

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab empat ini dipaparkan mengenai gambaran umum permasalahan proyek Tugas Akhir, proses pelaksanaan karya bidang, serta hasil yang diperoleh dalam pelaksanaan kegiatan dan proses produksi sebagai bentuk dukungan terhadap kegiatan Kelas Konseling Kesehatan Mental dan Workshop Lilin Aromaterapi. Selain itu, disajikan pula hasil beserta pembahasan dari proyek yang telah dilaksanakan, yang dijelaskan berdasarkan tugas individu maupun teori yang digunakan.

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

Pelaksanaan kegiatan Kelas Konseling Kesehatan Mental menjadi sangat penting bagi kelompok dewasa awal khususnya pekerja muda di Kota Semarang yang tengah menghadapi berbagai tekanan dalam kehidupan karir maupun keluarga. Tekanan tersebut kerap menimbulkan permasalahan kesehatan mental seperti kecemasan berlebih, *stress* akibat tuntutan pekerjaan maupun keluarga, serta ketidakseimbangan peran. Hal ini pada akhirnya berpengaruh pada berbagai aspek kehidupan mereka, baik dalam hubungan sosial maupun produktivitas kerja.

Penulis telah melakukan survei melalui penyebaran kuesioner kepada 101 responden kelompok dewasa awal, dengan mayoritas responden berupa pekerja muda di Kota Semarang. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa banyak responden yang mengalami tekanan karir dan keluarga yang memicu gangguan kesehatan mental seperti cemas berlebih dan *stress*. Hal tersebut menegaskan pentingnya penyelenggaraan kegiatan konseling yang dapat memberikan ruang aman bagi pekerja muda untuk memahami kondisi psikologisnya sekaligus mengetahui cara-cara sederhana untuk mengelola *stress*.

Oleh karena itu, penulis menganggap penting untuk melaksanakan *event* Kelas Konseling Kesehatan Mental yang bekerjasama dengan Pusat Pembelajaran Keluarga (PUSPAGA) Kota Semarang sebagai lembaga yang kompeten dalam mendampingi isu-isu kesehatan mental keluarga dan masyarakat. Kegiatan ini

bertujuan membantu pekerja muda mengatasi tantangan psikologis serta menciptakan keseimbangan hidup yang lebih sehat. Sebagai bentuk dukungan, kegiatan utama berupa kelas konseling juga dilengkapi dengan Workshop Lilin Aromaterapi yang dirancang sebagai aktivitas kreatif sekaligus media *releasing stress*. Dengan demikian, peserta tidak hanya mendapatkan pemahaman melalui kelas konseling mengenai kesehatan mental, teknik regulasi emosi, manajemen *stress*, serta penerapan *work-life harmony*, tetapi juga mendapatkan pengalaman praktis dalam menyalurkan emosi melalui kegiatan yang bersifat menenangkan dan melepas stres. Untuk luaran yang dihasilkan diantaranya adalah penyelenggaraan event Kelas Konseling Kesehatan Mental dan Workshop Lilin Aromaterapi, yang didukung dengan *marketing communication* berupa karya flyer, spanduk, video *reels*, dan video *after event*.

4.2 Analisis Masalah

Pada tahap awal, penulis melakukan observasi di Pusat Pembelajaran Keluarga (PUSPAGA) Kota Semarang. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa banyak pekerja muda, khususnya pada rentang usia dewasa awal, datang untuk melakukan konseling karena mengalami berbagai tekanan baik dari sisi karir maupun keluarga yang menimbulkan kecemasan berlebih dan stres. Penulis melakukan wawancara langsung bersama Ibu Ratin, Kepala Admin Puspaga Kota Semarang, mengatakan bahwa untuk mengatasi dan mencegah pekerja muda khususnya kelompok dewasa awal mengalami kecemasan berlebih dan stres yang disebabkan oleh banyaknya tekanan yang bersumber dari karir dan keluarga bisa melalui diadakan sebuah kegiatan yang mana kegiatan tersebut bertujuan untuk menciptakan ruang aman dan memberi pemahaman mengenai kesehatan mental, cara manajemen stres, dan memahami peran diri baik dalam pekerjaan maupun dalam keluarga agar tercipta kehidupan yang seimbang. Penulis juga menyebarkan kuesioner yang diisi oleh kelompok dewasa awal dengan mayoritas pekerja muda di Kota Semarang, apakah mereka merasa cemas atau gelisah karena tekanan karir ataupun keluarga, dan berdasarkan hasil kuesioner mayoritas responden menyatakan sering. Maka dari itu, penulis dan PUSPAGA Kota Semarang telah berdiskusi bahwa diperlukan adanya gagasan dalam melakukan *event management*

yang dapat memberi ruang aman serta pemahaman kesehatan mental dan mampu menempatkan diri dalam berbagai peran agar tercipta kehidupan yang lebih sejahtera dan berkualitas khususnya bagi pekerja muda kelompok dewasa awal yang sedang mengalami berbagai tantangan dan transisi dalam kehidupannya.

Di samping itu, berdasarkan hasil kuesioner yang penulis sebariskan kepada pekerja muda di Kota Semarang, apakah mereka melakukan aktivitas relaksasi untuk mengatasi stres akibat tekanan, hasil kuesioner menyatakan bahwa masih banyak pekerja muda yang menyatakan jarang, dan hanya sedikit yang menyatakan sering. Maka dari itu, selain gagasan kegiatan Kelas Konseling Kesehatan Mental, dibutuhkan inovasi berupa sarana praktis untuk *releasing stress* melalui Workshop Lilin Aromaterapi sebagai aktivitas untuk menyalurkan emosi melalui media kreatif.

4.3 Proses Pelaksanaan Pengkaryaan Event

Proses pengkaryaan dalam *event* ini dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Setiap tahapan dirancang agar kegiatan dapat berjalan sistematis, terarah, serta menghasilkan karya komunikasi yang efektif. Dalam penyusunan dan pelaksanaannya, tim juga membagi peran agar setiap tugas terselesaikan sesuai kapasitas masing-masing. Alenda Al Kautsar nafi berperan sebagai *event planner* yang mengatur alur acara, koordinasi teknis, serta memastikan kegiatan berjalan sesuai jadwal. Sementara itu, penulis, Apreza Indah Kusumawati bertugas sebagai *marketing communication*, dengan tanggung jawab merancang karya publikasi sekaligus mengelola strategi komunikasi agar *event* mampu menjangkau audiens secara luas.

4.3.1 Hasil Tahap Pra-Produksi

Sebagai bagian *marketing communication*, tahap pra-produksi merupakan tahapan penting bagi penulis untuk mengidentifikasi kebutuhan audiens seperti siapa target peserta, preferensi komunikasi yang relevan. Hasil dari proses ini kemudian menjadi dasar dalam penyusunan konsep karya promosi, baik dari aspek warna, tipografi, maupun tata letak, sehingga pesan dapat tersampaikan secara efektif, selaras dengan karakteristik audiens dan tujuan penyelenggaraan acara.

4.3.1.1 Riset Awal

Tahap riset menjadi landasan utama dalam merancang *event*. Riset dilakukan untuk memahami kebutuhan audiens, khususnya kelompok dewasa awal yang mayoritas merupakan pekerja muda di Kota Semarang. Hasil riset menunjukkan bahwa banyak dari mereka mengalami tekanan karir dan keluarga, yang berdampak pada kondisi psikologis, sehingga membutuhkan wadah untuk mendapatkan dukungan sosial serta pemahaman mengenai kesehatan mental.

Selain menggali kebutuhan peserta, dalam konteks tugas *marketing communication*, pada tahap ini penulis juga menggali informasi tentang upaya publikasi kegiatan yang sudah pernah dilakukan oleh PUSPAGA Kota Semarang sebelumnya untuk menemukan kelebihan dan kekurangan yang bisa dijadikan pembelajaran, menganalisis format publikasi berupa video reels dan feed untuk flyer, hingga kebutuhan informasi utama yang wajib ditampilkan, seperti nama dan tema acara, tanggal, tempat, hingga narasumber. Selain itu, dilakukan identifikasi preferensi visual berupa warna yang menenangkan, tipografi, dan layout informatif yang disesuaikan dengan karakteristik audiens yaitu kelompok dewasa awal khususnya pekerja muda. Dengan riset tersebut, penulis dapat memastikan karya yang dibuat nantinya sesuai dengan kebutuhan audiens sekaligus mendukung keberhasilan publikasi acara.

4.3.1.2 Penentuan Gagasan *Event* dan Pengkonsepan Karya

a. Penentuan Gagasan *Event*

Pada tahap ini, penulis bersama pihak PUSPAGA Kota Semarang kemudian merancang sebuah kegiatan Kelas Konseling bertajuk “Work-Life Harmony: Selaras Antara Karir, Keluarga, dan Diri”, dan Workshop Lilin Aromaterapi. Acara ini diselenggarakan pada Sabtu, 23 Agustus 2025, bertempat di Gedung PUSPAGA, Jalan Durian Raya, Kecamatan Banyumanik, Kota Semarang. Kegiatan ini dirancang sebagai jawaban atas kebutuhan yang teridentifikasi melalui hasil riset awal. Program ini diinisiasi sebagai bentuk inovasi yang berangkat dari permasalahan

nyata yang dihadapi pekerja muda, khususnya mereka yang menjalani konseling di PUSPAGA Kota Semarang terkait tekanan karir maupun keluarga yang menimbulkan kecemasan dan *stress*.

Event ini hadir dengan menggabungkan dua bentuk kegiatan, kegiatan utama adalah kelas konseling, dengan tambahan inovasi kegiatan berupa workshop kreatif. Kelas konseling berfokus pada peningkatan pemahaman peserta mengenai kesehatan mental, teknik regulasi emosi, strategi mengatasi kecemasan, hingga penerapan konsep *work-life harmony* dalam kehidupan sehari-hari. Sementara itu, workshop pembuatan lilin aromaterapi dipilih sebagai aktivitas kreatif yang berfungsi sebagai media pelepas *stress*, sekaligus sarana praktik *self-care* melalui lilin aromaterapi. Selain itu, sesi tanya jawab terbuka dengan psikolog klinis juga disiapkan untuk memberikan ruang bagi peserta dalam berbagi pengalaman, menyampaikan permasalahan, dan memperoleh solusi langsung dari ahli.

b. Pengkonsepan Karya

Dalam tahap ini, penulis bersama dengan pihak PUSPAGA Kota Semarang juga mendiskusikan perencanaan karya yang akan digunakan sebagai media promosi dan publikasi. Diskusi ini tidak hanya menekankan pada kegiatan, tetapi juga pada aspek visual dan teknis yang mendukung branding kegiatan.

Penulis berperan aktif sebagai divisi *marketing communication* dengan menyusun rancangan karya untuk promosi dan publikasi *event*. Untuk mendukung kegiatan ini, penulis membuat karya berupa flyer, spanduk, video *reels*, dan video *after event*.

Dalam proses pengkonsepan karya, terdapat beberapa poin yang menjadi fokus penulis, antara lain:

- Pemilihan warna dan tipografi: warna yang akan dipilih disesuaikan dengan citra acara yang hangat, profesional, dan menenangkan, sehingga mampu mencerminkan tema kegiatan. Tipografi yang akan

dipilih sederhana namun tetap tegas agar mudah dibaca di berbagai media publikasi.

- Penentuan layout: hal ini mencakup rencana penentuan tata letak teks, seperti penempatan judul, tempat, waktu kegiatan.
- Logo dan identitas acara: hasil diskusi menentukan bahwa karya harus membuat logo penyelenggara utama hingga fakultas atau universitas.
- Visualisasi narasumber: mencakup rencana penempatan foto narasumber. Penempatan gambar narasumber dirancang agar proporsional dan tetap menonjol tanpa mendominasi keseluruhan desain.

Proses diskusi dan penyelarasan konsep ini penting agar karya publikasi yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga menyampaikan informasi secara jelas, akurat dan konsisten dengan identitas acara.



Gambar 4. 1 Riset Awal dengan DP3A dan PUSPAGA Kota Semarang

4.3.2 Hasil Tahap Produksi

Pada tahap produksi, penulis merealisasikan hasil perencanaan menjadi karya publikasi yang terdiri dari flyer, spanduk, video *reels*, dan video *after event*. Tiap karya memiliki fungsi dan format yang disesuaikan dengan kebutuhan promosi dan publikasi acara. Berikut penulis sajikan proses produksi karya hingga perubahan-perubahan yang terjadi pada desain saat pengerjaannya.

4.3.2.1 Flyer

Flyer merupakan media komunikasi cetak berukuran kecil yang berisi informasi singkat dan padat mengenai suatu cara, produk, atau layanan, yang didistribusikan langsung kepada target audiens dengan tujuan menarik perhatian dan menyampaikan informasi secara cepat. Dalam proses pembuatan flyer, penulis memberikan kontribusi sebagai berikut:

- Menyusun desain serta tata letak yang menarik sehingga pesan dapat tersampaikan dengan efektif dan mudah dipahami oleh pembaca.
- Menentukan penggunaan jenis font dan warna yang tepat agar teks terlihat dan dapat dibaca dengan jelas sekaligus estetik, sehingga mampu meningkatkan daya tarik flyer.
- Mengatur konten secara singkat dan padat yang mencakup informasi penting seperti nama dan tema acara, tanggal dan waktu acara, narasumber, hingga lokasi, sehingga flyer dapat menyajikan gambaran informasi yang lengkap.

Flyer yang digunakan dalam kegiatan ini mengalami beberapa penyesuaian dari rancangan awal.



Gambar 4. 2 Perbandingan Desain Awal dan Desain Final Flyer

Gambar 4.2 merupakan rancangan awal desain flyer yang dibuat penulis. Dalam desain tersebut, nama kegiatan hanya dicantumkan secara umum tanpa menyertakan tema acara. Pemilihan warna menggunakan kombinasi kombinasi putih, kuning muda, merah muda keunguan, hijau, dan orange. Perpaduan warna tersebut dinilai masih terlalu mencolok sehingga kurang menghadirkan kesan profesional dan ketenangan, sesuai dengan nama dan tema kegiatan. Selain itu, flyer awal masih belum informatif karena tidak mencantumkan informasi mengenai workshop, foto narasumber yang valid, informasi benefit serta materi kegiatan, dan penempatan logo yang belum sesuai urutan. Flyer juga belum menyisakan ruang untuk logo sponsor maupun media partner. Pada bagian judul, penggunaan efek *shadow* juga menjadikan tampilan kurang tegas dan profesional. Waktu kegiatan yang ditampilkan juga belum sesuai, sementara kode QR yang tertera masih berupa kode fiktif sebagai gambaran awal.

Setelah dilakukan diskusi dan evaluasi bersama mitra, dilakukan beberapa penyesuaian penting untuk menghasilkan flyer versi final seperti pada gambar di atas. Latar flyer diubah menjadi gradasi dua warna, yaitu putih dan kuning muda, yang dipilih karena melambangkan ketenangan, dan memberi kesan lebih bersih. Penempatan logo disusun kembali sesuai kesepakatan, yaitu logo DP3A di bagian awal, diikuti logo program studi dan universitas, kemudian logo PUSPAGA.

Perubahan juga terjadi pada narasumber, di mana Dra. Sih Wahyu Nurhastanti, M.M. digantikan oleh dr. Noegroho Edy Rijanto, M.Kes. sesuai hasil konfirmasi terbaru. Nama dan tema kegiatan diperbarui agar selaras dengan konsep acara, begitu pula dengan penyesuaian waktu pelaksanaan agar informasi tetap valid.

Selain itu, flyer versi final telah dilengkapi dengan informasi materi dan benefit yang lengkap, QR *code* serta link terhubung langsung ke Google Form pendaftaran, serta ruang khusus untuk media partner dan sponsor. Tata letak elemen visual juga diperbaiki agar lebih proporsional, termasuk pemindahan posisi kode QR dan link pendaftaran dari kiri ke kanan. Secara keseluruhan, hasil desain akhir lebih komunikatif, profesional, serta mampu menyampaikan informasi inti acara dengan jelas.

4.3.2.2 Spanduk

Spanduk merupakan media komunikasi visual yang memuat gambar maupun pesan tertentu untuk menjangkau audiens secara luas. Pada pembuatan spanduk kegiatan ini, penulis berperan aktif dalam memberikan kontribusi yang signifikan, meliputi:

- Menyusun dan menempatkan informasi utama, seperti nama dan tema kegiatan, tempat dan waktu pelaksanaan, serta informasi narasumber secara strategis agar mudah dipahami peserta.
- Menentukan jenis *font* yang sesuai dengan tema acara agar teks mudah dibaca sekaligus menarik perhatian.
- Mengatur gambar narasumber secara proporsional sehingga tampilan visual terlihat informatif dan lebih menarik.
- Memilih bahan Flexy berukuran 2,50 x 1,80 meter yang dinilai lebih tahan lama dan mampu memberikan hasil cetak yang berkualitas.

Spanduk yang digunakan dalam kegiatan ini mengalami beberapa penyesuaian dari rancangan awal.



Gambar 4. 3 Perbandingan Desain Awal dan Desain Final Spanduk

Desain awal spanduk ini menggunakan latar belakang putih dengan gradasi pink keunguan, dipadukan dengan aksan hijau tua pada judul utama. Warna tersebut dipilih karena mencerminkan kehangatan, feminin, dan emosional sehingga nuansa visualnya terasa lebih ramah dan energik. Desain spanduk ini belum memuat informasi tema kegiatan, foto narasumber juga belum disesuaikan menjadi foto narasumber yang valid, informasi mengenai waktu kegiatan juga masih belum disesuaikan dengan tanggal kegiatan valid. Pemilihan warna masih di rasa terlalu identik dengan audiens perempuan, sehingga kurang netral untuk menjangkau target audiens. Penempatan logo juga masih belum sesuai dengan kesepakatan penulis dengan mitra. Lalu, pada desain tersebut masih belum ada ruang untuk media partner dan sponsor.

Setelah berdiskusi ulang dengan mitra, terdapat beberapa perubahan pada desain spanduk ini sehingga menghasilkan spanduk final. Latar belakang diubah menjadi gradasi warna putih dan kuning muda yang memberikan Kesan lebih netral

dan lembut, tidak terlalu mencolok seperti desain spanduk awal. Selain itu, alasan lain memilih warna ini karena agar tetap senada dengan desain flyer, sehingga menimbulkan kesan profesional dan konsisten pada media promosi. Pada desain spanduk final, penempatan logo sudah disesuaikan urutannya, yaitu logo DP3A, logo program studi dan universitas, disusul dengan logo PUSPAGA. Mengenai nama dan tema kegiatan sudah dibuat lebih jelas dan sesuai dengan tema kegiatan terbaru. Terdapat perubahan pada foto narasumber, yang semula adalah Dra. Sih Wahyu Nurhastanti, M.M. digantikan oleh dr. Noegroho Edy Rijanto, M.Kes. sesuai dengan konfirmasi terbaru.

Pada desain final spanduk juga telah dicantumkan logo media partner dan sponsor pendukung. Elemen dekoratif tetap digunakan, namun dengan opasitas lebih rendah sehingga tidak mendominasi desain. Selain itu, tata letak juga diperjelas jaraknya agar setiap pesan yang disampaikan dapat dibaca dengan jelas. Perubahan ini mencerminkan komitmen penyelenggara terhadap kejelasan informasi dan profesionalitas kegiatan. Dengan kontribusi yang diberikan, penulis menghasilkan spanduk yang informatif untuk mendukung kelancaran kegiatan.

4.3.2.3 Video Reels

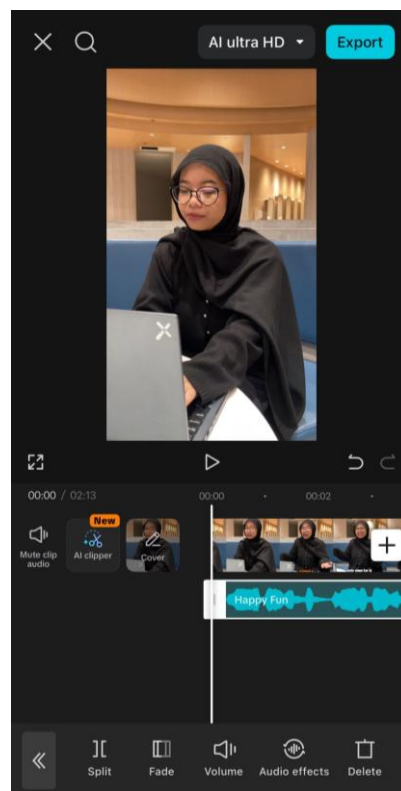
Video reels merupakan konten kreatif berbasis digital yang dibuat untuk menarik perhatian audiens dan merupakan salah satu media publikasi *event*. Dalam hal ini, penulis membuat video reels melalui pendekatan *storytelling* singkat yang diharap dapat menyampaikan pesan secara lebih dekat, *relatable*, dan *engaging* bagi audiens pekerja muda di *event* ini.

Dalam proses pembuatan video reels, penulis berperan aktif dengan kontribusi sebagai berikut:

- Menyusun ide dan konsep cerita dengan merancang alur konten agar sesuai dengan tema *Work-Life Harmony* dan tetap relevan dengan isu *stress* kerja.
- Membuat script dan narasi singkat dengan menyusun dialog sederhana yang komunikatif serta mudah diingat oleh audiens.

- Menentukan *talent* yang sesuai dengan karakter cerita, mampu menampilkan ekspresi natural, dan mewakili target audiens yaitu pekerja muda.
- Menyiapkan properti dan visual pendukung seperti laptop maupun kamera, dan flyer dalam format digital yang dapat ditampilkan di bagian akhir video, sebagai *call to action* mengikuti *event*.

Video reels sebagai media promosi dalam kegiatan ini mengalami beberapa penyesuaian dari hasil editing awal. Hasil editing awal video reels pada gambar di bawah ini belum memberikan informasi judul konten yang relevan dengan audiens. Selain itu, video juga belum menggunakan efek suara tambahan sehingga kesan emosional kurang menonjol. Penggunaan fitur pengurang kebisingan pun belum optimal karena masih terdengar adanya suara bocor.



Gambar 4. 4 Hasil Editing Video Reels Awal

Setelah melalui beberapa pertimbangan, penulis memperbaiki hasil editing kembali dengan menambahkan judul konten yang relevan dengan target audiens

utama, yaitu pekerja muda yang mengalami tekanan kerja. Judul tersebut ditampilkan menggunakan efek *highlight* dengan *font* berwarna oranye agar lebih tegas, menarik perhatian, jelas, sekaligus memberikan kesan energik. Efek suara tambahan serta *sound opening* juga disisipkan untuk mendukung suasana video reels yang lebih hidup dan emosional. Fitur pengurang kebisingan dioptimalkan sehingga kualitas audio menjadi lebih jelas. Secara keseluruhan, video reels final dilengkapi dengan transisi yang lebih halus, sehingga perpindahan setiap *footage* terlihat lebih menyatu, rapi, dan informatif. Perbaikan ini menjadikan tampilan video lebih menarik serta mampu mengundang audiens untuk berpartisipasi dalam *event* yang dipromosikan.



Gambar 4. 5 Hasil Editing Video Reels Awal

Dengan perencanaan dan tahap eksekusi konten yang matang, video reels berhasil disusun secara lebih terarah, dan mampu menyampaikan pesan utama secara jelas sekaligus menarik. Namun, dalam proses publikasi video reels nya, terjadi penyesuaian jumlah konten. Semula direncanakan dua video reels, tetapi hanya satu video reels yang dipublikasikan. Hal ini dikarenakan setelah video reels

pertama berhasil diunggah pada media sosial Instagram, kuota pendaftaran peserta langsung terpenuhi dalam waktu singkat. Untuk mengantisipasi agar tidak menimbulkan kekecewaan bagi calon peserta lain yang tidak mendapatkan kuota *event*, maka publikasi video reels kedua ditiadakan.

4.3.2.4 Video *After Event*

Video *after event* merupakan konten yang diproduksi setelah kegiatan berakhir dengan tujuan untuk mendokumentasikan jalannya acara sekaligus mempromosikannya kepada audiens yang lebih luas. Konten ini berfungsi sebagai media promosi yang efektif karena menampilkan rangkaian momen penting, suasana meriah, ekspresi hingga kesan pesan positif peserta dari terselenggaranya kegiatan Kelas Konseling dan Workshop kreatif. Dalam acara ini, video *after event* mengusung tema “Work-Life Harmony: Selaras Antara Karir, Keluarga, dan Diri”.

Dalam proses pembuatannya, penulis terlibat melalui beberapa kontribusi, antara lain:

- Menyusun alur narasi yang akan ditampilkan dalam video.
- Menyusun daftar *footage* penting yang harus direkam selama acara berlangsung.
- Membagi peran dan mengarahkan panitia yang bertugas sebagai tim dokumentasi, serta memberikan arahan teknis kepada tim agar proses dokumentasi berjalan dengan sistematis sesuai konsep dan daftar *footage*, sehingga tidak melewatkan momen penting.
- Memilih musik latar yang sesuai untuk mendukung suasana serta menegaskan pesan yang ingin disampaikan dalam video.

Dalam proses produksi video *after event* ini melalui dua tahap, yaitu tahap pengambilan foto dan video untuk *footage*, dan tahap editing.

1) Pengambilan Gambar dan Video (Publikasi dan Dokumentasi) Pelaksanaan *Event*

Proses pengambilan gambar dan video dilaksanakan secara menyeluruh selama acara berlangsung sebagai elemen penting dalam mendokumentasikan setiap rangkaian kegiatan. Dokumentasi visual ini tidak hanya berfungsi sebagai

arsip, tetapi juga dapat menjadi bahan utama untuk menarik perhatian audiens yang lebih luas. Seluruh hasil rekaman kemudian melalui tahap lanjutan seperti pengumpulan, seleksi *footage* terbaik setiap sesi nya, hingga pengeditan, guna menghasilkan video *after event* yang berkualitas dan sesuai dengan konsep awal. Video *after event* tersebut selanjutnya dipublikasikan melalui media sosial resmi PUSPAGA Kota Semarang sebagai strategi komunikasi berupa dokumentasi acara secara lengkap dan menarik, serta memperkuat citra lembaga.

Dalam pembuatan video *after event*, setiap potongan gambar perlu diolah secara rapi, terstruktur, dan kreatif, sehingga membutuhkan waktu dan ketelitian. Hal ini bertujuan agar video *after event* mampu menyampaikan pesan utama kegiatan secara jelas kepada penonton, serta menghasilkan video yang estetik. Sebelum proses pengambilan gambar dimulai, penulis lebih dulu memberikan briefing kepada panitia yang bertugas selama kegiatan berlangsung untuk memastikan koordinasi berjalan optimal. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab penuh dalam tahap editing, dengan mengolah setiap elemen untuk konten secara teliti agar hasil akhir sesuai dengan standar dan mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai pelaksanaan acara. Berikut penjelasan setiap cuplikan sesi kegiatan yang masuk dalam video *after event* :

a) Registrasi Ulang Peserta



Gambar 4. 6 Registrasi Ulang Peserta

Gambar di bawah menampilkan suasana registrasi ulang peserta yang dilakukan sebelum acara dimulai. Pada tahap ini, setiap peserta yang datang

diwajibkan melakukan konfirmasi kehadiran melalui penandatanganan daftar hadir yang telah disiapkan oleh panitia. Proses registrasi ini didokumentasikan sebagai bukti administrasi sekaligus bentuk transparansi penyelenggaraan kegiatan, yang nantinya akan dilaporkan pada akhir acara.

b) Opening Ceremony



Gambar 4. 7 *Opening Ceremony* oleh Ahmad Imam Muzani sebagai MC

Gambar ini memperlihatkan momen ketika *Master of Ceremony* (MC) memandu jalannya sesi pembukaan kelas konseling. Sebagai pemandu acara, MC memiliki peran utama dalam menciptakan kesan pertama yang positif. Acara dimulai dengan salam pembuka dan sapaan hangat kepada peserta dan pihak lain yang terlibat, yang bertujuan membangun suasana akrab, nyaman, serta kondusif sejak awal kegiatan. Selain itu, MC juga menyampaikan informasi penting terkait tata tertib, aturan selama acara berlangsung, serta penjelasan mengenai susunan acara yang telah disiapkan panitia. Dengan adanya panduan tersebut, peserta dapat memahami alur kegiatan secara jelas, sehingga lebih tertib dan fokus dalam mengikuti seluruh rangkaian acara. Peran MC pada sesi ini menjadi kunci terciptanya awal acara yang lancar dan mendukung keberhasilan kelas konseling dan workshop secara keseluruhan.

c) Kata Sambutan Penyelenggara Kegiatan

Gambar ini memperlihatkan momen ketika penyelenggara kegiatan memberikan sambutan dalam sesi pembukaan acara. Pada kesempatan tersebut, panitia penyelenggara menyampaikan latar belakang penyelenggaraan kegiatan, tujuan dan harapan yang ingin dicapai, serta manfaat yang dapat dirasakan oleh peserta. Sambutan disampaikan secara formal, hangat, dan antusias, sehingga tercipta suasana yang profesional dan bersahabat. Sambutan ini tidak hanya sebagai pengantar resmi acara, tetapi juga merupakan sarana membangun kedekatan emosional antara penyelenggara dan peserta, sehingga menumbuhkan semangat partisipasi aktif sepanjang kegiatan berlangsung.



Gambar 4. 8 Kata Sambutan Penyelenggara Kegiatan oleh Apreza Indah

d) Kata Sambutan dari Kepala Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kota Semarang

Gambar di bawah menampilkan momen ketika Bapak dr. Noegroho Edy Rijanto, M.Kes, selaku Kepala DP3A Kota Semarang, memberikan sambutan resmi dengan menyampaikan apresiasi atas terselenggaranya kegiatan ini sebagai bentuk nyata kepedulian terhadap kesehatan mental pekerja muda di Kota Semarang. Beliau juga memaparkan peran PUSPAGA Kota Semarang sebagai layanan konseling, edukasi, dan pendampingan bagi keluarga, sekaligus menekankan pentingnya memanfaatkan fasilitas tersebut untuk mendukung kesehatan mental dan ketahanan keluarga.



Gambar 4. 9 Sambutan oleh dr. Noegroho Edy Rijanto, M.Kes, sebagai Kepala DP3A Kota Semarang

e) Pelaksanaan Kelas Konseling Kesehatan Mental

Gambar ini memperlihatkan suasana saat berlangsungnya sesi kelas konseling kesehatan mental yang menjadi bagian penting dalam rangkaian kegiatan. Pada kesempatan tersebut, narasumber yang berkompeten di bidangnya, yaitu Dr. Padmi Dhiyah, M.Psi., Psikolog memberikan penjelasan mengenai kesehatan mental, teknik regulasi emosi dan manajemen *stress*. Di samping itu, dijelaskan pula konsep *work-life harmony* yaitu keseimbangan antara tuntutan pekerjaan, keluarga, dan kehidupan pribadi. Materi disampaikan secara sistematis, aplikatif, hangat, dan menyenangkan sehingga peserta tidak hanya dapat memahami cara-cara praktis untuk mengelola tekanan, menjaga kesehatan mental, serta membangun keseimbangan peran dalam kehidupannya sehari-hari, tetapi juga merasa akrab dan saling mendapatkan dukungan dari peserta lainnya.

Selain penyampaian materi, gambar di bawah ini juga memperlihatkan interaksi aktif antara peserta dan narasumber melalui diskusi dan tanya jawab. Pada kesempatan ini, peserta dapat berbagi pengalaman pribadi, mengajukan pertanyaan serta berdialog langsung terkait masalah yang mereka hadapi, terutama mengenai tekanan dalam karir maupun keluarga. Interaksi ini menjadi

sarana efektif bagi peserta untuk memperdalam pemahaman sekaligus menemukan strategi dalam menerapkan *work-life harmony*. Dengan demikian, sesi konseling ini tidak hanya menambah wawasan, tetapi juga menguatkan kesiapan mental peserta dalam menyeimbangkan pekerjaan dan kehidupan pribadi.



Gambar 4. 10 Pengerjaan *Worksheets* oleh Peserta



Gambar 4. 11 Sesi Kelas Konseling oleh Ibu Dr. Padmi Dhiyah, M.Psi., Psikolog sebagai Narasumber PUSPAGA

f) Pelaksanaan Sesi Workshop Lilin Aromaterapi

Gambar ini memperlihatkan suasana workshop pembuatan lilin aromaterapi, yang berlangsung dengan Santai dan menyenangkan. Peserta

antusias menentukan *essential oil* sesuai aroma yang mereka sukai, sekaligus menghias lilin dengan *dried flower* pilihan masing-masing. Peserta juga aktif bereksperimen dengan kombinasi aroma dan dekorasi agar hasil lilin terlihat menarik. Dalam sesi ini, dipilih pula pemenang lilin aromaterapi terbaik dengan penilaian berdasarkan kreativitas desain dan hasil akhir, di mana pemenang mendapatkan hadiah *goodie bag*.

Selain menjadi aktivitas kreatif, workshop ini juga berfungsi sebagai media pelepas stress. Proses membuat dan menghias lilin membutuhkan kesabaran dan ketelitian agar lilin tidak pecah, memiliki tingkat kekeringan yang sesuai, dan teksturnya tetap terjaga sebelum memasuki tahap dekorasi lilin. Aktivitas ini memberi ruang bagi peserta untuk melatih *mindfulness* dan relaksasi, sehingga dapat menjadi salah satu cara sederhana dalam mendukung kesehatan mental.



Gambar 4. 12 Penjelasan Singkat Aroma Lilin Aromaterapi oleh PIC Koempoelbersama saat Workshop



Gambar 4. 13 Praktik Membuat Lilin Aromaterapi oleh Adelina, Peserta Workshop



Gambar 4. 14 Pemenang Lilin Aromaterapi Terbaik, Ibu Vita

g) Sesi Kuis Tanya Jawab Berhadiah

Gambar ini menampilkan momen saat sesi kuis tanya jawab berlangsung. Pertanyaan yang diberikan berkaitan dengan permasalahan pribadi maupun penerapan *work-life harmony*, seperti strategi mengelola *stress* atau cara menghadapi tantangan dalam pekerjaan hingga bagaimana menyikapi peran ganda sebagai orang tua dan pekerja. Saat sesi tanya jawab, peserta sangat antusias dan suasana ruangan terasa hangat serta akrab.



Gambar 4. 15 Tanya Jawab dan Konseling oleh Peserta yaitu Shafira Alimar



Gambar 4. 16 Tanya Jawab dan Konseling oleh Peserta yaitu Septiana



Gambar 4. 17 Tanya Jawab dan Konseling oleh Peserta yaitu Ami Mariyana

Sebagai bentuk apresiasi, panitia memberikan hadiah berupa *goodie bag* yang dinilai paling aktif dan memberikan jawaban terbaik. Momen ini tidak hanya menambah semangat peserta, tetapi juga menjadi cara untuk memperkuat pemahaman terhadap materi yang sudah disampaikan.



Gambar 4. 18 Pemberian Hadiah Kepada Peserta Terbaik saat Kelas Konseling, yaitu Firda, Novi, Harun, Shalim, dan Verena

h) Foto Bersama Penyelenggara, Panitia, dan Peserta

Gambar ini menangkap momen foto bersama seluruh peserta bersama panitia sebagai penutup rangkaian acara. Suasana dalam foto terlihat hangat, mencerminkan keberhasilan pelaksanaan kegiatan sekaligus ikatan positif yang terjalin selama seminar berlangsung. Dokumentasi ini tidak hanya menjadi kenang-kenangan visual, tetapi juga simbol apresiasi atas partisipasi aktif peserta serta kerja keras panitia dalam menyelenggarakan acara. Selain itu, sesi foto bersama juga menunjukkan semangat kolaborasi dan dukungan antara penyelenggara dan peserta. Foto-foto tersebut berfungsi sebagai dokumentasi resmi yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan laporan, promosi, maupun evaluasi kegiatan, sekaligus memperkuat citra profesionalisme penyelenggaraan kelas konseling dan workshop kreatif.



Gambar 4. 19 Foto Bersama Peserta Kelas Konseling dan Workshop bersama PUSPAGA Kota Semarang

Pada sesi ini, dilakukan pula penyerahan cendera mata kepada Kepala DP3A Kota Semarang dan Psikolog narasumber dari PUSPAGA Kota Semarang. Panitia memberikan bingkisan sebagai bentuk apresiasi atas kontribusi narasumber dalam membagikan ilmu dan pengalaman selama acara. Penyerahan ini dilakukan secara formal namun tetap hangat, menegaskan rasa hormat sekaligus menjaga hubungan baik antara penyelenggara dengan narasumber. Sesi foto bersama merupakan sesi yang berkesan, dengan suasana penuh penghargaan dan kebersamaan.



Gambar 4. 20 Penyerahan Simbolis Apresiasi kepada Kepala DP3A dan Psikolog PUSPAGA Kota Semarang

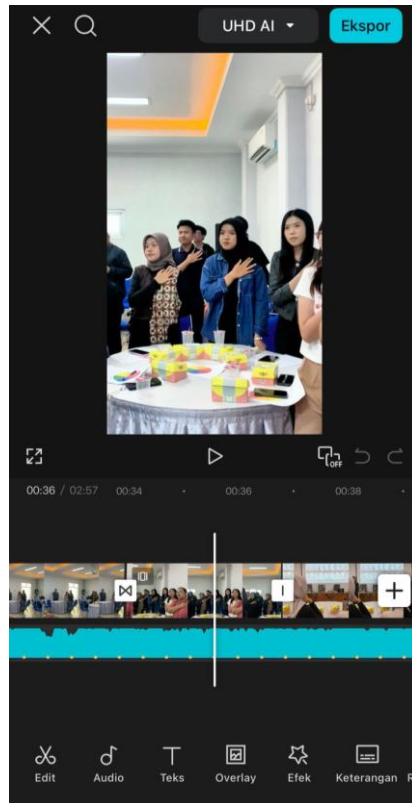
2) **Editing Video After Event**

Proses editing video *after event* merupakan bagian penting dari tahap pasca acara, karena berfungsi untuk merangkum seluruh jalannya kegiatan dalam bentuk dokumentasi visual yang menarik dan informatif. Tahap ini diawali dengan pemilihan dan pengelompokkan rekaman berdasarkan daftar *footage* yang sudah disusun sebelumnya. Dengan perencanaan tersebut, setiap momen penting yang terekam dapat disusun kembali dalam alur cerita yang jelas sehingga mudah dipahami penonton.

Setelah itu, rekaman yang dipilih masuk ke tahap pengolahan menggunakan aplikasi editing yaitu CapCut Pro. Proses pengeditan mencakup penataan urutan klip agar runtut, penyempurnaan aspek teknis seperti pencahayaan, kontras, kestabilan gambar, hingga pemilihan footage terbaik seperti keaktifan dan ekspresi peserta selama mengikuti acara. Dalam hal ini, aspek audio juga diperhatikan penuh agar musik latar dan *sound effect* untuk memperkuat nuansa yang ingin ditonjolkan. Elemen teks juga ditambahkan agar informasi yang disampaikan lebih mudah diterima oleh audiens.

Dengan langkah editing yang cermat dan terstruktur, video *after event* tidak hanya menjadi dokumentasi acara, tetapi juga sarana promosi yang efektif. Hasil akhir video diharap mampu menampilkan esensi kegiatan secara ringkas dan

estetik, sekaligus memberikan kesan positif terhadap penyelenggara, Hal ini menjadikan video *after event* sebagai media penting dalam memperkuat citra profesional dan menyebarkan dampak acara kepada audiens yang lebih luas.



Gambar 4. 21 Template Editing Video After Event

4.3.3 Hasil Tahap Pasca Produksi

4.3.3.1 Distribusi Karya

1) Distribusi pengunggahan Flyer dan Video Reels

Setelah proses editing desain flyer dan video reels selesai, kemudian masing-masing karya disimpan menggunakan kualitas tinggi agar hasil visual lebih jernih dan jelas. Flyer disimpan dalam format PNG, sementara video reels diekspor dalam format MP4. Kedua karya kemudian diserahkan kepada admin PUSPAGA Kota Semarang untuk diunggah melalui akun Instagram resmi milik PUSPAGA Kota Semarang.

Proses distribusi dilakukan secara terjadwal, flyer diunggah sebelum acara berlangsung sebagai media informasi utama mengenai tanggal, waktu, lokasi, dan narasumber. Sementara itu, video reels diunggah sebagai konten promosi yang bersifat lebih interaktif dan menarik secara visual, ini bertujuan untuk menciptakan *awareness* serta menarik perhatian audiens agar berpartisipasi. Pada tahap publikasi, unggahan ini juga memanfaatkan fitur kolaborasi akun dengan DP3A Kota Semarang, serta dukungan media partner, dengan tujuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Agar pesan promosi semakin efektif, flyer dan video reels dilengkapi dengan *caption* yang komunikatif serta menggunakan hashtag yang relevan untuk meningkatkan visibilitas di Instagram. Publikasi karya tersebut dapat diakses melalui tautan berikut:

- Flyer : [Link Instagram Unggahan Flyer](#)
- Video Reels : [Link Instagram Unggahan Video Reels](#)

2) Distribusi cetak Spanduk

Selain karya digital, terdapat media promosi dalam bentuk spanduk cetak. Spanduk dicetak melalui jasa percetakan Indoprinting dengan ukuran dan resolusi tinggi agar hasilnya jelas, konsisten, dan mudah dibaca dari jarak jauh. Spanduk dicetak sebagai media utama promosi pada hari-H pelaksanaan *event*. Media ini dipasang di lokasi acara, sehingga dapat langsung menarik perhatian audiens.

3) Distribusi pengunggahan Video After Event

Setelah proses pengambilan gambar sesuai rencana dan selesai melalui tahap editing, video *after event* kemudian di ekspor dengan kualitas tinggi ke dalam format MP4. File video tersebut kemudian diserahkan kepada admin PUSPAGA Kota Semarang untuk diunggah ke akun Instagram resmi, serta memanfaatkan fitur kolaborasi dengan akun resmi milik DP3A Kota Semarang.

Publikasi video *after event* dilakukan setelah kegiatan selesai, dengan tujuan untuk menampilkan kembali momen-momen penting selama acara berlangsung

melalui visual yang lebih menarik dan mudah dijangkau audiens. Selain berfungsi sebagai dokumentasi digital, video ini juga berfungsi sebagai media untuk menyampaikan kesan positif acara kepada publik. Melalui video ini, audiens yang hadir dapat mengenang kembali pengalaman mereka, sedangkan untuk audiens yang tidak hadir, tetap dapat merasakan suasana acara.

Untuk memperkuat jangkauan, publikasi video ini juga menggunakan caption informatif dan hashtag yang relevan. Dengan begitu, video dapat menjangkau lebih banyak audiens sekaligus meningkatkan jangkauan di media sosial. Hasil publikasi video *after event* dapat diakses melalui tautan berikut:

- Video *After Event*: [Link Instagram Video After Event](#)

4.3.3.2 Kerja Sama dengan Media Partner

Sebagai upaya memperluas jangkauan informasi mengenai *event*, penulis menjalin kerja sama dengan lima media partner yaitu: i-SWARA Radio Semarang, e-Radio Semarang, Info Event Semarang, Info Event Jateng, dan Event Terkini. Kolaborasi ini berfungsi untuk memperkuat publikasi melalui berbagai kanal digital, seperti Instagram *feed* maupun *story*, sehingga informasi acara dapat tersampaikan secara lebih luas dan menjangkau audiens baru di luar lingkaran akun publikasi utama.

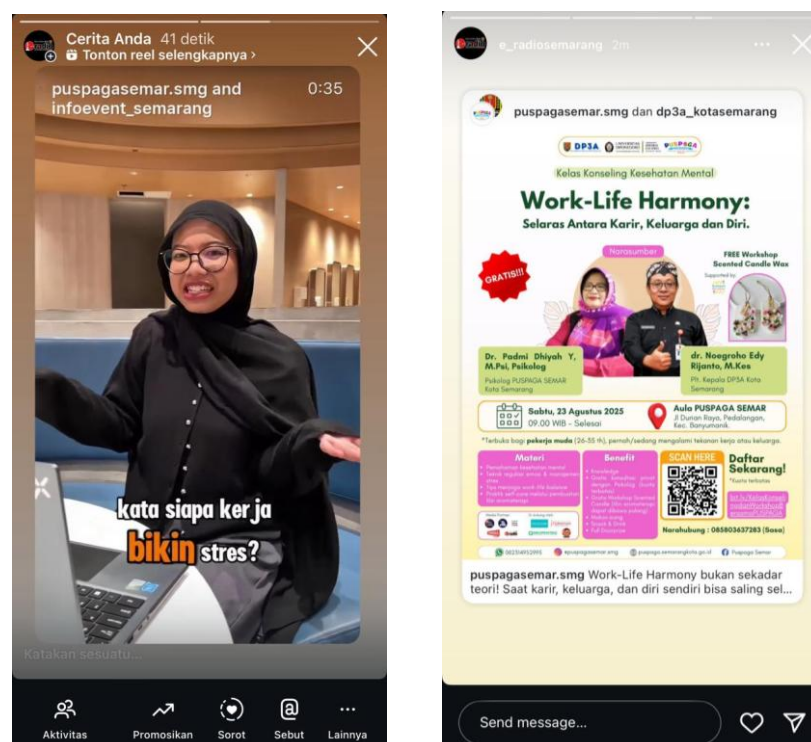
Adapun kontribusi penulis dalam tahap ini meliputi:

- Menghubungi media partner potensial untuk menawarkan kerja sama publikasi acara.
- Menyusun materi publikasi termasuk visual flyer serta *caption* yang dibutuhkan.
- Mengkoordinasikan jadwal unggah konten agar publikasi dari media partner selaras dengan promosi utama di akun penyelenggara.

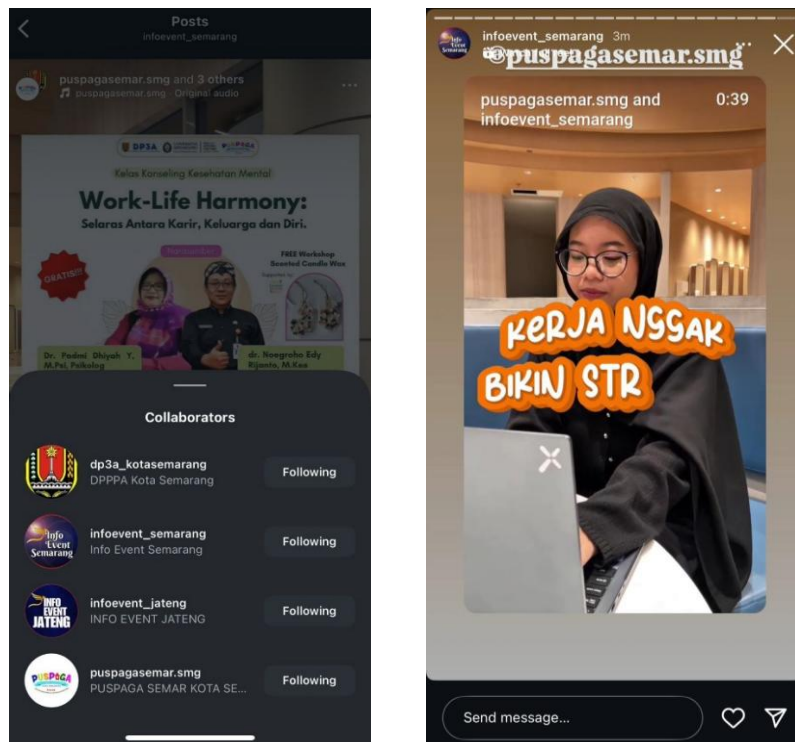
Melalui langkah-langkah tersebut, kerja sama dengan media partner berperan dalam mendukung promosi dan publikasi sehingga informasi acara bisa menyebar lebih luas dan mampu menarik audiens baru yang sebelumnya belum terjangkau.



Gambar 4. 22 Hasil Publikasi Flyer pada Feeds i-SWARA Radio dan Event Terkini sebagai Media Partner



Gambar 4. 23 Hasil Publikasi Flyer dan Reels pada Story Instagram e-Radio Semarang sebagai Media Partner



Gambar 4. 24 Hasil Publikasi Flyer pada Feeds PUSPAGA dengan Kolaborasi Akun dan Posting Story Reels oleh Media Partner

4.4 Analisis Hasil Karya

4.4.1 Hubungan Hasil Desain dengan Teori Elemen Visual

Berdasarkan landasan teori yang digunakan, yaitu elemen visual menurut Setiawan dkk (2025). Pada hasil karya berupa flyer, spanduk, video reels, dan video *after event* sebagai media promosi dan publikasi, penulis menerapkan elemen visual seperti warna, tata letak, dan tipografi untuk menghasilkan desain yang menarik sekaligus komunikatif. Elemen-elemen ini berperan penting dalam membentuk persepsi audiens serta menyampaikan informasi dengan lebih efisien. Melalui penerapan prinsip desain visual, karya yang dihasilkan menjadi lebih mudah dipahami, sehingga pesan inti dalam tersampaikan secara jelas dan tepat sasaran.

4.4.2 Hubungan Hasil Desain dengan Teori Media Promosi

Berdasar landasan teori yang digunakan, salah satunya media promosi dan publikasi menurut Raharjo et al., (2024), media promosi mencakup berbagai bentuk, seperti media cetak, media sosial/digital, media elektronik berbasis audio visual, serta media luar ruang. Pada karya yang dihasilkan, penulis memanfaatkan

kombinasi media cetak dan digital, yaitu flyer, spanduk, video reels, dan video *after event*. Media tersebut dipilih karena dinilai relevan untuk menyampaikan informasi secara luas. Dalam proyek ini, penulis membuat flyer, video reels, dan video *after event* berbasis digital, serta membuat spanduk cetak dengan tujuan utama untuk memperkenalkan informasi acara kepada calon peserta sekaligus menarik minat mereka untuk hadir.

4.5 Evaluasi Mitra

Berdasarkan hasil evaluasi dari pihak mitra, kegiatan dinilai telah berjalan dengan sangat baik, namun terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan agar pelaksanaan di masa mendatang dapat lebih optimal. Adapun catatan evaluasi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Durasi Kegiatan

Waktu yang dialokasikan, khususnya untuk sesi diskusi dan tanya jawab, seharusnya diberi alokasi waktu lebih panjang karena terlihat banyak peserta yang antusias bertanya ataupun berbagi pengalaman. Keterbatasan waktu membuat sebagian peserta belum sempat menyampaikan pertanyaan dan berdiskusi lebih mendalam. Hal ini perlu pertimbangan agar ke depan sesi interaktif bisa lebih maksimal.

2. Persiapan Alat Dokumentasi

Dari sisi dokumentasi, persiapan alat pendukung masih terbatas karena hanya mengandalkan ponsel sebagai media utama. Meskipun kualitas ponsel cukup memadai, namun kapasitas memori yang cepat penuh membuat proses pengambilan gambar sedikit terhambat sehingga menyebabkan momen penting beresiko terlewat.

3. Manajemen Peserta

Antusiasme peserta yang tinggi dari kalangan pekerja muda membuat penutupan pendaftaran belum konsisten. Selain itu, banyak calon peserta yang tidak terakomodasi karena kuota peserta sudah terpenuhi, dan terdapat keterbatasan ruang. Oleh karena itu, di masa mendatang diperlukan sistem

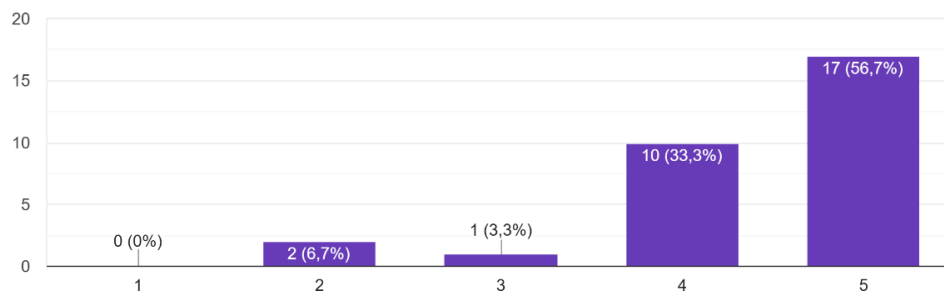
pendaftaran yang lebih terstruktur serta perluasan kuota peserta agar manfaat acara dapat dirasakan lebih banyak orang.

Meskipun ada beberapa catatan, pihak mitra tetap memberikan apresiasi terhadap kinerja dan hasil yang dicapai penyelenggara. Kegiatan ini dipandang berhasil menciptakan suasana yang hangat, interaktif, dan bermanfaat. Catatan evaluasi ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan dapat diimplementasikan untuk meningkatkan kualitas kegiatan selanjutnya, sehingga dampaknya semakin luas dan berkelanjutan.

4.6 Key Performance Indicator (KPI)

Berdasarkan metode evaluasi yang telah dijelaskan pada Bab III, keberhasilan implementasi strategi *marketing communication* pada kegiatan Kelas Konseling dan Workshop ini diukur dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada peserta setelah kegiatan selesai. Berikut disajikan hasil post-survei keberhasilan karya flyer, spanduk, video reels, dan video *after event* sebagai media promosi dan publikasi *event*:

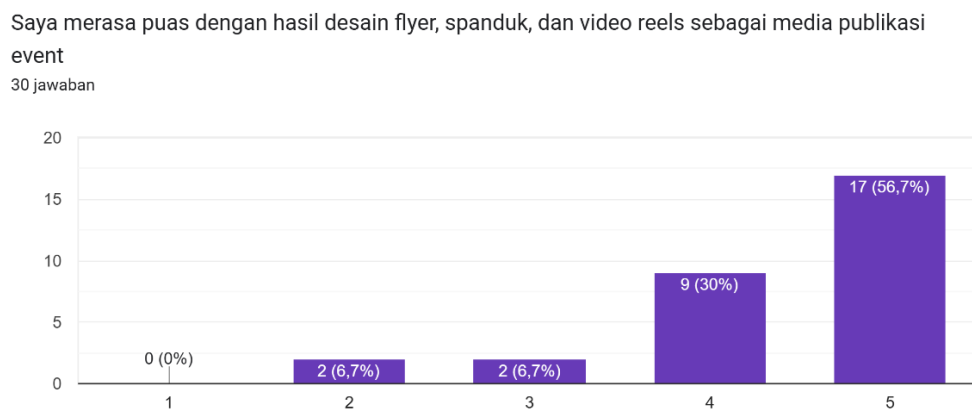
Flyer, spanduk, dan video reels event menyajikan informasi utama (judul, waktu, tempat, pembicara) dengan jelas dan mudah dipahami
30 jawaban



Gambar 4. 25 Penilaian Peserta terhadap Kejelasan Informasi Desain Karya

Berdasarkan diagram hasil survei terkait kejelasan informasi pada media publikasi (flyer, spanduk, dan video reels) pada gambar di atas, mayoritas peserta menilai bahwa informasi utama acara seperti judul, waktu, tempat, dan pembicara, tersaji dengan jelas dan mudah dipahami. Dari total 30 responden, sebanyak 17 orang (56,7%) memberikan penilaian tertinggi dengan skor 5 yaitu Sangat Setuju.

Sementara, 10 orang (33,3%) memberi skor 4, dan hanya sebagian kecil peserta yang menilai cukup, yaitu 1 orang (3,3%) dengan skor 3, serta 2 orang (6,7%) dengan skor 2 atau tidak setuju terhadap pernyataan tersebut. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa media publikasi acara sudah berhasil menyampaikan informasi inti dengan baik.

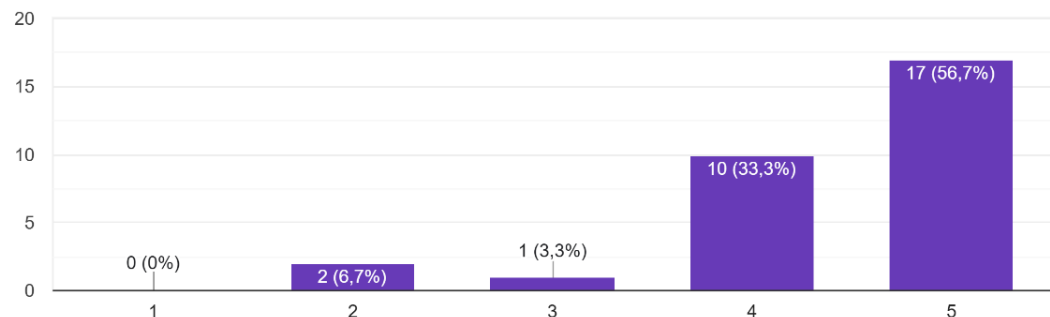


Gambar 4. 26 Penilaian Peserta terhadap Kepuasan Hasil Desain Flyer, Spanduk, dan Video Reels

Hasil survei terkait kepuasan peserta terhadap hasil desain publikasi (flyer, spanduk, dan video reels) *event* pada gambar di atas menunjukkan respon yang positif. Dari 30 responden, lebih dari setengahnya, yaitu sebanyak 17 orang (56,7%) menyatakan Sangat Setuju dengan skor 5, diikuti oleh 30% (9 orang) menyatakan Setuju dengan skor 4. Sementara itu, hanya sebagian kecil peserta yang memberi skor 3 atau Cukup sebanyak 2 orang (6,7%), serta 2 orang (6,7%) memberi skor 2 atau Tidak Setuju. Hasil ini menegaskan bahwa desain media publikasi yang digunakan sudah mampu memberikan kesan visual yang menarik dan memuaskan bagi mayoritas peserta.

Saya merasa puas dengan kualitas visual dan alur dari hasil video after event

30 jawaban



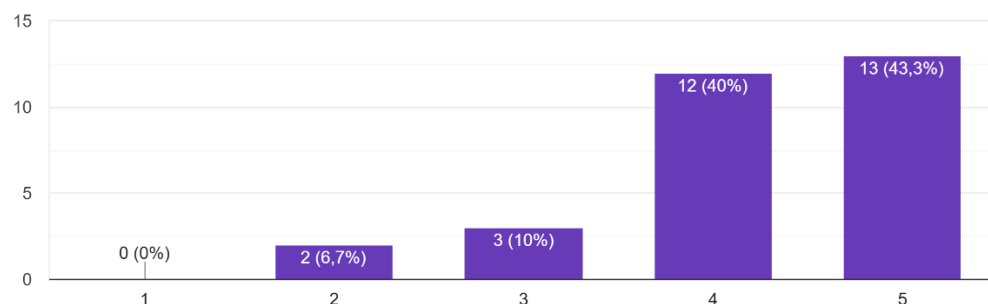
Gambar 4. 27 Penilaian Peserta terhadap Kualitas Visual Video After Event

Hasil survei kuesioner mengenai kepuasan peserta terhadap kualitas visual dan alur video *after event* pada gambar di atas menunjukkan banyak responden yang mengapresiasi dengan memberi skor tinggi atau menyatakan puas dengan hasil video *after event*. Dari 30 responden, sebanyak 56,7% (17 orang) menyatakan Sangat Setuju dengan memberi skor 5, hal ini menandakan bahwa mereka sangat puas terhadap hasil video. Disusul oleh 33,3% (10 orang) yang menyatakan Setuju dengan memberi skor 4, yang artinya, mereka merasa puas dengan kualitas visual maupun alur cerita yang disajikan. Di sisi lain, 3,3% (1 orang) memberi skor 3 atau netral, dan 6,7% (2 orang) memberi skor 2 atau Tidak Setuju terhadap pernyataan tersebut.

Secara keseluruhan, hasil survei ini mengindikasikan bahwa video *after event* dinilai berhasil menyampaikan rekap momen kegiatan dengan visual yang menarik dan alur yang runtut, sehingga mampu meninggalkan kesan positif pada mayoritas peserta. Meski begitu, masih terdapat penilaian yang memberikan skor 2, namun hal ini menjadi masukan berharga untuk mengasah dan memperbaiki kemampuan editing di kesempatan berikutnya.

Daya tarik visual pada karya flyer, spanduk, dan video reels mempengaruhi keputusan Saya untuk mengikuti event

30 jawaban



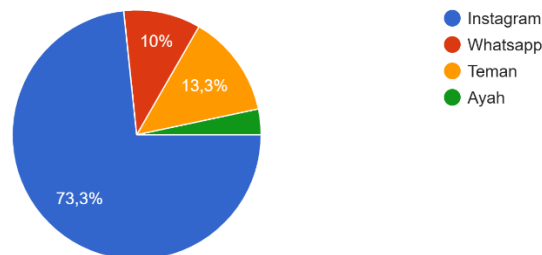
Gambar 4. 28 Hasil Survei Peserta terhadap Pengaruh Daya Tarik Visual Desain terhadap Keputusan Mengikuti Event

Hasil survei pada gambar di atas menjelaskan mengenai pengaruh daya tarik visual flyer, spanduk, dan video reels terhadap keputusan peserta untuk mengikuti *event* menunjukkan hasil yang positif. Dari jumlah keseluruhan 30 responden, sebanyak 13 orang (43,3%) memberi skor tertinggi (5) yang menyatakan Sangat Setuju terhadap pernyataan tersebut, dan 12 orang (40%) memberi skor 4 atau Setuju. Artinya, mayoritas peserta merasa visualisasi media publikasi memiliki peran besar atau menjadi salah satu faktor yang mendorong mereka untuk hadir di acara.

Sementara itu, 3 responden (10%) memberi skor 3, dan 2 responden (6,7%) memberi skor 2 atau Tidak Setuju terhadap pernyataan tersebut. Sehingga, dapat ditarik kesimpulan bahwa data ini memperlihatkan bahwa desain visual yang menarik, baik pada flyer, spanduk, maupun video reels, benar-benar menjadi salah satu faktor penting dalam keputusan audiens untuk terlibat pada *event*. Hal ini sekaligus menegaskan bahwa aspek visual merupakan salah satu elemen komunikasi yang berperan penting dalam strategi publikasi acara.

Mengetahui acara kelas Konseling Kesehatan Mental dan Workshop bersama PUSPAGA Kota Semarang ini dari mana?

30 jawaban



Gambar 4. 29 Hasil Survei Pengetahuan Peserta Mengenai Kelas Konseling Melalui Platform

Berdasarkan diagram di atas, hasil survei terkait sumber informasi peserta mengenai acara kelas konseling Kesehatan Mental dan Workshop bersama PUSPAGA Kota Semarang menunjukkan bahwa platform Instagram menjadi media utama, dengan 73,3% responden (22 orang) mengetahui *event* dari platform ini. Hal ini menegaskan peran dominan pemaksimalan media sosial Instagram sebagai saluran publikasi yang tepat dalam menjangkau audiens khususnya pekerja muda di Kota Semarang. Selain itu, 13,3% responden (4 orang) mengetahui acara ini melalui teman, 10% responden (3 orang) mendapat informasi mengenai acara ini melalui WhatsApp, dan 3,3% responden (1 orang) mengetahui acara ini dari ayahnya.

Hal ini memperlihatkan bahwa media sosial khususnya Instagram berhasil menjadi kanal komunikasi paling kuat, meski demikian jalur personal seperti rekomendasi atau ajakan teman dan keluarga juga tetap memberi kontribusi dalam menyebarkan informasi. Dengan demikian, strategi publikasi dapat terus mengoptimalkan Instagram, dengan dukungan media partner, namun juga tetap memaksimalkan upaya penyebaran informasi dengan *word of mouth* dan dukungan jaringan personal untuk memperluas jangkauan audiens.

Saran Anda terhadap hasil karya flyer, spanduk, video reels, dan video after event

30 jawaban

- Desain spanduk dan flyer sudah bagus, terlihat rapi dan profesional.
- Tulisan di flyer dan spanduk udah jelas, mungkin bisa sedikit diperbesar lagi font judul biar lebih stand out
- Durasi video reels dan after event nya pas, gak terlalu panjang, jadi enak ditonton sampai habis
- Flyer cukup informatif, tapi kelihatan agak penuh desainnya. Reels menarik, bikin aku tertarik daftar
- video after event bikin nostalgia suasana acara, ada testimoni peserta yang mendukung. pertahankan ya, jadi ngerasa ikut terlibat lagi setelah lihat video nya
- video after eventnya sudah bagus, video reels juga transisinya halus dan kekinian, desain spanduk dan flyer mudah dipahami
- Flyer dan spanduk memuat info yang jelas. untuk konten reels mungkin bisa diperbanyak ya
- Opening video bagus, font dan ukuran pada flyer dan spanduk juga jelas dibaca

Gambar 4. 30 Hasil Survei Peserta yang Memberikan Saran untuk Karya Flyer, Spanduk, Video Reels, dan Video After Event

Berdasarkan hasil saran yang diberikan oleh 30 responden, secara umum desain flyer, spanduk, video reels, dan video *after event* mendapatkan apresiasi positif. Flyer dan spanduk dinilai sudah rapi, memberi kesan profesional, dan mampu menyampaikan informasi acara dengan jelas. Namun, terdapat beberapa masukan agar ukuran *font* diperbesar atau dibuat lebih menonjol agar pesan yang ingin disampaikan dapat lebih *stand out*, dan agar hasil desain keseluruhan terlihat lebih atraktif.

Sementara itu, konten video reels dinilai informatif, menarik, memiliki durasi yang pas dan transisi yang halus, sehingga nyaman ditonton. Bahkan beberapa responden menilai reels yang dibuat dapat meningkatkan ketertarikan audiens untuk mengikuti acara. Juga terdapat saran untuk membuat variasi konten yang lebih beragam.

Adapun mengenai video *after event*, dinilai paling berhasil dalam membangkitkan suasana. Responden menilai video ini mampu menghadirkan kembali nuansa acara, menampilkan kesan pesan peserta yang mendukung, serta

menghadirkan *storytelling* yang membuat audiens merasa kembali terlibat dalam *event*. Durasi video juga sesuai, efektif, mudah dinikmati.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa materi publikasi *event* telah berhasil memenuhi standar, baik dari sisi komunikasi atau kejelasan informasi, dan daya tarik visual. Meskipun begitu, optimalisasi pada aspek desain flyer dan spanduk tetap dibutuhkan, khususnya pada ukuran *font*, komposisi desain dan tampilan visual agar tidak terkesan terlalu penuh. Dengan demikian, karya publikasi yang telah dihasilkan tidak hanya optimal dalam menyampaikan informasi, tetapi juga mampu memberikan kesan komunikasi visual yang lebih kuat dan menarik bagi audiens.

4.7 Keberlanjutan (*Sustainability*) Program Event

Keberlanjutan dari kelas konseling dan workshop bertajuk “Work-Life Harmony: Selaras Antara Karir, Keluarga, dan Diri” ini tidak hanya ditentukan dari kualitas penyelenggaraan kegiatan pada hari-H saja, melainkan juga bagaimana pengetahuan, pengalaman, serta koneksi yang terbentuk tetap berkembang dan aktif meski setelah acara sudah selesai.

1. Distribusi Materi Digital Pasca Acara

Peserta diberi akses lengkap materi digital yang dipaparkan saat kelas konseling. Materi ini dibagikan melalui grup WhatsApp resmi sebagai sarana tindak lanjut. Langkah ini memungkinkan peserta untuk mempelajari kembali materi secara mandiri dan berulang, sehingga manfaat dari acara tetap berlanjut meski kegiatan telah selesai. Dengan adanya akses digital, peserta diharapkan lebih siap dalam menjaga kesehatan mental dan menerapkan konsep *work-life harmony* di kehidupan sehari-hari. Selain itu, peserta juga diberikan tugas tambahan untuk menuliskan komitmen jangka panjang.

2. Akses Layanan Konsultasi *One-on-One* dengan Psikolog

Peserta diberikan akses antrean untuk mendaftar sesi konsultasi secara *one-on-one* dengan Psikolog PUSPAGA Kota Semarang apabila membutuhkan konseling lanjutan. Hal ini merupakan bentuk tindak lanjut bagi peserta yang

membutuhkan pendampingan tenaga profesional secara berkelanjutan dalam menghadapi permasalahannya.

3. Efek Relaksasi Jangka Panjang

Workshop lilin aromaterapi tidak hanya memberi pengalaman langsung, tetapi juga membekali peserta dengan keterampilan kreatif yang dapat terus dipraktikkan di rumah sebagai bentuk aktivitas *mindfulness*. Selain itu, hasil lilin aromaterapi yang dibawa pulang dapat digunakan sebagai media relaksasi sehari-hari di rumah, sekaligus menjadi pengingat positif bagi peserta akan pentingnya menjaga *work-life harmony* dan kesehatan mental.

4. Mengusulkan Event Kelas Konseling dengan Gabungan Inovasi Workshop Kreatif sebagai Program Rutin PUSPAGA Kota Semarang

Setelah berdiskusi dengan pihak PUSPAGA Kota Semarang, disepakati bahwa kegiatan kelas konseling yang dipadukan dengan workshop kreatif akan dijadikan program rutin. Integrasi kedua kegiatan ini tidak hanya memberi pemahaman mengenai kesehatan mental, tetapi juga menghadirkan pengalaman praktik langsung melalui aktivitas *mindfulness* yang berfungsi sebagai media relaksasi dan pelepas *stress*. Dengan kombinasi tersebut, manfaat kegiatan diharap dapat terus berlanjut dalam jangka panjang, mendukung pertumbuhan pribadi maupun profesional peserta secara berkelanjutan.

5. Mengusulkan Daftar Media Partner untuk Memperluas Jangkauan Promosi Event

Memberikan daftar media partner baik lokal maupun komunitas untuk bekerja sama memperluas publikasi acara agar pesan mengenai kelas konseling dan workshop dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Kolaborasi ini juga mendukung profesionalitas acara sekaligus membuka peluang sinergi untuk keberlanjutan kegiatan serupa di masa mendatang.

4.8 Hambatan dan Solusi

Dalam pelaksanaan kegiatan Kelas Konseling dan Workshop, penulis mengalami kendala yang muncul di berbagai aspek, seperti teknis maupun logistik. Setiap hambatan tersebut kemudian dicari jalan keluarnya agar

pelaksanaan acara tetap berjalan lancar. Berikut penjelasan mengenai kendala yang dihadapi beserta solusi yang diterapkan:

1. Kurangnya fasilitas berupa meja dari Gedung PUSPAGA

Gedung PUSPAGA Kota Semarang tidak memiliki fasilitas meja yang memadai untuk digunakan dalam kelas konseling dan workshop.

2. Efisiensi Anggaran

Adanya keterbatasan dana yang menyebabkan penulis harus menyesuaikan kebutuhan acara, kuota peserta, dengan anggaran yang tersedia.

3. Kendala Teknis Pemutaran Video sebagai Ice Breaking dalam Kelas Konseling

Video yang dibutuhkan untuk *ice breaking* terkendala saat pemutaran, sehingga terjeda beberapa menit.

4. Kurangnya Alat Dokumentasi

Alat dokumentasi yang digunakan terbatas dalam segi memori, sehingga menyebabkan dokumentasi kegiatan kurang maksimal.

Adapun solusi dari kendala di atas adalah:

1. Mengupayakan peminjaman atau penyewaan meja untuk kelas konseling dan workshop agar acara berlangsung dengan nyaman dan lebih profesional.
2. Menyusun kembali prioritas kebutuhan anggaran, mencari sponsorship dengan berbagai pihak untuk mendukung pendanaan kegiatan.
3. Mencari alternatif video *ice breaking* yang sama menggunakan YouTube, lalu menyambungkannya dengan proyektor agar acara dapat berjalan dengan lancar dan tetap menyenangkan tanpa mengganggu sesi berikutnya.
4. Mengupayakan peminjaman kamera ponsel dari panitia agar hasil dokumentasi lebih optimal dan tidak melewatkan momen penting.