

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

English Cafe Semarang merupakan lembaga kursus bahasa Inggris yang memenuhi kebutuhan masyarakat dalam meningkatkan keterampilan berbahasa Inggris. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, penulis mengidentifikasi masalah utama yang dialami English Cafe Semarang adalah rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat terhadap keberadaan dan informasi mengenai English Cafe Semarang secara mendalam. English Cafe Semarang memproduksi *leaflet* cetak yang dibagikan saat *workshop* dalam rangka menyampaikan informasi program yang tersedia dan meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang English Cafe Semarang. Namun, upaya tersebut tidak efektif karena penyebaran informasinya sangat terbatas hanya untuk masyarakat yang menghadiri *workshop* saja. Oleh karena itu, dibutuhkan media *public relations* yang lebih efektif sebagai media informasi yang dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang English Cafe Semarang berupa e-katalog. E-katalog yang diproduksi berbasis digital sehingga dapat menjangkau audiens lebih luas.

4.2 Proses Pembuatan dan Pembahasan Hasil

Pada proses pembuatan e-katalog ini, penulis melakukan beberapa penyesuaian dalam tiga tahap yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Penyesuaian yang dilakukan didasari oleh berbagai faktor seperti tinjauan dari klien yaitu English Cafe Semarang, kondisi lapangan, dan beberapa masukan dari dosen pembimbing hingga dosen penguji.

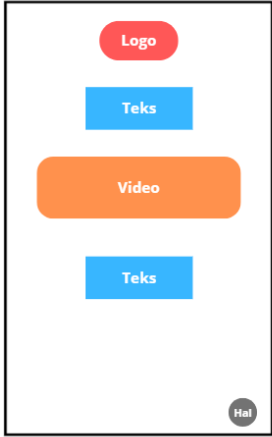
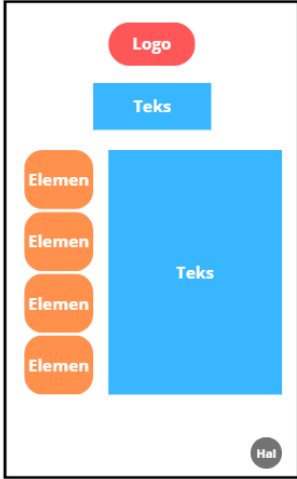
4.2.1 Pra Produksi

Pada tahap pra-produksi, penulis melakukan beberapa tahapan yang dilakukan yaitu berdiskusi dengan klien untuk melakukan penentuan konsep dan isi materi e-katalog. Proses pengolahan materi ini menjadi proses yang

penting karena sesuai dengan fungsi public relation yang menjelaskan bahwa pentingnya perencanaan komunikasi yang terstruktur dan terencana agar informasi yang ingin disampaikan dapat mencapai tujuan komunikasi sesuai yang telah direncanakan. Pada tahap ini tidak ada perubahan pada konsep dan ide e-katalog yang interaktif termasuk dalam hal pemilihan tipografi, elemen, dan pemilihan warna. Penulis menggunakan konsep dan warna yang telah diusung dan disepakati dengan pihak klien sejak awal. Pemilihan tersebut telah disesuaikan agar dapat merepresentasikan identitas merek secara konsisten. Meskipun secara keseluruhan tidak banyak perubahan, terdapat penyesuaian pada isi materi e-katalog, yaitu penambahan pilihan level yang tersedia, penghapusan informasi program online dan adanya perubahan sumber video penjelasan program yang semula video milik klien menjadi video diambil langsung oleh penulis. Hal ini dilakukan karena terjadi perubahan dalam pembaharuan informasi program dan level yang tersedia di English Cafe Semarang sehingga audiens dapat lebih mudah mengakses informasi yang relevan dan akurat. Berikut adalah perbandingan antara rancangan awal dan rancangan akhir e-katalog yang dihasilkan setelah proses evaluasi dan perubahan:

Tabel 4.1 Perbandingan Hasil Materi E-katalog

Perbandingan Materi Awal dan Hasil Akhir			
No.	Materi Awal	Hasil akhir	Alasan
1.	Menyajikan informasi mengenai program online.	Tidak menyajikan informasi mengenai program online.	Halaman program online ditiadakan karena adanya pembaharuan informasi bahwa program online sudah tidak tersedia.

	Program Online 		
2.	Hanya menyajikan 4 jenis level (Basic Speaking, Speaking & Basic Grammar, Advance Grammar, TOEFL). Level 	Menyajikan 6 jenis level terbaru (Dare to Speak, Fluent, Grammar, Professional English, TOEFL Pre-test, TOEFL Post-test). 	Adanya penambahan pilihan level yang tersedia, awalnya hanya 4 level lalu bertambah menjadi 6 level.

			
3.	Sumber video deksripsi program dalam desain menggunakan video dari klien.	Perubahan sumber video deksripsi program, 3 video tentang deksripsi program diambil langsung oleh penulis, bukan dari klien. 	Adanya pembaharuan pilihan program sehingga pihak klien menyarankan penulis untuk menghasilkan video terbaru.

Berikut merupakan perancangan *script* hasil diskusi penulis dengan klien, pada penambahan video yang berisi penjelasan masing-masing program yang tersedia di English Cafe Semarang, dimuat dalam *Standard Sequence Guide* pada desain e-katalog:

Standard Sequence Guide

1. Standard Sequence Guide 1 “Program Reguler”

Production : **“Program Reguler”**

Client : English Cafe Semarang

Target Audience : Masyarakat kota Semarang dan sekitarnya

Script Writer : Client & Humaira Faza

Talent : Tyara Maharani

Video : #1

Tabel 4.2 SSG 1 “Program Reguler”

No.	Description	Naration	Angle Camera	Music	Duration
1.	Talent sedang duduk di kursi dan menjelaskan deksripsi singkat tentang program reguler.	“Program reguler didesain buat kamu yang suka belajar bareng dengan teman-teman dalam satu kelas. Program reguler akan lebih asik dan seru pastinya, karena kamu akan menemukan teman baru untuk belajar bahasa Inggris.”	<i>Medium shot</i>	<i>Educational</i> (258830)	12”

2. Standard Sequence Guide 2 “Program Private”

Production : **“Program Private”**

Client : English Cafe Semarang
 Target Audience : Masyarakat kota Semarang dan sekitarnya
 Script Writer : Client & Humaira Faza
 Talent : Tyara Maharani
 Video : #2

Tabel 4.3 SSG 2 “Program Private”

No.	Description	Naration	Angle Camera	Music	Duration
1.	Talent sedang duduk di kursi dan menjelaskan deksripsi singkat tentang program private.	“Program private sangat cocok untuk kamu yang sibuk dan hampir tidak ada waktu untuk belajar bahasa inggris. Belajarnya berdua saja loh dengan tutornya, kamu bebas atur waktu sendiri dan juga bisa request materi yang kamu inginkan.”	<i>Medium shot</i>	<i>Educational</i> (258830)	17”

3. *Standard Sequence Guide 3 “Program Fullhouse”*

Production : “Program Fullhouse”
 Client : English Cafe Semarang
 Target Audience : Masyarakat kota Semarang dan sekitarnya
 Script Writer : Client & Humaira Faza

Talent : Tyara Maharani

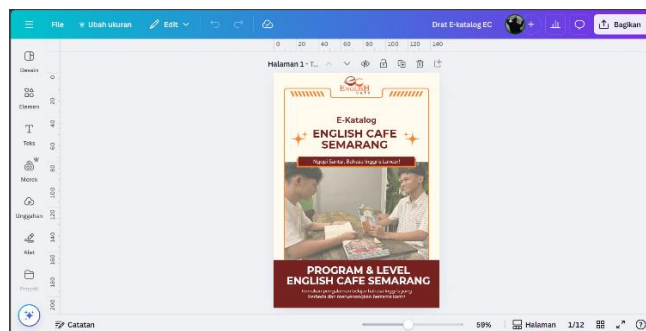
Video : #3

Tabel 4.4 SSG 3 “Program Fullhouse”

No.	Description	Naration	Angle Camera	Music	Duration
1.	Talent sedang duduk di kursi dan menjelaskan deksripsi singkat tentang program fullhouse.	“Program fullhouse hadir buat kamu yang ingin belajar bahasa Inggris, tapi ingin full belajar di rumah. Belajar full di rumah baik kelas teori maupun prakteknya.”	Medium shot	Educational (258830)	9”

4.2.2 Produksi

Pada tahap produksi, penulis memulai proses produksi dengan menyiapkan peralatan yang diperlukan untuk merancang desain e-katalog, termasuk laptop, *smartphone*, dan aplikasi *editing*. Penulis melakukan proses desain e-katalog menggunakan aplikasi Canva.



Gambar 4.1 Proses Desain E-katalog

Proses desain ini erat kaitannya dengan kerangka teori desain grafis yang menjelaskan bagaimana elemen visual dapat menjadi salah satu bentuk komunikasi untuk menyampaikan ide atau informasi kepada publik. Selama proses desain, penulis memperhatikan poin-poin penting seperti pemilihan foto, video, warna dan elemen-elemen yang digunakan untuk menghasilkan desain yang baik dan menarik perhatian audiens. Pada proses pengolahan foto dan video yang dipilih untuk dimasukkan ke e-katalog merupakan dokumentasi yang berasal dari klien, terkecuali tiga video deskripsi program. Dalam penggunaan warna, penulis menggunakan warna oren, merah, dan krem yang menggambarkan warna identitas merek. Dalam penggunaan tipografi, penulis menerapkan huruf tebal dan miring untuk menciptakan penekanan makna.

Selain melakukan proses desain, pada tahap produksi ini penulis melakukan penambahan berupa produksi 3 video deksripsi program yang tersedia sebagai salah satu materi dalam e-katalog.

Tabel 4.5 Produksi Video Deksripsi Program

Nama Talent	Tyara Maharani
Hari/Tanggal	Selasa, 1 Juli 2025
Lokasi	Bento Kopi, Tembalang
Dokumentasi	
Device	iPhone 11

Pada proses produksi untuk bagian video, penulis berkontribusi sebagai script writer bersama pihak English Cafe Semarang untuk menciptakan narasi tentang deksripsi dari setiap program yang tersedia agar mudah dipahami oleh publik.

Selain *scriptwriter*, penulis juga turut berperan sebagai *director* dan videografer dari ketiga video deksripsi program yang diambil. Penulis memberikan arahan selama pengambilan video seperti ekspresi wajah dan gerakan tangan talent, angle kamera dan posisi tempat untuk shooting, hingga pengaturan pencahayaan. Kegiatan ini dapat dikaitkan dengan teori teknik pengambilan gambar agar video yang dihasilkan dapat mendukung penyampaian informasi secara menarik dan persuasif. Ketiga video deksripsi program yang penulis ambil menggunakan teknik *medium shot*, yaitu teknik pengambilan video dengan posisi kamera diam. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk memfokuskan objek tanpa adanya distraksi dari pergerakan kamera.

Pengerjaan proses produksi berupa mendesain dan melakukan take video pada bagian materi program, berlangsung pada tanggal 1-10 Juli 2025 sehingga penulis membutuhkan waktu sekitar 10 hari pada tahap ini. Dalam tahap produksi, penulis sangat mempertimbangkan hasil evaluasi dan masukan dari klien dan dosen pembimbing terkait desain e-katalog yang telah penulis buat sehingga terdapat beberapa perbedaan antara rancangan awal yang telah dibuat dengan desain akhir e-katalog. Perubahan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan relevansi informasi yang disajikan dalam e-katalog agar audiens dapat lebih mudah mengakses informasi yang relevan dan akurat.

4.2.3 Pasca Produksi

Setelah proses pengambilan video telah selesai dilakukan, penulis berperan sebagai editor untuk melakukan editing seperti penambahan *background music*, teks, dan logo klien yang bertujuan untuk mendukung penyampaian pesan dan memperkuat pemahaman audiens terkait isi video. Penulis juga melakukan pengecekan hasil desain e-katalog yang telah jadi secara menyeluruh agar tampilan desain sesuai dengan yang diinginkan dan memastikan tidak ada kesalahan sebelum di-*convert* ke Heyzine. Setelah itu, hasil desain e-katalog diunggah ke situs www.heyzine.com untuk mendapatkan fitur *flipbook* serta mengupload video-video yang akan dimasukkan ke dalam

e-katalog. Video yang telah dibuat tidak disematkan pada link tertentu, tetapi video diupload langsung melalui Heyzine agar memudahkan audiens dapat langsung mengaksesnya. Desain e-katalog ini didesain seperti majalah digital sehingga dapat diakses dengan mudah oleh audiens.

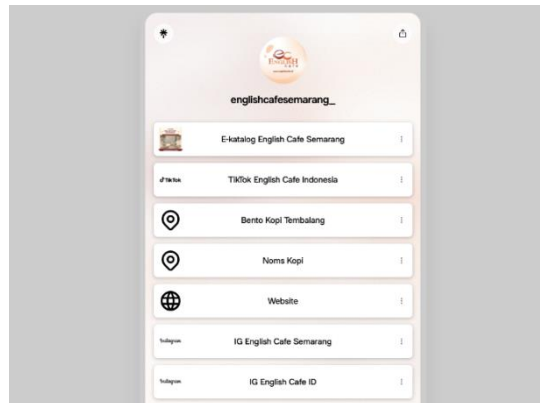


Gambar 4.2 Tampilan E-katalog pada Heyzine

Setelah video yang telah dibuat diupload langsung melalui Heyzine beserta hasil desain e-katalog yang telah di-convert, kemudian pada tahap ini e-katalog diunggah dan dibagikan melalui linktr.ee yang ada pada bio Instagram English Cafe Semarang. Pengunggahan e-katalog melalui linktr.ee menunjukkan penerapan dalam penggunaan media informasi digital yang efektif untuk memperluas jangkauan audiens dan mempermudah aksesibilitas informasi.

Tabel 4.6 Hasil Publikasi E-Katalog

Deksripsi	Tautan
Flipbook e-katalog pada Heyzine	https://heyzine.com/flip-book/46d81def1a.html
Linktr.ee bio Instagram English Cafe Semarang	https://linktr.ee/englishcafesemarang



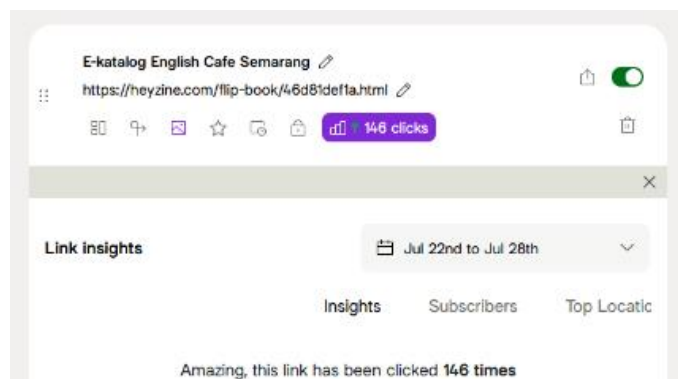
Gambar 4.3 E-katalog Dalam Linktr.ee

4.3 Evaluasi

Setelah melalui tahap pra produksi, saatnya e-katalog melalui tahap evaluasi. E-katalog ini dirancang dengan dua indikator keberhasilan, yaitu: (1) jumlah pengakses/klik e-katalog mencapai lebih dari 20 klik dalam kurun waktu seminggu setelah e-katalog ini dipublikasi; dan (2) hasil survei kuesioner lanjutan (*posttest*) yang menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan masyarakat mengenai keberadaan dan informasi terkait English Cafe Semarang setelah melihat e-katalog.

4.3.1 Hasil Review Jumlah Pengakses

Hasil review menunjukkan bahwa dalam kurun waktu satu minggu sejak e-katalog dipublikasi (22 – 28 Juli 2025) pengakses e-katalog telah mencapai 146 klik.



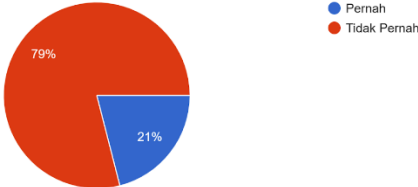
Gambar 4.4 Jumlah Klik E-katalog

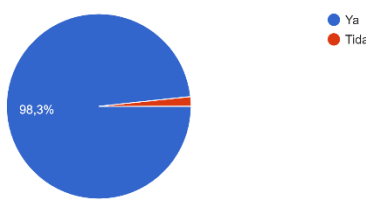
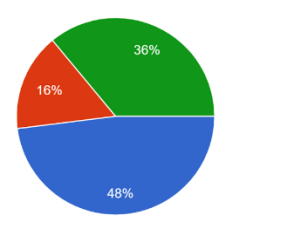
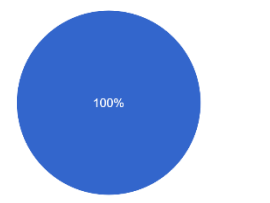
Angka ini menunjukkan telah melampaui target jumlah klik yang ditetapkan sejak e-katalog dipublikasikan pada tanggal 22 Juli sehingga menunjukkan bahwa e-katalog ini menarik perhatian dan menjangkau audiens yang luas.

4.3.2 Hasil Kuesioner

Selain data kuantitatif berupa jumlah klik, efektivitas e-katalog ini didukung dan diperkuat oleh hasil survei kuesioner yang disebarkan kepada masyarakat, penyebaran survei ini sekaligus untuk mengukur peningkatan tingkat pengetahuan masyarakat. Penyebaran kuesioner ini dilakukan dalam rangka mengetahui ada atau tidaknya peningkatan tingkat pengetahuan masyarakat Semarang mengenai lembaga kursus bahasa Inggris setelah e-katalog dipublikasikan. Penulis melakukan survei pada tanggal 22 - 27 Juli dengan jumlah responden sebanyak 119 dari target 100 responden dimana rata-rata usia terbanyak responden yaitu 17-24 tahun dengan presentase 66,4%, dan status pelajar/mahasiswa menjadi responden terbanyak dengan presentase 58%. Berikut adalah perbandingan presentase tingkat pengetahuan masyarakat kota Semarang sebelum dan sesudah mengakses e-katalog English Cafe Semarang:

Tabel 4.7 Perbandingan Presentasi Responden

No.	Perbandingan	Keterangan
1.	Sebelum Apakah Anda pernah mendengar English Cafe? 119 jawaban 	Hasil <i>pretest</i> menyatakan bahwa hanya terdapat 21% atau 25 responden yang mengetahui English Cafe. Namun, pada <i>posttest</i>

	Sesudah Setelah melihat e-katalog, apakah Anda kini mengetahui bahwa English Cafe adalah lembaga kursus bahasa Inggris? 119 jawaban  ● Ya ● Tidak	meningkat menjadi 98,3% atau 117 responden yang telah mengetahui English Cafe. Maka, ditemukan adanya peningkatan tingkat pengetahuan masyarakat sekitar 77,3% setelah mengakses e-katalog.
2.	Sebelum Menurut Anda, apa yang membedakan English Cafe dengan lembaga kursus bahasa Inggris lainnya? 25 jawaban  ● Tempat belajar bahasa Inggris dengan metode yang lebih santai dan interaktif ● Materi yang berfokus pada tata bahasa (grammar) ● Dibimbing oleh pengajar dari luar negeri (native speaker) ● Khusus untuk komunitas pencinta kopi yang ingin belajar bahasa Inggris Sesudah Menurut Anda, apa yang membedakan English Cafe dengan lembaga kursus bahasa Inggris lainnya? 119 jawaban  ● Tempat belajar bahasa Inggris yang mengusung konsep cafe dengan metode yang lebih santai dan interaktif ● Materi yang berfokus pada tata bahasa (grammar) ● Dibimbing oleh pengajar dari luar negeri (native speaker) ● Khusus untuk komunitas pencinta kopi yang ingin belajar bahasa Inggris	Hasil <i>pretest</i> menyatakan bahwa hanya terdapat 48% atau 12 responden yang menjawab benar tentang konsep English Cafe. Namun, pada <i>posttest</i> meningkat menjadi 100% atau 119 responden yang menjawab benar tentang konsep English Cafe.

Berdasarkan analisis jumlah akses dan perbandingan tingkat pengetahuan responden pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa e-katalog yang penulis rancang sebagai sarana penyampaian media informasi English Cafe Semarang secara keseluruhan telah mencapai indikator keberhasilan yang ditetapkan.

Capaian 146 klik dalam seminggu menunjukkan adanya jangkauan e-katalog yang luas, sementara hasil survei *posttest* mendukung pernyataan bahwa adanya peningkatan pengetahuan masyarakat yang signifikan. Hal ini merupakan indikasi nyata dari efektivitas e-katalog dalam menarik perhatian audiens serta memenuhi kebutuhan informasi mereka secara interaktif dan mudah diakses. Oleh karena itu, e-katalog ini terbukti dapat digunakan secara efektif sebagai media informasi yang mampu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat kota Semarang terhadap English Cafe Semarang.

4.3.3 Hasil Review Klien

Pada penciptaan karya tugas akhir ini, penulis melibatkan staf operasional untuk memberikan ulasan dan feedback mengenai e-katalog yang telah dibuat melalui wawancara langsung. Selaku staf operasional, Naufal menuturkan bahwa e-katalog yang dibuat oleh penulis dianggap berhasil sebagai salah satu media informasi karena isinya ringkas, jelas, dan mudah dipahami. E-katalog ini sangat efektif dalam menyampaikan pesan karena sudah merangkum tentang English Cafe Semarang dengan sangat lengkap dan jelas, serta memberikan kemudahan akses bagi siapa saja yang ingin membacanya.

Ulasan ini menjadi feedback yang berharga bagi penulis karena respon dari klien menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan dari proyek yang penulis buat. Selain itu dapat memperkuat kepercayaan bahwa e-katalog ini dapat digunakan secara efektif dan bermanfaat sebagai media informasi English Cafe Semarang.