDI*?

Diketahui bahwa mayoritas responden (84,21%) menyatakan sangat tertarik untuk mengikuti atau mencari informasi lebih lanjut terkait kegiatan Dinkominfoستاساندي Kabupaten Purworejo setelah menonton video company profile. Sementara itu, sebanyak 10,53% responden menyatakan cukup tertarik dan hanya 5,26% yang mengaku tidak tertarik. Temuan ini menunjukkan bahwa video tersebut mampu membangkitkan ketertarikan yang cukup tinggi dari audiens terhadap kegiatan dan layanan Dinkominfoستاساندي. Hal ini mengindikasikan bahwa media audiovisual yang digunakan dalam penyebaran informasi publik dapat berperan signifikan dalam meningkatkan minat masyarakat, khususnya dalam konteks komunikasi kelembagaan. Oleh karena itu, pemanfaatan video sebagai media informasi perlu terus dikembangkan agar dapat mempertahankan dan bahkan meningkatkan keterlibatan publik.

4.4.2 Sustainability (Keberlanjutan)

Sustainability atau keberlanjutan dalam konteks karya Tugas Akhir ini merujuk pada kemampuan *Video Company Profile* yang diproduksi untuk memberikan dampak jangka panjang terhadap masyarakat serta institusi terkait, baik dari segi pesan yang disampaikan maupun dari segi efektivitas distribusi media. Aspek keberlanjutan menjadi hal yang esensial untuk memastikan bahwa karya yang telah dihasilkan tidak hanya memiliki fungsi jangka pendek, tetapi juga

dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan sebagai media informasi, edukasi, dan kampanye sosial yang tetap relevan dalam jangka waktu yang panjang. Karya video *Company Profile* ini secara khusus dirancang untuk meningkatkan penyebaran informasi akun sosial media Youtube DINKOMINFO PURWOREJO kepada masyarakat Purworejo.