

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

Kampung Alam Malon sebagai sentra penghasil batik pewarna alami di Kota Semarang seharusnya mendapatkan perhatian lebih oleh masyarakat. Terlebih karena pada proses pembuatannya masyarakat Malon tidak hanya menekankan nilai budaya dan estetika dalam produksinya, tetapi juga mengedepankan prinsip keberlanjutan lingkungan. Pewarna alam yang digunakan merupakan hasil pemanfaatan limbah bakau, kayu secang, jenitri, hingga indigofera. Seiring berjalannya waktu, tanaman penghasil warna tersebut dibudidayakan oleh masyarakat setempat.

Akan tetapi, pada pelaksanaannya, *awareness* mengenai kampung ini belum menyeluruh dan santer dibicarakan, bahkan oleh masyarakat Kota Semarang itu sendiri. Selain itu, jumlah interaksi di media sosial terkait Kampung Alam Malon masih tergolong rendah, meskipun telah diunggah melalui platform media sosial Diskominfo Kota Semarang @semarangpemkot. Hal ini berkaitan dengan produksi konten yang dibuat. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan yang lebih menarik dan informatif melalui pembuatan video blog (vlog) agar masyarakat semakin mengenal potensi utama kampung tersebut, yaitu batik alam.

4.2 Analisis Tahap Pra Produksi

1. Pengumpulan Ide

Berdasarkan hasil riset yang telah dilaksanakan, terdapat hasil bahwa sejumlah besar masyarakat, khususnya yang berada di Kota Semarang belum mengetahui Kampung Alam Malon sebagai daerah penghasil batik dengan pewarna alami. Oleh karena itu, untuk menunjang pembuatan video blog sebagai upaya peningkatan *brand recognition* Kampung Alam Malon, pengumpulan ide dilakukan melalui observasi dan wawancara terhadap pihak terkait. Dalam hal ini, penulis

melaksanakan observasi langsung ke lapangan disertai dengan wawancara terhadap Umi Salma, pengelola Kampung Alam Malon sekaligus Ketua Industri Kecil Menengah (IKM) Batik Alam Malon. Hal ini dilakukan guna mendapatkan informasi mendalam mengenai pengalaman, pandangan, serta perspektif individu terkait topik yang diteliti.

Adapun untuk memastikan validitas dan reliabilitas data, triangulasi data dilakukan, yakni membandingkan hasil wawancara dengan data observasi dan dokumentasi yang dilakukan di Kampung Alam Malon. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh akurat dan dapat diandalkan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara tersebut, didapatkan informasi seputar perkembangan Kampung Alam Malon sebagai daerah penghasil batik alam serta hal-hal yang perlu dimuat dalam vlog.

Selain itu, dalam penyusunan ide konsep, *brainstorming* dilaksanakan guna menyelaraskan keinginan, kebutuhan, serta ide-ide kreatif yang akan dimuat pada video. Kegiatan ini dilaksanakan bersama pengelola Kampung Alam Malon dan pihak Humas Pemerintah Kota Semarang.

2. Perubahan dan Penyesuaian *Standard Sequences Guide* (SSG)

Dalam pelaksanaannya, terdapat perubahan dan pengembangan *Standard Sequences Guide* (SSG) yang telah disesuaikan dengan kondisi di lapangan. Adapun perubahan yang terdapat pada SSG adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Pengembangan Standard Sequences Guide

No.	Sebelum	Perubahan/Hasil	Alasan
1.	Opening		
	"Halo, Warga Semarang! Ikutin keseruan aku hari ini, yuk—Mengenal Batik Alam Malon,	"Halo, Semuanya! Ikutin keseruan aku hari ini, yuk—Mengenal Batik Alam Malon, komoditas batik dengan	Terdapat saran dari klien (Humas Pemerintah Kota Semarang) agar audiens disapa

	komoditas batik dengan pewarna alami, khas Gunungpati! Bakal ngapain aja? <i>Stay tuned!</i>	pewarna alami, khas Gunungpati! Mau ngapain aja? Ikuti keseruan aku, <i>stay tuned!</i>	secara umum untuk mencerminkan bahwa video diperuntukkan untuk khalayak luas.
2.	#1 Keunikan Batik Alam Malon		
	Host: “Bu, apa sih yang membedakan Batik Alam Malon dengan batik-batik lainnya?” Narasumber: “Di sini, semua batik yang diproduksi menggunakan bahan pewarna alami, seperti kulit kayu, limbah gergaji, dan daun indigo.”	Host: “Okay. Tetapi, bu. Apa sih keunikan Batik Alam Malon dibandingkan batik-batik lainnya?” Narasumber: “Kami punya desain sendiri. Apa yang ada di lingkungan sekitar memang kami angkat— biar orang itu mengenal, ini loh Batik Malon. Seperti contoh yang saya gunakan ini, terinspirasi dari Waduk Jatibarang. Walaupun ini bukan di Kampung Alam Malon, tetapi ‘kan di daerah Gunungpati.”	Rancangan awal merupakan contoh <i>brief</i> yang dapat disampaikan oleh narasumber. Akan tetapi, pada proses <i>shooting</i> narasumber menjelaskan terkait motif khas Batik Alam Malon. Penjelasan terkait pewarna alami dibahas pada segmen #2.
3.	#2 Talent/Host Mencoba untuk Belajar Membuat		
	Pada bagian ini, host langsung melakukan proses percantingan diselingi dengan sisipan percakapan dengan pengrajin batik.	Melakukan keseluruhan proses pembuatan batik, dari pembuatan pola, pencantingan, pewarnaan, hingga penglorodan.	Untuk penyajian informasi yang lebih rinci dan menyeluruh, praktik membuat dilaksanakan secara berurutan dari awal hingga akhir.
4.	#3 Hasil Akhir		

	<i>Host:</i> “Tadaa! Ini hasilnya! Nggak nyangka, warna-warna alami di sekitar kita bisa bikin batik seperti ini. “	<i>Host (VO):</i> “Batik yang telah dilorod ini kemudian dicuci bersih dan dijemur (di bawah sinar matahari). Walaupun berasal dari pewarna alami, Batik Alam Malon ini awet hingga bertahun-tahun dan tidak mudah luntur, loh!”	Hasil akhir batik yang telah dibuat, disampaikan melalui Voice Over pada proses Lorod untuk menjaga kesinambungan adegan dan informasi yang terdapat pada video.
5.	Closing		
	“Gimana, Warga Semarang? Seru banget, kan kegiatan hari ini! Kampung Alam Malon memang tempat yang tepat untuk menjelajahi keindahan alam sekaligus melestarikan warisan budaya. Kalau kamu penasaran dan ingin mencoba langsung, Jangan lupa untuk mampir ke sini, ya! Terima kasih, habis ini kita ke mana lagi, ya?”	“Nah, gimana keseruan kita hari ini? Kalau kalian penasaran, gimana sih proses pembuatan batik alam khas Gunungpati; Jangan lupa mampir ke Kampung Alam Malon! Habis ini kita ke mana lagi, ya?”	Closing dibuat lebih singkat dan padat, disesuaikan dengan durasi video yang telah ditentukan. Selain itu, penyebutan audiens “warga semarang” tidak digunakan agar bersifat universal.
6.	After Closing		
	Merujuk langsung pada bagian <i>credit scene</i>.	<i>Host (VO):</i> “Setiap goresan canting adalah cerita. Di balik motif alam malon, terdapat pengalaman hidup, rasa bangga mewarisi tradisi, dan harapan agar batik ini terus	Penambahan narasi yang mewakili perasaan dan harapan para pengrajin batik untuk mengangkat sisi humanisme

		dicintai. inilah yang menjadikan setiap helai Batik Alam Malon begitu istimewa.	dan pelengkap video.
7.	Credit Scene		
	<i>Text cast:</i> • <i>Producer & Director:</i> Allysa Zachrianika • <i>Excecutive Producer:</i> Nur Laili Mardhiyani, S. IKom., M. IKom. • <i>Art Director:</i> Allysa Zachrianika • <i>Script Writer:</i> Allysa Zachrianika • <i>Voice Over:</i> Allysa Zachrianika • <i>Cameramen:</i> Haidar Ahmad & Gavin Alghifari • <i>Editor:</i> Allysa Zachrianika • <i>Talent:</i> Allysa Zachrianika	<i>Text cast:</i> • <i>Diproduksi oleh: Informasi dan Humas, Universitas Diponegoro</i> • <i>Bekerja sama dengan: Kampung Alam Malon & Pemerintah Kota Semarang</i> • Produser & Sutradara: Allysa Zachrianika • Produser Eksekutif: Nur Laili Mardhiyani, S. IKom., M. IKom. • Pengarah Artistik: Allysa Zachrianika • Penulis Naskah: Allysa Zachrianika • Pengisi Suara: Allysa Zachrianika • Juru Kamera: Haidar Ahmad & Gavin Alghifari	Penambahan narasi untuk keterangan Program Studi dan klien. Berdasarkan saran dari pihak Humas Pemerintah Kota Semarang, penulisan <i>credit</i> menggunakan Bahasa Indonesia, serta terdapat penambahan <i>credit</i> untuk <i>talent coordinator</i> dan <i>editor</i>.

		• Koordinator Pemeran: Arsyla Deswitariany • Editor: Muhammad Raihan Pradipta & Allysa Zachrianika • Host: Allysa Zachrianika	
--	--	--	--

3. Pembentukan Tim Produksi

Pada pelaksanaan proyek tugas akhir ini, penulis tidak dapat melakukan semuanya sendiri. Oleh karena itu, diperlukan pembentukan tim produksi yang akan membantu proses pembuatan vlog. Proses ini mencakup identifikasi potensi dan bakat teman-teman terdekat, terutama dalam bidang *videografi*. Dalam hal ini, terdapat penambahan personil, yakni koordinator pemeran (*talent coordinator*) untuk membantu penulis mengarahkan *talent* (pengrajin batik) di lapangan, serta editor video. Dengan demikian, tim terbentuk dengan pembagian peran dan tanggung jawab yang jelas bagi setiap anggotanya. Adapun tim produksi tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Tim Produksi dan Talent Video Blog terkait Kampung Alam Malon

Produser (<i>Producer</i>)	Allysa Zachrianika
Penulis Naskah (<i>Script Writer</i>)	Allysa Zachrianika
Juru Kamera (<i>Cameramen</i>)	1. Haidar Ahmad 2. Gavin Alghifari Viryan
<i>Talent Coordinator</i>	Arsyla Deswitariany
<i>Host</i>	Allysa Zachrianika
<i>Talent</i>	1. Umi Salma 2. Nurida 3. Kusmiati

	4. Sri Hastuti 5. Heni Musyarofah
	1. Muhammad Raihan Pradipta 2. Allysa Zachrianika

4. Penentuan Jadwal dan Lokasi Produksi

Untuk memastikan produksi video blog berjalan lancar dan efisien dalam waktu satu hari, koordinasi telah dilaksanakan dengan para pengrajin yang tergabung dalam Industri Kecil Menengah (IKM) Batik Alam Malon dan tim produksi tugas akhir ini. Proses koordinasi juga mencakup penentuan lokasi pengambilan gambar yang selaras dengan kebutuhan visual dan nilai estetika video yang diinginkan.

4.3 Analisis Tahap Produksi

Pelaksanaan produksi vlog mengenai Kampung Alam Malon meliputi beberapa tahapan, yakni:

1. Persiapan Alat

Pada pelaksanaannya, pembuatan video blog terkait Kampung Alam Malon menggunakan kamera Fujifilm XT-10 dan Sony A6000. Selain itu, gimbal DJI Ronin RS 3 Mini juga digunakan untuk menunjang kestabilan gambar.

2. *Briefing* dengan Tim Produksi

Sebelum pengambilan gambar, *briefing* dilaksanakan kepada tim produksi dan *talent*, yang terdiri atas penulis sebagai host dan perwakilan Industri Kecil Menengah (IKM) Batik Alam Malon, yakni pengrajin batik yang berjumlah 5 orang. Pada pelaksanaannya, penulis dibantu oleh seorang *talent coordinator* agar gerakan dan ekspresi *talent* dapat sesuai dengan SSG yang telah dibuat. Selain itu, 2 orang juru kamera/*cameramen* juga diberikan arahan dan penjelasan terkait teknis pengambilan gambar.

3. Pengambilan Gambar (*Shooting*)

Pengambilan gambar atau proses *shooting* dilaksanakan selama satu hari pada Rabu, 30 April 2025 di Padepokan Ilir-Ilir, Kampung Alam Malon. Pengambilan gambar dilakukan menggunakan dua kamera, di mana kamera inti (*master camera*) berfungsi untuk menangkap gambaran adegan secara utuh, sementara kamera sekunder mengambil sudut pandang alternatif serta detail-detail pelengkap untuk memperkaya visual. Pengambilan gambar dilaksanakan sesuai dengan teknik yang telah dijelaskan sebelumnya. Berikut beberapa teknik pengambilan gambar yang dilakukan untuk membuat video blog terkait Kampung Alam Malon:



Gambar 4.1 Wawancara antara Host dengan Ketua IKM Batik Alam Malon

(sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis)

Pengambilan gambar ini menggunakan teknik *medium shot* dengan *eye level angle*. Menurut Mesa *et al.* (2025), *Medium Shot* merupakan teknik pengambilan gambar dari batas kepala hingga pinggang. Sedangkan *eye level angle* merupakan sudut pengambilan gambar di mana kamera diletakkan sejajar dengan mata manusia, meniru perspektif pandang kita sehari-hari (Savardi *et al.*, 2023). Beberapa teknik tersebut digunakan untuk memfokuskan percakapan yang dilakukan antara *host* dan narasumber.



*Gambar 4.2 Praktik Membatik
(sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis)*

Pada gambar di atas, pengambilan gambar menggunakan teknik *medium full shot* dengan *eye level angle*. Ukuran gambar (*frame size*) *medium full shot* merupakan teknik pengambilan gambar dari batas kepala hingga lutut (Mesa *et al.*, 2025). Sedangkan Savardi *et al.*, (2023) mendefinisikan *eye level angle* sebagai sudut pengambilan gambar di mana kamera diletakkan setinggi mata untuk menggambarkan cara pandang alami manusia. Penggunaan teknik tersebut bertujuan untuk memusatkan kegiatan yang sedang dilaksanakan.



*Gambar 4.3 Proses Membatik dalam Jarak Dekat
(sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis)*

Pengambilan gambar ini menggunakan teknik *medium close-up* dengan *high angle*. Mesa *et al.*, (2025) menjelaskan bahwa *medium close-up* merupakan teknik pengambilan gambar dari batas kepala hingga dada. Sedangkan *high angle* merupakan sudut pengambilan gambar di mana kamera diletakkan di atas aktor dan mengarah ke bawah (Shaker, 2023). Pada gambar di atas, pengambilan gambar diposisikan untuk memusatkan perhatian pada tangan yang sedang memegang kuas dan bagian kain yang digambar dengan lilin. Wajah subjek/aktor tidak terlihat, menyorot detail aktivitas.

4.4 Analisis Tahap Pasca Produksi

Pasca produksi dalam pembuatan video blog terkait Kampung Alam Malon merupakan tahap setelah produksi/*shooting* dilaksanakan. Pada tahap ini, video disunting serta diproses lebih lanjut untuk mencapai hasil akhir yang siap untuk ditayangkan. Adapun tahap pasca produksi meliputi:

4.4.1 Penyuntingan (*Editing*)

Penyuntingan (*editing*) video dilakukan dengan menggunakan aplikasi CapCut Pro. Tahapan ini meliputi beberapa langkah, yakni:

1. Pemilihan dan Penyuntingan Klip Video

Footage yang sudah dipilih kemudian diimpor ke dalam aplikasi, lalu dipotong (*trim*), digabungkan, dan disesuaikan dengan *Standard Sequences Guide* yang telah dibuat.

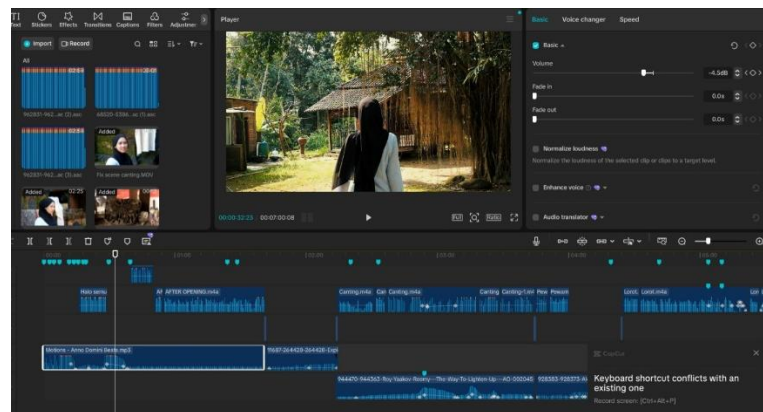


Gambar 4.4 Pemilihan dan Penyuntingan Klip Video

(sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis)

2. Penambahan Audio

Penulis menggunakan mikrofon eksternal selama proses produksi untuk mendapatkan kualitas audio yang optimal. Oleh karena itu, dibutuhkan proses sinkronisasi audio tambahan dengan klip video. Selain itu, guna meminimalisir noise yang mungkin timbul selama proses shooting di luar ruangan (outdoor), penulis memanfaatkan fitur noise reduction pada aplikasi. Selanjutnya, untuk menyempurnakan video, music latar (*background music*) dan narasi (*voice over*) juga diintegrasikan ke dalam video.

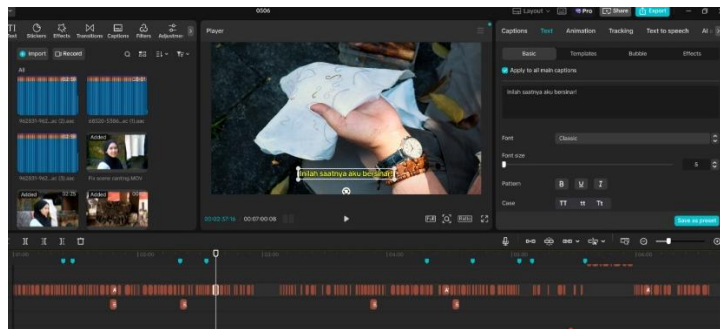


Gambar 4.5 Penambahan Audio

(sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis)

3. Penambahan Teks

Pada video blog Kampung Alam Malon, penambahan teks berupa *subtitle* merupakan hal penting untuk memastikan setiap dialog dapat dipahami dengan jelas oleh seluruh audiens. Selain itu, penggunaan **lower third** juga disertakan secara strategis untuk menampilkan informasi penting, seperti detail lokasi, identitas narasumber, dan nama *host*, sehingga memberikan konteks yang lengkap dan mempermudah pemahaman visual bagi penonton.



*Gambar 4.6 Penambahan Teks
(sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis)*

4. Penyempurnaan Warna

Color grading merupakan langkah awal di mana setiap segmen video secara manual untuk mencapai eksposur yang optimal dan keseimbangan pencahayaan yang tepat. Dalam tahap ini, penulis memanfaatkan dan menyesuaikan beberapa parameter seperti eksposur (*exposure*), kontras (*contrast*) dan *highlight*.



*Gambar 4.7 Penyempurnaan Warna (Color Grading)
(sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis)*

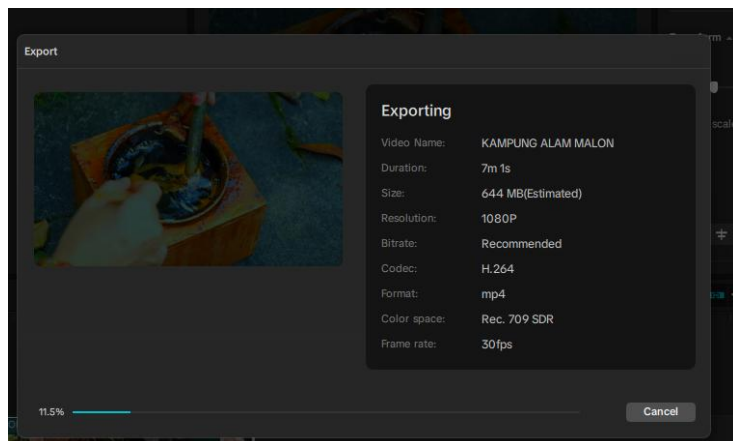
Selain itu, filter “green orange” ditambahkan untuk memberikan kesan visual yang lebih dinamis dan menarik. Filter ini berfungsi untuk meningkatkan vibrasi warna dan menciptakan suasana hangat, mencegah video terlihat membosankan.



Gambar 4.8 Penambahan Filter
(sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis)

5. Ekspor atau Penyimpanan

Setelah seluruh proses editing selesai, langkah selanjutnya adalah melakukan ekspor atau menyimpan video. Video tersebut akan disimpan dalam format mp4 dengan kualitas 1080p dan 30 *fps*.



Gambar 4.9 Proses Ekspor Video
(sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis)

4.4.2 Preview dan Revisi

Setelah proses editing selesai, video kemudian ditayangkan kepada tim produksi, pengrajin batik yang tergabung pada Industri Kecil Menengah (IKM) Batik Alam Malon, dan pihak Humas Pemerintah Kota Semarang. Para pengrajin Batik Alam Malon tidak memberikan kritik atau saran signifikan; mereka justru sangat mengapresiasi dan menanyakan jadwal tayang video. Berbeda dengan hal tersebut, Humas Pemerintah Kota Semarang menyarankan penggunaan musik latar yang berbeda-beda setiap segmen agar lebih variatif, penambahan filter, serta menggunakan Bahasa Indonesia pada *credit scene*.

Dari hasil preview tersebut, beberapa kritik dan saran yang konstruktif kemudian ditindaklanjuti melalui tahap revisi. Video kembali ditinjau untuk memastikan semua masukan telah diterapkan dengan baik dan video telah sesuai dengan standar konten Pemerintah Kota Semarang.

4.4.3 Pengunggahan Video

Selanjutnya, video blog “Kampung Alam Malon: Sentra Batik dengan Pewarna Alami yang menginspirasi” yang telah layak tayang diunggah melalui kanal YouTube @pemerintahkotasemarang pada 21 Mei 2025 yang dijadwalkan untuk tayang pada pukul 11:00 WIB.



Gambar 4.10 Video yang telah diunggah di Kanal Youtube

@pemerintahkotasemarang

(sumber: https://youtu.be/n4xTuJb9mog?si=7nyoawfjooBWn_Wb)

4.5 Analisis Hasil dan Evaluasi

4.5.1 Perencanaan Evaluasi

Setelah video tayang, langkah selanjutnya adalah melaksanakan tahapan evaluasi guna mengukur keberhasilan proyek tugas akhir ini dalam meningkatkan *brand recognition* Kampung Alam Malon. Pengukuran ini dilakukan dengan menganalisis bentuk keterlibatan audiens dengan video blog yang telah tayang, yakni berupa jumlah tayangan, suka (*like*), dan komentar pada kanal YouTube Humas Pemerintah Kota Semarang.

Tak berhenti sampai di sana, penulis juga melakukan survei kepada audiens untuk mendapatkan umpan balik langsung mengenai kesan dan pemahaman mereka terkait Kampung Alam Malon setelah menonton video.

4.5.2 Analisis Hasil Posting dan Ulasan Publik

Berdasarkan hasil unggahan video blog Kampung Alam Malon pada kanal YouTube Humas Pemerintah Kota Semarang ([pemerintahkotasemarang](#)) yang diunggah pada tanggal 21 Mei 2025, terdapat 1.368 jumlah tayangan (*view*) dalam kurun waktu 13 hari penayangan dengan 502 diantaranya menyukai (*like*) dan 52 lainnya mengunggah komentar. Interaksi pada kolom komentar ini menunjukkan antusiasme dan apresiasi audiens terhadap konten tersebut.

Salah satu contoh datang dari pengguna @rinaarsyla1496 yang menulis "batik Malon, kirain tadi batik Melon, wkwk. Keren deh, kirain batik Cuma ada di Pekalongan, ternyata di Semarang juga ada. Gak kalah bagus juga. Bangga jadi Bangsa Indonesia yang punya beragam budaya." Ujarnya. Selain itu, @fajrisaputra-u6k juga turut memberi respon yang menarik, "Aku bisa dibilang lumayan ngoleksi batik, pas banget mau ke semarang kesini aja dah." Hal ini menunjukkan adanya ketertarikan dan tingkat keterjangkauan yang tinggi dari audiens yang terhadap konten lokal Semarang ini.

*Tabel 4.3 Perbandingan Interaksi Video terkait Kampung Alam Malon
(sumber: Hasil Analisis Pribadi)*

Perbandingan	Judul	Tanggal Unggah	Durasi Penayangan	Interaksi		
				View	Like	Comment
Konten Sebelumnya	Desa Wisata Kampung Alam Malon https://youtu.be/NyReIyUedaU?si=Yj8NGxVPO2n60etg	24 Januari 2025	4 Bulan	158	2	-
	JELAJAH SEMARANG – BATIK GUNUNGPATI https://youtu.be/02tRjX6OIzw?si=GY2IFMqUi8wXsZlW	11 Februari 2022	3 Tahun	335	15	2
	Mengenal Batik Warna Alam “Kampoeng Alam Malon Semarang” https://youtu.be/Z9vtp1uxXd0?si=WzPjtVHc36KNtj92	13 Maret 2023	2 Tahun	233	9	-
Konten Baru	Kampung Alam Malon: Sentra Batik dengan Pewarna Alami yang Menginspirasi https://youtu.be/n4xTuJb9mog?si=nFXkA7pGDIFh47GZ	21 Mei 2025	13 Hari	1.368	502	52

Berdasarkan data pada tabel perbandingan interaksi, dapat disimpulkan bahwa video blog “Kampung Alam Malon: Sentra Batik dengan Pewarna Alami yang Menginspirasi” mendapatkan interaksi yang lebih tinggi dibandingkan konten-konten sebelumnya dalam jangka waktu yang relatif lebih singkat. Hal ini sangat kontras dengan ketiga konten sebelumnya, yang masing-masing telah tayang selama 4 bulan, 3 tahun, dan 2 tahun tetapi menghasilkan interaksi yang jauh lebih rendah. Dengan demikian, pendekatan dan bentuk konten baru berupa video blog yang menggunakan metode *digital storytelling* lebih efisien dalam menarik perhatian dan mendorong keterlibatan audiens. Hal ini telah sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Lestari & Sasmita, (2020), di mana format persuasif dan *storytelling* yang menarik dalam video blog (vlog) mampu mendorong audiens untuk menonton hingga akhir, sehingga meningkatkan jumlah tayangan secara keseluruhan.

4.5.3 Analisis Hasil Survei

Evaluasi keberhasilan penggunaan video blog sebagai upaya untuk membangun *brand recognition* Kampung Alam Malon tidak bisa hanya mengandalkan metrik interaksi seperti *views*, *likes*, dan *comments*. Meskipun hal tersebut penting untuk mengukur jangkauan dan daya tarik awal, diperlukan pendekatan yang lebih mendalam untuk memahami bagaimana konten tersebut benar-benar memengaruhi kesadaran dan pemahaman audiens. Oleh karena itu, penulis melaksanakan survei lanjutan, di mana penonton video diberikan beberapa pertanyaan relevan yang terkait langsung dengan informasi yang disajikan dalam video, bertujuan untuk menilai sejauh mana kesadaran mereka terhadap Kampung Alam Malon telah meningkat setelah menontonnya.

Survei ini dirancang untuk menjangkau segmen audiens yang spesifik dan relevan, yakni warga Kota Semarang berusia 18-34 tahun. Pemilihan demografi ini didasarkan pada asumsi bahwa kelompok usia ini merupakan pengguna aktif platform digital seperti YouTube dan memiliki potensi besar untuk menjadi pengunjung atau pendukung Kampung Alam Malon. Proses

pelaksanaan survei dilakukan secara digital dengan mengunggah tautan (*link*) survei pada kotak deskripsi video blog di YouTube. Metode ini dinilai efektif karena memungkinkan penonton yang tertarik atau terinspirasi oleh konten video untuk langsung berpartisipasi dalam survei. Adapun hasil survei lanjutan tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 4.11 Hasil Survei seputar motif Batik Alam Malon

(sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis)

Hasil survei yang disajikan dalam diagram menunjukkan hasil bahwa dari total 50 responden, sebanyak 96% (48 orang) mampu mengidentifikasi ciri khas desain Batik Alam Malon, yakni penggunaan unsur-unsur lingkungan sekitar Malon dan Gunungpati. Ini menunjukkan bahwa pesan yang ingin disampaikan mengenai keterkaitan batik dengan kekayaan alam lokal berhasil ditangkap dengan baik oleh penonton video. Pemahaman ini sangat krusial karena inti dari Batik Alam Malon memang terletak pada inspirasi dan bahan baku yang diambil langsung dari lingkungan geografisnya. Sedangkan 4% (2 orang) lainnya menjawab penggunaan warna-warna cerah yang kontras.



Gambar 4.12 Hasil Survei mengenai pewarna alami yang digunakan pada Batik Alam Malon

(sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis)

Berdasarkan diagram di atas, sebanyak 90% (45 orang) responden berhasil mengidentifikasi jenis pewarna alami yang digunakan dalam pembuatan batik di Kampung Alam Malon dengan menjawab kayu mahoni, limbah gergaji, kulit jolawe, dan kayu tingi. Hal ini menunjukkan bahwa informasi dalam video blog dapat dengan baik oleh audiens. Meski demikian, 8% (4 orang) responden menjawab kunyit, kayu mahoni, dan kulit bawang merah. Walaupun hal ini tidak sepenuhnya salah, tetapi penggunaan kunyit dan kulit bawang merah tidak disampaikan pada video. Terakhir, 2% (1 orang) menyatakan tidak memperhatikan jenis pewarna. Angka ini relatif kecil, menunjukkan bahwa sebagian besar penonton cukup atentif terhadap detail penting yang disampaikan dalam video. Secara keseluruhan, data ini menegaskan bahwa video blog telah berhasil mengedukasi sebagian besar audiens tentang aspek kunci pewarna alami Batik Alam Malon.



*Gambar 4.13 Hasil Survei mengenai tahapan pembuatan Batik Alam Malon
(sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis)*

Lebih lanjut, penonton disajikan pertanyaan terkait tahapan utama dalam proses pembuatan batik khas Kampung Alam Malon. Berdasarkan hasil survei di atas, mayoritas signifikan, yakni 96% (48 dari 50 responden) mampu mengidentifikasi proses pembuatan batik dengan menjawab pembuatan pola, pencantingan, pewarnaan, lorod. Sedangkan 4% (2 orang) masih keliru dengan menjawab pencantingan, pewarnaan, pembuatan pola, dan lorod. Kesalahan ini, meskipun minor dan hanya terjadi pada sebagian kecil responden, menunjukkan bahwa sebagian kecil audiens mungkin masih perlu penguatan pemahaman mengenai urutan awal dalam proses membatik. Namun, secara keseluruhan, data ini secara jelas menegaskan bahwa video blog Kampung Alam Malon berhasil memberikan edukasi yang kuat dan akurat mengenai proses pembuatan batik alam, memperkuat pemahaman publik terhadap keunikan warisan budaya ini.

Berdasarkan hal tersebut, hasil survei akhir menunjukkan adanya transformasi kesadaran masyarakat yang signifikan. Sebagian besar penonton (90-96%) kini tidak hanya menyadari keberadaan Kampung Alam Malon, tetapi juga memiliki pemahaman yang akurat dan mendalam mengenai identitas intinya sebagai sentra batik alam, termasuk ciri khas desain, pewarna, dan proses pembuatannya. Hal ini selaras dengan definisi *Brand Recognition* yang dikemukakan oleh Keller dalam buku *Brand Marketing: The Art of Branding* (Sitorus et al., 2020), di mana konsumen

sudah memiliki kesadaran terhadap suatu merek, meskipun perlu bantuan berupa media audio-visual.

Penggunaan media audio-visual berupa video blog (vlog) sebagai alat untuk melakukan *digital storytelling* merupakan pilihan yang tepat dalam membangun dan memperkuat *brand Recognition* Kampung Alam Malon. Hal ini selaras dengan pendapat yang dikemukakan Lestari & Sasmita (2020), di mana penggunaan format persuasif dalam video blog mampu membangun citra dan identitas bagi masyarakat luas.

4.6 Hambatan Produksi

4.6.1 Pra Produksi

Tantangan signifikan yang dihadapi selama tahap pra produksi proyek akhir ini adalah penentuan jadwal *shooting*. Hal ini memerlukan penyesuaian yang cermat antara ketersediaan tenaga pengrajin Industri Kecil Menengah (IKM) Batik Alam Malon yang memiliki kegiatan serentak di Kampung Alam Malon dengan jadwal akademik tim produksi. Meskipun demikian, koordinasi yang efektif telah dilaksanakan, sehingga proses *shooting* dapat terlaksana dengan baik.

4.6.2 Produksi

Pada tahap produksi, persiapan telah direncanakan secara matang. Akan tetapi, terdapat beberapa kendala seperti clip-on yang telah disediakan tidak dapat terhubung pada kamera maupun handphone untuk merekam video. Oleh karena itu, audio direkam menggunakan mikrofon handphone dengan resolusi tinggi. Selain itu, waktu pelaksanaan shooting yang seharusnya dilaksanakan pada pukul 8:00 WIB, mundur menjadi 10:00 WIB mengingat proses persiapan alat dan bahan membuat yang cukup memakan waktu. Hal ini mengakibatkan terdapat beberapa bias cahaya pada *footage* yang direkam.

4.6.3 Pasca Produksi

Pada tahapan ini, tantangan terbesar adalah fase penyuntingan video. Sebagai penanggung jawab utama, penulis menyadari beratnya beban ini. Akan tetapi, pada pelaksanaannya, penulis dibantu oleh seorang editor untuk menyelesaikan proyek tugas akhir ini. Selama proses pengerjaan, penulis menerima beberapa kritik dan saran yang membangun dari pihak Humas Pemerintah Kota Semarang, namun hal tersebut dapat diselesaikan dengan baik, sehingga video dapat sesuai dengan standar kantor dan layak tayang.