

pengoptimalisasian strategi komunikasi *digital* Pemkot Semarang dalam mensosialisasikan layanan publik.

1.5 Luaran

Produksi konten kreatif mengenai prosedur layanan aduan kegawatdaruratan 112 di Pemerintah Kota Semarang dan Modul Layanan Kegawatdaruratan Indonesia.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Sejumlah peneliti terdahulu telah meneliti mengenai layanan call center kegawatdaruratan, terutama Layanan Call Center 112 di Kota Semarang yang diteliti oleh Melinda et al. (2022.) dengan judul penelitian *"Efektivitas Layanan Call Center 112 dalam Meningkatkan Pelayanan Gawat Darurat di Kota Semarang"*. Hasil penelusuran tersebut menunjukkan bahwa efektivitas layanan kegawatdaruratan sangat dipengaruhi oleh kejelasan dan ketepatan prosedur yang berlaku. Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya mekanisme yang terstruktur dalam menangani aduan kegawatdaruratan dapat meningkatkan *respons* dan kepuasan masyarakat terhadap layanan yang diberikan. Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas topik yang serupa, seperti penanganan dan koordinasi lintas lembaga dalam layanan kegawatdaruratan. Meskipun terdapat kesamaan dalam topik yang dibahas, setiap penelitian memiliki fokus yang berbeda, seperti integrasi teknologi atau pelatihan sumber daya manusia.

Ketidakjelasan yang diidentifikasi dari penelitian sebelumnya menunjukkan betapa pentingnya persebaran informasi mengenai prosedur

aduan kegawatdaruratan 112 di Pemerintah Kota Semarang sebagai panduan untuk menangani aduan dengan efektif. Studi oleh (Supriyanto & Noegroho, 2024) dengan judul artikel *"Media Sosial dalam Efektivitas Komunikasi Pelayanan Publik Instansi Pemerintah Daerah"* menyatakan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam mensosialisasikan layanan publik karena menyediakan sebuah wadah yang luas dan cepat kepada masyarakat untuk mengakses informasi tentang kebijakan, program, dan layanan publik. Hal ini meningkatkan aksesibilitas informasi dan memungkinkan interaksi dua arah antara pemerintah dan masyarakat, yang bertujuan untuk meningkatkan transparansi serta akuntabilitas dalam proses pengambilan keputusan.

Studi Melinda et al (2022). kembali menekankan pentingnya prosedur yang terstandarisasi dalam layanan kegawatdaruratan untuk mencegah kebingungan masyarakat saat melaporkan situasi darurat. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk membentuk video konten sosialisasi layanan publik mengenai prosedur call center 112, yang menargetkan permasalahan yang terjadi khusus di Pemkot Semarang. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi hambatan yang dihadapi serta solusi yang dapat diterapkan dalam prosedur tersebut untuk meningkatkan kualitas layanan dan memastikan respons cepat terhadap aduan kegawatdaruratan. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi yang unik dalam konteks pemaparan informasi pada masyarakat Kota Semarang.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Humas

Berdasarkan fungsinya, humas adalah suatu fungsi manajemen yang bertujuan untuk membangun hubungan antara institusi dengan pihak-pihak yang terlibat dalam dan luar. memenuhi keinginan publik dan memberikan saran kepada pimpinan manajemen untuk tujuan dan keuntungan bersama (Wahyuni Multi et al., 2019).

Oleh karena itu, humas berfungsi sebagai penghubung antara organisasi dan masyarakatnya; ini termasuk publik *internal* dan *eksternal*.

2.2.2 Tujuan Humas

Membangun dan mempertahankan hubungan yang baik antara organisasi atau bisnis dengan berbagai pihak terkait, seperti publik, media, pemerintah, dan pelanggan, adalah salah satu tujuan humas. Salah satu tujuan humas adalah menjaga agar persepsi dan citra publik tetap positif dan memberikan informasi yang jujur dan transparan tentang organisasi tersebut. Selain itu, humas bertanggung jawab untuk mempromosikan kegiatan dan pencapaian organisasi serta menangani dan mengatasi krisis atau masalah yang mungkin muncul. Tujuan utama humas adalah untuk membangun kepercayaan, meningkatkan reputasi, dan menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan berbagai pihak yang berhubungan dengannya. Menurut Onong Uchjana Efendy (Ruslan, 1997:9) dalam karya ilmiah berjudul "Peran Humas Dalam Membentuk Citra Positif Pada Pemerintah Kota Medan" (Zikri & Simon, 2019) mengatakan bahwa tujuan humas Adalah sebagai berikut:

1. Membantu kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi,
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dan publik internal
dan eksternal,
3. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi kepada publik dan meminta pendapat publik,
4. Melayani publik dan memberi saran kepada pimpinan organisasi demi kepentingan umum,
5. Operasional dan organisasi humas adalah cara untuk membina hubungan harmonis antara organ organisasi dan

publik eksternal.

Maka dari itu, kesimpulan yang dapat diambil. Manajemen humas memainkan peran penting dalam mencapai tujuan organisasi dengan membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat internal dan eksternal. Ini dicapai melalui komunikasi dua arah, melayani publik, memberikan saran kepada pimpinan, dan mengoperasikan kegiatan humas untuk memperkuat hubungan antara organisasi dan masyarakat.

2.2.3 Peran Humas

Humas berfungsi sebagai jembatan antara perusahaan dan media serta mengumpulkan dan menyebarkan informasi tentang kebijakan, aktivitas, dan pencapaian perusahaan. Humas juga berperan dalam menciptakan citra atau kesan positif dari masyarakat terhadap kinerja perusahaan, terutama dalam konteks pemerintahan. (Zikri & Simon, 2020).

Artinya Humas tidak hanya dilakukan saat diperlukan, karena komunikasi adalah paling mendasar agar mendapatkan sebuah pelayanan yang prima untuk membuahkan citra atau reputasi yang *positif*.

2.2.4 Pengertian Pelayanan Prima

Proses pemenuhan kebutuhan adalah proses yang dilakukan secara langsung oleh orang lain, menurut Moenir dalam Mutaqin Z. dan Sumiati M. (2022). Pada dasarnya, ada dua jenis layanan yang diperlukan manusia: layanan fisik yang bersifat pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan oleh individu lain sebagai bagian dari organisasi, baik itu organisasi besar atau negara.

2.2.5 Pengertian Informasi

Informasi adalah data yang telah diubah menjadi bentuk yang dapat digunakan dan bermanfaat bagi mereka yang menerimanya, sehingga mereka dapat membuat keputusan

(Laudon & Laudon, 2012). Maka Informasi dapat diartikan sebagai data atau fakta yang telah diproses dan disajikan sehingga penerima dapat memahaminya dan menggunakannya untuk membuat keputusan atau tindakan. Informasi berharga jika dapat mengurangi ketidakpastian dan memberikan pemahaman tentang suatu situasi atau masalah.

2.2.6 Pengertian Standar Operasional Prosedur (SOP)

Menurut Sailendra (2015), Standar Operasional Prosedur (SOP) adalah pedoman yang digunakan untuk memastikan bahwa kegiatan operasional organisasi atau perusahaan berjalan dengan lancar. SOP yang efektif akan menunjukkan hasil kinerja, hasil produk, dan proses pelayanan secara keseluruhan yang konsisten dengan mengacu pada kemudahan, pelayanan, dan pengaturan yang seimbang.(Arief, 2020). Maka, pembentukan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang baik dan optimal akan menciptakan sebuah pelayanan yang konsisten serta menyeluruh.

Peran SOP sebagai pedoman atau referensi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang berkaitan dengan fungsi dan alat penilaian kinerja lembaga pemerintah berdasarkan indikator teknis, administrasi, dan prosedural. SOP dimaksudkan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelaksanaan tugas, meningkatkan akuntabilitas, menetapkan ukuran standar kerja, dan menetapkan standar pelayanan kepada publik. SOP juga berfungsi untuk membentuk sistem kerja dan aliran kerja yang teratur, sistematis, dan dapat dipertanggungjawabkan, serta untuk menjamin konsistensi dan proses kerja yang sistematis.(Siburian et al., 2020)

SOP berfungsi sebagai pedoman atau referensi untuk melaksanakan tugas pekerjaan sesuai dengan fungsi dan alat penilaian kinerja instansi pemerintah berdasarkan indikator teknis, administrasi, dan prosedural. SOP juga membantu meningkatkan

akuntabilitas, menetapkan ukuran standar kerja, dan menetapkan standar pelayanan kepada publik, serta menciptakan sistem kerja dan aliran kerja yang teratur, sistematis, dan dapat dipertanggungjawabkan. SOP juga memastikan konsistensi dan proses kerja yang sistematis.(Siburian et al., 2020)

Tujuan (SOP) adalah untuk memastikan kinerja yang efektif dan efisien, serta akuntabilitas dalam pelaksanaan tugas di lembaga pemerintah, khususnya dalam hal pelayanan publik. SOP juga bertujuan untuk menciptakan governance yang baik dengan menyediakan langkah-langkah yang jelas untuk berbagai aktivitas, aliran data, dan aliran kerja. Selain itu, SOP membantu memastikan bahwa proses kerja berjalan sesuai dengan tujuan dan kebijakan yang ditetapkan, dan memastikan (Siburian et al., 2020).

2.2.7 Pengertian Layanan Aduan Kegawatdaruratan

Layanan Aduan Kegawatdaruratan adalah sistem yang terintegrasi yang melibatkan masyarakat yang melayani korban dan pasien gawat darurat dan berbasis call center. Sistem ini bertujuan untuk memberikan informasi tentang rumah sakit yang tersedia untuk layanan kedaruratan, nasihat tentang pertolongan pertama, dan penggerak angkutan gawat darurat, seperti ambulans, untuk menjemput pasien. Dokter dan perawat dengan kompetensi gawat darurat adalah petugas call center. (Yudhanto et al., 2021)

Dapat disimpulkan bahwa system layanan aduan kegawatdaruratan yang terintegrasi akan menciptakan sebuah layanan informasi yang lengkap dan efektifitas dari tindakan yang akan dilakukan dalam prosesnya

2.2.8 Komunikasi Publik

Dalam konteks pelayanan publik, komunikasi publik

merupakan sebuah kegiatan komunikasi yang membantu dalam menjalankan atau menyampaikan pelayanan publik dengan baik kepada masyarakat. Komunikasi pelayanan publik mencakup terwujudnya tujuan suatu organisasi dan menciptakan rasa saling pengertian atau sepemahaman. Hal ini juga mencakup interaksi antara penyedia layanan publik dan masyarakat serta penyebaran pesan yang jelas, akurat, sesuai dengan keinginan dan pemahaman masyarakat. (Supriyanto & Noegroho, 2024)

Komunikasi Publik menjadi sangat penting untuk mewujudkan sebuah transparansi dan keselarasan antara penyedia layanan puublik dalam hal ini pemerintah Kota Semarang kepada masyarakat Kota Semarang.

2.2.9 Diseminasi Informasi

Rogers (2003) dalam teorinya *Diffusion of Innovations* menjelaskan bahwa diseminasi merupakan bagian dari proses *difusi*, yaitu penyebaran suatu *inovasi* atau informasi melalui berbagai saluran komunikasi kepada individu atau kelompok dalam suatu sistem sosial. Difusi inovasi sendiri merupakan proses di mana suatu ide, gagasan, atau teknologi baru diperkenalkan dan diterima oleh masyarakat secara bertahap melalui tahapan inovasi, adopsi, hingga implementasi.

Dalam konteks layanan publik, diseminasi informasi memegang peran krusial dalam meningkatkan kesadaran dan pemanfaatan layanan oleh masyarakat. *Diseminasi* yang efektif memungkinkan informasi mengenai suatu kebijakan atau program layanan publik dapat menjangkau target audiens dengan tepat. Hal ini sesuai dengan prinsip difusi inovasi yang menekankan pentingnya pemilihan saluran komunikasi yang sesuai dengan karakteristik audiens agar informasi dapat diterima, dipahami, dan diimplementasikan secara optimal (Nissa et al., 2023)

Lebih lanjut, dalam proses diseminasi informasi dapat

dirincikan sebagai berikut :

1. Penelitian dan Pengumpulan Data

Pakar melakukan penelitian dan pengumpulan data untuk memperoleh informasi yang akurat dan terkini.

2. *Analisis* dan *Interpretasi* Data

Pakar menganalisis dan menginterpretasikan data yang telah dikumpulkan untuk memperoleh kesimpulan dan rekomendasi.

3. Penyusunan Laporan dan Artikel

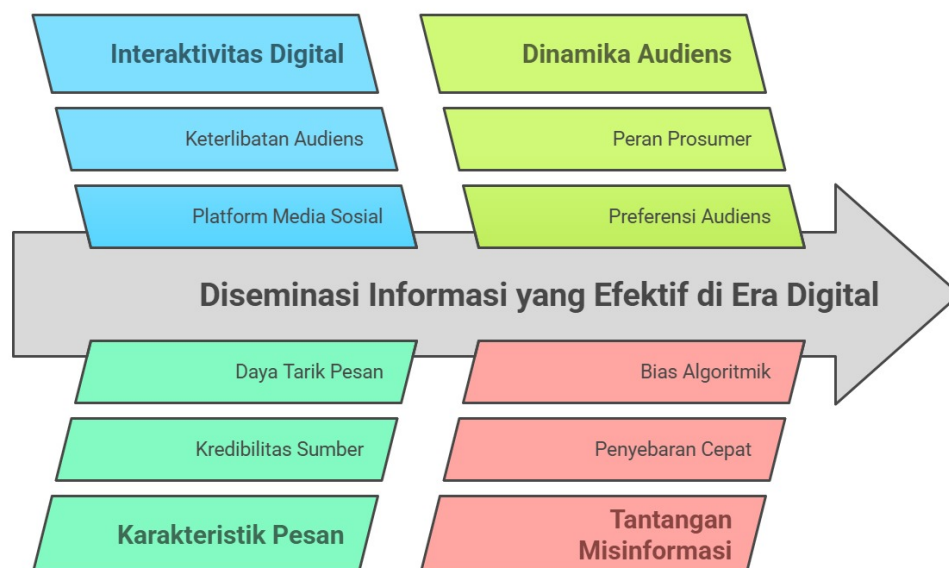
Pakar menyusun laporan dan artikel berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data.

4. *Diseminasi* Informasi melalui Media

Pakar menyebarkan informasi melalui berbagai media, seperti jurnal ilmiah, konferensi, seminar, media sosial, dan situs web.

5. *Evaluasi* dan Umpan Balik

Pakar melakukan *evaluasi* dan meminta umpan balik dari masyarakat untuk memperbaiki kualitas informasi dan proses diseminasi. Dalam era digital saat ini, diseminasi informasi semakin berkembang dengan adanya media digital dan platform berbasis internet yang memungkinkan penyampaian pesan lebih cepat dan luas. Oleh karena itu, strategi diseminasi harus mempertimbangkan penggunaan teknologi komunikasi yang efektif guna memastikan bahwa informasi mengenai layanan publik dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat secara inklusif dan efisien.



Gambar 2 1 Tahapan Diseminasi Informasi (www.napkin.ai)

Sehingga hadirnya praktik diseminasi akan memberikan dampak yang baik kepada masyarakat Kota Semarang sebagai asas keterbukaan informasi publik.

2.2.10 Pengelolaan Informasi

Pengelolaan informasi merupakan serangkaian proses sistematis yang mencakup pengumpulan, pengolahan, penyimpanan, penyajian, dan penyebaran informasi kepada masyarakat. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan oleh instansi pemerintah dapat diakses dengan mudah, akurat, dan tepat waktu oleh publik, guna mendukung transparansi, akuntabilitas, serta partisipasi masyarakat dalam penyelenggaraan pemerintahan.

Menurut (Syahnaz Yuliana Lestari et al., 2016), pengelolaan informasi dalam pelayanan publik mencakup lima tahapan utama:

1. Pengumpulan Data: Menghimpun data dari berbagai sumber, baik secara langsung maupun tidak langsung.
2. Pengolahan Data: Melakukan sortasi, editing, validasi, dan pengolahan data menggunakan teknologi informasi.
3. Analisis Informasi: Meninjau dan mengevaluasi informasi secara rasional untuk memastikan relevansi dan akurasi.
4. Penyajian dan Penyebaran Informasi: Menyampaikan informasi kepada publik melalui berbagai media, baik secara langsung maupun tidak langsung.
5. *Dokumentasi* dan Penyimpanan: Mencatat dan menyimpan informasi secara manual maupun elektronik untuk keperluan arsip dan referensi di masa mendatang.

Proses ini bertujuan untuk menghasilkan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan mendukung keterbukaan informasi publik.

2.2.11 Pengertian Layanan Aduan Kegawatdaruratan

Layanan Aduan Kegawatdaruratan adalah sistem yang terintegrasi yang melibatkan masyarakat yang melayani korban dan pasien gawat darurat dan berbasis *call center*. Sistem ini bertujuan untuk memberikan informasi tentang rumah sakit yang tersedia untuk layanan kedaruratan, nasihat tentang pertolongan pertama, dan penggerak angkutan gawat darurat, seperti ambulans, untuk menjemput pasien. Dokter dan perawat dengan kompetensi gawat darurat adalah petugas *call center*. (Yudhanto et al., 2021)

Dapat disimpulkan bahwa system layanan aduan kegawatdaruratan yang terintegrasi akan menciptakan sebuah layanan informasi yang lengkap dan efektifitas dari tindakan yang akan dilakukan dalam prosesnya.

2.2.12 Media Sosial

Media sosial adalah jenis media *online* yang memungkinkan para penggunanya dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isian yang meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual, serta menjadi wadah interaksi sosial yang dimana mengubah komunikasi menjadi diskusi interaktif (Liedfray., 2022)

Maka dari itu menjadi sangat penting bagaimana penggunaan sarana media sosial dalam memberikan pemaparan informasi terhadap publik mengenai Standar Operasional Prosedur (SOP) 112 layanan aduan kegawatdaruratan.

2.2.13 Instagram

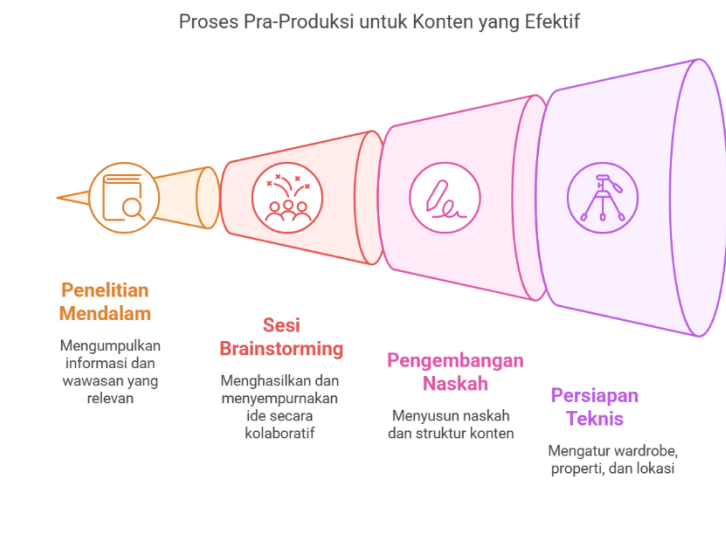
Menurut Syahrizal (2022), *Instagram* adalah jejaring sosial yang berfungsi sebagai platform untuk menampilkan konten visual dan audiovisual berupa foto dan video, memungkinkan penggunanya untuk membagikan foto dan video pribadi secara daring. *Instagram* memiliki berbagai fitur seperti Stories, IGTV, Reels, dan Live yang memungkinkan pengguna untuk membagikan konten yang dinamis dan interaktif. Dengan fokus pada visual, *Instagram* menjadi tempat yang ideal bagi individu, merek, dan organisasi untuk mengekspresikan diri, mempromosikan produk, dan layanan

2.2.14 Konten Kreatif

Menurut Nur Qomariah Zulfa (2021) Konten kreatif adalah susunan informasi yang berisikan hal-hal yang dapat diciptakan dengan menggunakan berbagai macam pendekatan, baik yang belum pernah ada sebelumnya atau hal lama yang dikemas ulang mengikuti perkembangan saat ini. Konten kreatif dapat berupa hiburan, berita, atau informasi lain yang disajikan secara orisinal. Bentuknya bisa berupa artikel, video, audio, maupun multimedia yang diunggah di internet.

2.2.14.1 Pra Produksi

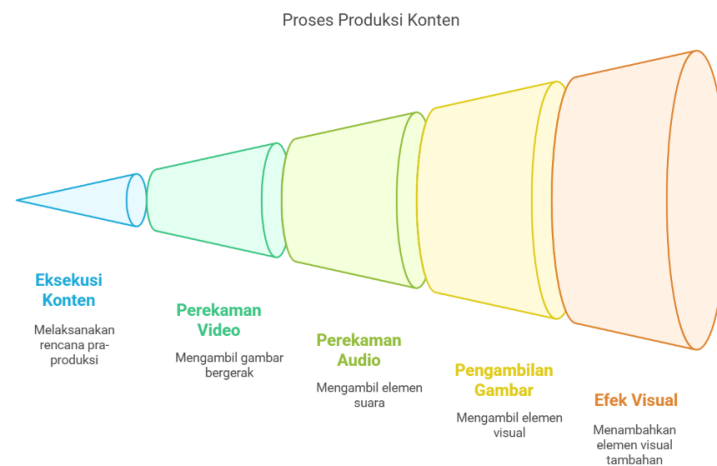
Menurut Sekar Dwisari (2023) pra produksi adalah fase awal dalam produksi konten yang memiliki peran penting karena sangat menentukan hasil akhir dari konten tersebut. Fase ini melibatkan perancangan untuk melaksanakan produksi konten yang diinginkan dan terdiri dari beberapa langkah, seperti penemuan ide, riset mendalam, *brainstorming*, pengembangan naskah, serta persiapan teknis seperti wardrobe, properti, lokasi shooting, dan alat-alat yang akan digunakan.



Gambar 2 2 Tahapan Pra Produksi Konten
(www.napkin.ai)

2.2.14.2 Produksi

Produksi adalah tahapan inti dalam pembuatan sebuah konten digital yang melibatkan pengolahan dan eksekusi konten yang telah direncanakan dan dirancang sebelumnya pada tahap pra-produksi. Tahapan ini



Gambar 2 3 Tahapan Produksi Konten (www.napkin.ai) mengharuskan eksekusi konten sesuai serta

selaras dengan *brief* yang sudah dipersiapkan sebelumnya. Keselarasan antara brief dan eksekusi akan memengaruhi kualitas dari sebuah luaran karya, dalam hal ini konten media sosial seperti Instagram. Produksi melibatkan perekaman material berupa video, audio, gambar, serta efek visual saat pengambilan gambar atau "*take*" (Sekar Dwisari et al., 2023)

2.2.14.3 Pasca Produksi

Menurut Sekar Dwisari (2023) dalam artikelnya berjudul pasca produksi adalah tahapan terakhir dalam proses produksi sebuah konten. Tahapan ini melibatkan beberapa fase utama, yaitu:

1. *Editing Offline*

Merupakan tahap awal penyuntingan di mana *footage video* atau gambar dirangkai, disatukan, atau dipotong menjadi satu bagian sesuai dengan alur naskah yang sudah dibuat hingga mencapai "*picture lock*".

2. *Editing Online*

Proses penyempurnaan dari hasil *editing offline*, termasuk penambahan *color grading*, *efek visual*, *motion graphic*, dan *audio mixing*.

3. *Mixing*

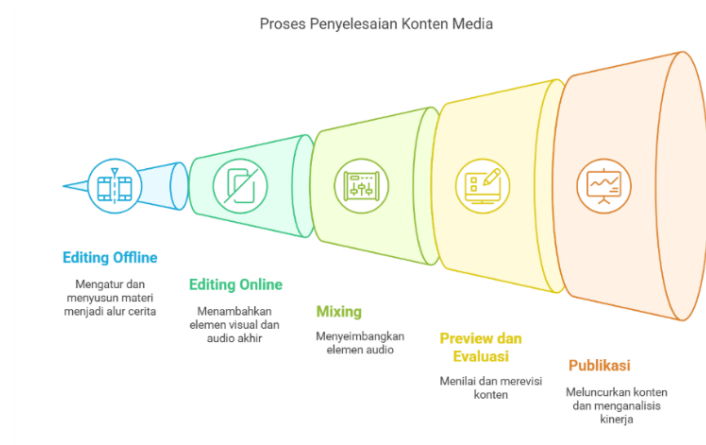
Melibatkan pengecekan keseimbangan antara musik, suara asli, suara narasi, background, dan efek suara.

4. *Preview dan Evaluasi*

Setelah mixing, dilakukan preview oleh seluruh tim produksi untuk memantau hasil akhir. *Evaluasi* atau revisi dilakukan berdasarkan kesesuaian dengan yang diinginkan.

5. Publikasi dan Laporan Mingguan

Setelah konten ditayangkan, dilakukan pengukuran keberhasilan atau kegagalan konten melalui insight media sosial, seperti *views*, *reach*, *like*, *share*, dan *save*.



Gambar 2 4 Tahapan pasca produksi konten
(www.napkin.ai)

2.2.15 Penulisan Naskah

Penulisan naskah merupakan proses kreatif dalam menciptakan teks yang secara khusus dibuat untuk dipentaskan dalam bentuk drama, film, atau produksi *audiovisual* lainnya. Naskah berperan sebagai kerangka kerja yang merinci dialog, aksi, tata panggung, serta petunjuk lain yang diperlukan agar cerita dapat dihidupkan.

Menurut Nurmaya (2017), keberhasilan suatu pesan tidak hanya ditentukan oleh isi yang disampaikan, cara iklan ditampilkan, media yang digunakan, dan pemilihan *target audiens*, tetapi juga harus mempertimbangkan teknik dalam penyampaian pesan.

Dalam prosesnya, penulisan naskah mencakup pemilihan kata yang tepat, pengembangan karakter yang kuat, alur cerita yang menarik, serta struktur yang terorganisir dengan baik. Selain itu, aspek visual, emosi, nuansa, serta pesan yang ingin disampaikan kepada penonton juga menjadi bagian penting yang harus diperhatikan (Supriyana, 2018)

2.2.16 Storyboard

Menurut Kunto (2021) Storyboard merupakan *representasi visual* yang *sistematis* dari suatu narasi atau konsep yang dirancang untuk diwujudkan dalam bentuk video, film, atau berbagai konten media lainnya. Secara umum, *storyboard* terdiri dari serangkaian gambar atau sketsa yang disusun berurutan, masing-masing menggambarkan adegan spesifik yang akan direkam. Setiap gambar biasanya dilengkapi dengan deskripsi teks yang menjelaskan aksi, dialog, serta efek visual yang direncanakan untuk setiap adegan tersebut.

Dalam konteks produksi media, *storyboard* berfungsi sebagai panduan visual yang membantu tim produksi memahami alur cerita, penempatan kamera, pergerakan karakter, dan elemen-

elemen penting lainnya sebelum proses pengambilan gambar dimulai. Hal ini memungkinkan identifikasi dan penyelesaian potensi masalah sejak dini, sehingga meningkatkan efisiensi dan efektivitas selama tahap produksi.

Penggunaan *storyboard* tidak terbatas pada industri film dan video saja. Dalam bidang pendidikan, misalnya, *storyboard* digunakan sebagai alat perencanaan dalam pengembangan media pembelajaran interaktif. Dengan menyusun *storyboard*, pengembang dapat merancang alur penyampaian materi secara *visual*, memastikan bahwa konten disajikan dengan cara yang logis dan menarik bagi peserta didik. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa penggunaan *storyboard* dalam perancangan media pembelajaran dapat meningkatkan pemahaman dan *retensi* informasi pada siswa.

2.2.17 Elemen Storyboard

Menurut (Kunto et al., 2021) Storyboard merupakan alat penting dalam proses perencanaan produksi media, seperti film, animasi, atau video. *Storyboard* berfungsi sebagai representasi visual dari alur cerita, membantu tim produksi memahami dan memvisualisasikan setiap adegan sebelum tahap produksi dimulai. Untuk menyusun *storyboard* yang efektif, terdapat beberapa elemen kunci yang harus diperhatikan:

1. Panel

Panel adalah komponen dasar dalam *storyboard* yang mewakili setiap adegan atau *shot* secara individual. Setiap *panel* berisi ilustrasi atau sketsa yang menggambarkan aksi atau peristiwa tertentu dalam narasi. Panel-panel ini disusun secara berurutan untuk mencerminkan aliran cerita yang diinginkan.

2. Gambar atau Sketsa

Elemen *visual* utama dalam setiap panel adalah gambar atau sketsa yang mendetailkan komposisi adegan, termasuk

penempatan karakter, objek, dan latar belakang. Meskipun tidak selalu harus sangat rinci, gambar ini harus cukup jelas untuk menyampaikan maksud dan suasana adegan kepada semua anggota tim produksi.

3. Teks Deskriptif

Selain elemen visual, teks deskriptif diperlukan untuk memberikan informasi tambahan yang mungkin tidak dapat disampaikan melalui gambar saja. Teks ini mencakup deskripsi aksi, dialog antar karakter, serta petunjuk teknis lainnya seperti durasi adegan atau efek khusus yang diinginkan.

4. Arah dan Gerakan Kamera

Petunjuk mengenai arah dan gerakan kamera sangat penting untuk memberikan panduan tentang bagaimana adegan harus direkam. Ini mencakup informasi tentang jenis *shot* (misalnya, *close-up*, *medium shot*, *long shot*), sudut kamera, pergerakan seperti panning atau zooming, dan perubahan fokus.

5. Efek Visual dan Audio

Indikasi mengenai efek *visual* khusus, seperti transisi antar adegan, penggunaan animasi, atau efek *CGI*, harus dicantumkan dengan jelas. Selain itu, petunjuk mengenai elemen audio seperti musik latar, efek suara, atau dialog tambahan juga perlu disertakan untuk memberikan gambaran lengkap tentang pengalaman audiovisual yang diinginkan.

6. Karakter dan Properti

Identifikasi karakter yang terlibat dalam setiap adegan beserta properti atau objek penting yang mereka gunakan atau berinteraksi dengan. Informasi ini membantu dalam perencanaan kebutuhan produksi, termasuk kostum, alat peraga, dan set.

7. Latar Belakang

Deskripsi mengenai *setting* atau lokasi di mana adegan

berlangsung, termasuk waktu (siang/malam), suasana, dan elemen lingkungan lainnya. Detail ini penting untuk memastikan konsistensi visual dan atmosfer yang mendukung narasi.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Klien Penciptaan Karya

Dinas Informatika Statistika, Komunikasi dan Persandian Kota Semarang.

3.2 Profil Umum Diskominfo Kota Semarang

Menurut Rencana Strategis Diskominfo Kota Semarang Th. 2016-2021. Didasari oleh Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 14 Tahun 2016 dan Peraturan Walikota Nomor 76 Tahun 2016, menyatakan bahwa Diskominfo Kota Semarang berfungsi sebagai unsur pelaksana urusan pemerintahan di bidang Komunikasi dan Informatika, Statistik, dan Persandian. Diskominfo memiliki tugas dan fungsi untuk membuat kebijakan tentang pengembangan komunikasi publik, serta mengelola dan memelihara jaringan komunikasi dan informasi.

Diskominfo memiliki fungsi untuk melaksanakan tugas yang diantaranya

- a. Perumusan kebijakan Bidang Pengembangan Komunikasi Publik, Bidang Layanan *E-Government*, Bidang Pengelolaan Informasi dan Saluran Komunikasi Publik, Bidang Pengelolaan Infrastruktur, dan Bidang Statistik;
- b. Perumusan rencana strategis sesuai dengan visi dan misi Walikota;
- c. Pengkoordinasian tugas-tugas dalam rangka pelaksanaan program