

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai gambaran umum permasalahan, proses pembuatan karya bidang, hasil produksi karya bidang 20 video edukasi di reels Instagram @infosepur4 dan tiktok @infosepur4 sebagai kebutuhan untuk memberi edukasi kepada masyarakat mengenai bahaya menerobos perlintasan dan pelemparan batu pada kereta api. Proses pembuatan karya bidang ini melalui 3 tahap yaitu, pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

1.1 Gambaran Umum Permasalahan

Pada awal tahun, PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasi 4 Semarang meluncurkan suatu media sosial, yakni “@infosepur4.” Platform ini didesain dengan tujuan utama untuk menyebarkan informasi, hiburan, serta edukasi kepada masyarakat Jawa Tengah dan sekitarnya. Sebagai suatu kanal media inovatif yang diinisiasi oleh Humas dibawah naungan PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasi 4 Semarang. @infosepur4 bertujuan untuk menyampaikan informasi seputar perkeretaapian di wilayah Daop 4 Semarang dengan cepat, akurat dan mudah dipahami oleh masyarakat. Hingga tanggal 18 Agustus 2025 akun Instagram @infosepur4 telah berhasil memperoleh 2.843 pengikut.

Selama menjalani magang di PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasi 4 Semarang selama empat bulan, penulis diberi tanggung jawab untuk merancang konten yang memiliki tujuan mendidik masyarakat melalui akun media sosial milik PT. KAI Daop 4 Semarang. Ide yang diusulkan dalam penyusunan tugas akhir adalah pembuatan video edukasi, dengan harapan dapat menciptakan konten informatif dan menarik bagi pengguna Instagram agar mereka dapat lebih memahami isu-isu sosial yang sedang relevan. Video edukasi diarahkan untuk memberikan pengetahuan

tambahan dan mengubah perilaku masyarakat terkait masalah yang diangkat.

Isu yang ingin penulis angkat adalah bahaya menerobos perlintasan dan pelemparan batu pada kereta api yang merupakan permasalahan sosial serius di masyarakat, karena dapat membahayakan keselamatan jiwa baik bagi pelaku, penumpang, maupun petugas kereta api. Tindakan ini tidak hanya melanggar hukum, tetapi juga menunjukkan minimnya kepedulian terhadap keselamatan dan ketertiban di lingkungan transportasi publik. Melalui pengangkatan isu ini, Penulis berharap video edukasi ini dapat mengedukasi masyarakat serta mendorong terciptanya perilaku yang lebih bertanggung jawab. Proses Pembuatan Karya Bidang Sesuai Pembagian Tugas

Dalam proses pembuatan karya bidang berupa video edukasi pada akun Instagram @infosepur4 dan TikTok @infosepur4. penulis memiliki beberapa tugas dalam berkontribusi pada project tugas akhir ini yaitu sebagai berikut:

4.2.1 Produser

Produser merupakan individu yang memiliki tanggung jawab dalam merancang suatu program tayangan. Mereka harus memiliki kemampuan untuk berpikir dan mengembangkan ide-ide dalam program dengan baik dan terstruktur. Selain itu, produser juga perlu memiliki kemampuan untuk memimpin serta berkolaborasi dengan semua rekan kerja dan elemen produksi yang relevan. (Sakti and Annissa, 2018)

Dalam pembuatan video edukasi ini memiliki 3 tahapan yaitu, pra produksi, produksi dan paca produksi.

a. Pra Produksi

Selama masa pra-produksi penulis merencanakan ide dan konsep untuk 20 video edukasi yang bertemakan menerobos perlintasan dan pelemparan batu pada kereta api. Penulis juga berdiskusi bersama pihak KAI Daop

4 Semarang untuk merencanakan konsep dan tema apa yang sedang dibutuhkan.

b. Produksi

Pada tahap ini, penulis sebagai produser bertanggung jawab selama berjalannya produksi. Mulai dari pengambilan gambar dan memastikan kelancaran seluruh tahapan produksi berjalan dengan lancar. Pada saat tahap produksi ini adanya perubahan dari SSG awal.

c. Pasca Produksi

Pada tahap ini, penulis sebagai produser bertanggung jawab untuk memastikan proses pengeditan berjalan dengan baik, sehingga jika ada yang dirasa kurang dapat segera diperbaiki dan dilaksanakan take ulang.

4.2.2 Script Writer

Penulis skenario atau penulis naskah adalah individu yang menciptakan cerita dan naskah, baik itu script atau skenario, untuk sebuah program audio visual. Namun, tugas penulis naskah tidak terbatas hanya pada tulisan di atas kertas. Karena selain perlu memikirkan agar pertanyaan dan informasi mudah dipahami oleh produser, kru, serta host, yang lebih penting adalah penulis naskah juga harus membayangkan bagaimana tulisan itu terlihat jika diubah menjadi sebuah program di radio.(Primaningtyas *et al.*, 2014).

Pada project tugas akhir ini, penulis juga memiliki tugas sebagai script writer yang mana penulis memilih tugas dalam:

- a. Memikirkan tema dan ide untuk penulisan naskah
- b. Mengembangkan kata-kata dan disesuaikan dengan konsep konten yang dapat mengedukasi audience dengan mudah

4.2.3 Videographer

Seorang videografer adalah seorang profesional yang mengintegrasikan seni dan teknologi dalam proses penyimpanan dan pembuatan video, memanfaatkan alat kamera dan software pengeditan video.

Tujuan utama dari tugas seorang videografer adalah menghasilkan video berkualitas tinggi, dengan menerapkan berbagai teknik seperti pengaturan pencahayaan yang baik, pengambilan gambar yang mantap, dan perekaman audio yang jelas. Selain tahap perekaman, videografi juga meliputi proses pengeditan menggunakan perangkat lunak tertentu untuk meningkatkan dan menyempurnakan hasil rekaman, sehingga video yang dihasilkan terlihat profesional dan mengandung elemen kreativitas. (Kurniawan *et al.*, 2023)

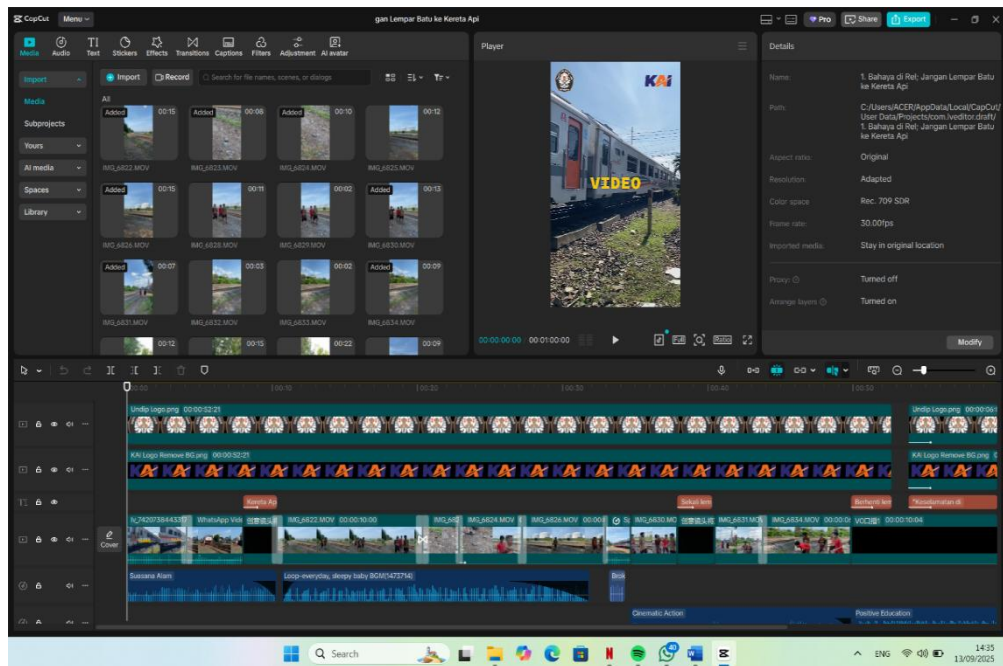
Pada tahap ini, penulis menggunakan kamera Handphone yaitu Iphone seri 11 Penulis mengambil gambar dengan teknik kamera medium shot yang fokus pada Gerak, emosional dan interaksi karakter dengan lingkungannya. Lalu, penulis menggunakan teknik medium long shot pengambilan gambar dengan pengambilan jarak jauh, yang bisa menampilkan sedikit hingga banyak orang dengan mengambil gambar dari bagian lutut hingga atas kepala saja. Teknik ini untuk mempertegas sebuah aktivitas objek dalam 1 frame yang sama. Sedangkan, untuk angle camera yang penulis gunakan adalah eye level dimana teknik ini mengambil posisi sejajar dengan obyek dan ketinggian obyek yang sama dengan subjek.

4.2.4 Editor

Editor merupakan aktivitas yang melibatkan proses mengedit dan menggabungkan beberapa klip video hingga menjadi satu kesatuan yang memiliki arti yang dapat diungkapkan kepada pemirsa. Seorang editor video bertanggung jawab atas aspek visual yang diciptakannya pada konten video. (Yasminia, 2022)

Pada tahap ini, penulis bertugas sebagai editor dimana penulis memiliki tugas:

- a. Memilih gambar, video dan hasil rekaman untuk disunting
- b. Memotong dan menggabungkan potongan-potongan video
- c. Memberi effect, motion, dan backsound
- d. Membuat text dan keterangan sesuai dengan pesan yang disampaikan



Gambar 4.2.4. 1 Proses Editing Video

4.2.5 Art Director

Art director bisa lebih baik dipahami sebagai pengelola seni. tanggung jawab art director dalam sebuah produksi radio adalah mengelola departemen seni. art director tidak hanya fokus pada aspek kreatif dari produksi program radio, tetapi juga mempertimbangkan aspek bisnis, dengan memperhatikan anggaran dan membuat keputusan yang tepat. (David and Santyaputri, 2020)

Penulis bertanggung jawab dan bertugas sebagai art director yang memiliki tugas, yaitu:

- Memperhatikan penampilan talent
- Memastikan setiap scene yang diambil sesuai dengan SSG yang sudah dibuat
- Menjelaskan konsep visual video edukasi kepada klien
- Memastikan pada saat produksi dilakukan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan

4.3 Analisis Perubahan Pada Standart Sequence Guide (SSG) dengan Hasil Video

Dalam membuat project tugas akhir video edukasi ini yang mengacu pada Standart Sequence Guide (SSG) yang telah dibuat, terdapat beberapa perbedaan. Perubahan yang terjadi seperti perubahan tutur bahasa yang di campur dengan bahasa sehari-hari agar terlihat lebih Santai.

4.3.1 Video Edukasi 2

Pada video edukasi ini perubahan dari perencanaan *Standart Sequence Guide* (SSG) awal yaitu dengan menghilangkan narasi pada elemen suara pikiran pengendara ('Ah, masih sempat. Keretanya pasti masih jauh'), suara masinis ('Rem darurat tidak akan cukup, terlalu dekat!'), serta visual ibu yang menunggu sambil memegang ponsel dan suara narator yang tenang dan tegas: 'Jangan menerobos perlintasan. Kereta butuh jarak panjang untuk berhenti, nyawamu tidak bisa menunggu,

4.3.2 Video Edukasi 5

Pada video edukasi ini perubahan dari perencanaan *Standart Sequence Guide* (SSG) awal yaitu mengganti talent Perempuan menjadi talent laki-laki.

4.3.3 Video Edukasi 6

Pada video edukasi ini perubahan dari perencanaan *Standart Sequence Guide* (SSG) awal yaitu mengganti talent ibu menjadi anak muda laki-laki.

4.3.4 Video Edukasi 7

Pada video edukasi ini perubahan dari perencanaan *Standart Sequence Guide* (SSG) awal yaitu perubahan naskah “Penjaga: Mas, tunggu dulu! Kereta mau lewat! menjadi “bentar mas, kereta mau lewat”, “Pengendara: Ah, masih jauh pak! Bisa nyelip!” menjadi “Keretanya

masih jauh pak, masih bisa nyalip ini”, “Penjaga: Jangan main-main sama kereta mas, ingat nyawa cuman satu mas!”.

4.3.5 Video Edukasi 9

Pada video edukasi ini perubahan dari perencanaan *Standart Sequence Guide* (SSG) awal yaitu mengganti talent seorang ibu menjadi seorang anak muda laki-laki.

4.3.6 Video Edukasi 10

Pada video edukasi ini perubahan dari perencanaan *Standart Sequence Guide* (SSG) awal yaitu menghilangkan pengambilan shot pada “Wide shot, kereta sudah lewat, penjaga menurunkan bendera, memberi isyarat aman untuk melintas.”

4.4 Analisis Hasil Pengunggahan 20 Konten Video Edukasi

Hasil konten video edukasi yang telah selesai diproduksi, kemudian dievaluasi dan dibahas oleh klien dan dosen pembimbing, lalu jika ada kesalahan atau yang dirasa kurang, penulis langsung memperbaiki dan mengirimkan kembali kepada klien yang bersangkutan.

Apabila video edukasi sudah dianggap layak untuk dipublikasikan, pihak humas PT. KAI Daop 4 Semarang akan mempublikasikan video edukasi di *official account* Instagram dan tiktok @infosepur4. Penulis dan pihak humas PT. KAI Daop 4 Semarang sudah menyepakati bahwa sebanyak 20 konten video edukasi akan dipublikasikan per-tanggal 21 Agustus 2025.

4.5 Tahap Publikasi Tugas Akhir

4.5.1 Jadwal Publikasi Konten

Perencanaan jadwal penerbitan konten harus dilakukan dengan teliti, memperhatikan ciri khas masing-masing konten dan waktu tayang yang paling ideal. Penyesuaian jadwal ini dilakukan berdasar hasil pembicaraan dan kesepakatan yang dicapai bersama klien, untuk

memastikan bahwa distribusi konten dapat menjangkau audiens yang dituju secara efektif.

Tabel 4.5.1 1 Jadwal Publikasi Konten

No.	Judul Konten	Waktu	Bulan Agustus 2025							
			21	22	24	25	26	29	30	31
1.	Hargai Nyawa, Stop Sebelum Terlambat	10.00								
2.	Satu Batu, Seribu Bahaya	13.00								
3.	Kereta Tak Bisa Berhenti Mendadak	16.00								
4.	Bahaya di Rel: jangan Lempar Batu ke Kereta Api	19.00								
5.	Sekali Lempar, Seumur Hidup Menyesal	16.00								
6.	hargai yang Menjaga	19.00								
7.	Jangan Terobos Nyawa Taruhannya!	10.00								
8.	Jangan Sampai Menyesal	13.00								
9.	Permainan Berbahaya	16.00								

No.	Judul Konten	Waktu	Bulan Agustus 2025							
			21	22	24	25	26	29	30	31
10.	Lebih Baik Terlambat, Daripada Tidak Pernah Sampai	13.00								
11.	Lemparan yang Meninggalkan Luka	16.00								
12.	Terlambat Sekolah atau Menunggu sejenak	19.00								
13.	Lemparan Tanpa Pikir Panjang	10.00								
14.	Jalur Pintas, Nyawa Taruhannya	13.00								
15.	Akibat dari Iseng	16.00								
16.	Pilih: Menunggu Sebentar atau Menyesal Selamanya?	19.00								
17.	Jangan Lempar	10.00								
18.	Jangan Biarkan Keluargamu Menunggu Dalam Tangis	13.00								
19.	Batu Kecil, Masalah Besar	16.00								

No.	Judul Konten	Waktu	Bulan Agustus 2025							
			21	22	24	25	26	29	30	31
20.	Palang Bukan Hiasan, itu Peringatan	10.00								

4.5.2 Publikasi Konten

Setiap video yang sudah selesai diproduksi selanjutnya akan diunggah di akun Instagram resmi PT KAI Daop 4 Semarang dengan username @infosepur4. Berikut adalah beberapa konten yang telah diunggah.

Tabel 4.5.2. 1 Jadwal Publikasi Konten

Konten	Tanggal Publikasi	Link	
		Instagram	TikTok
Hargai Nyawa, Stop Sebelum Terlambat	21 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DNme8A6oFDD/?igsh=c3lpMTZocXZrNzNt	https://www.tiktok.com/@infosepur.4/video/7540868426244377861?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7535889404826011143
Satu Batu, Seribu Bahaya	21 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DNm08-3Rnr-/?igsh=bTA3NnM4amJ3b3Q4	https://www.tiktok.com/@infosepur.4/video/7540920113327918341?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7535889404826011143
Kereta Tak Bisa Berhenti Mendadak	21 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DNnP28LxFbk/?igsh=MWmxbHZjcGRqYzZiaw==	https://www.tiktok.com/@infosepur.4/video/7540980369818963256?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7535889404826011143

Konten	Tanggal Publikasi	Link	
		Instagram	TikTok
Bahaya di Rel: jangan Lempar Batu ke Kereta Api	21 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DNngOqTv-BC/?igsh=MW9mZ2w5NTk4OXc1Mg==	https://www.tiktok.com/@infosepur.4/video/7541017419305782533?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7535889404826011143
Sekali Lempar, Seumur Hidup Menyesal	22 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DNprR1IR_24/?igsh=cWd1MzU1YW04bGdx	https://www.tiktok.com/@infosepur.4/video/7541330239385865477?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7535889404826011143
Hargai yang Menjaga	22 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DNqASmivybC/?igsh=MTTR5amkzczVlb3Zycg==	https://www.tiktok.com/@infosepur.4/video/7541378719978507525?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7535889404826011143
Jangan Terobos Nyawa Taruhannya!	24 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DNuNNsm0PsZ/?igsh=enh6Y3didGgzbGMw	https://www.tiktok.com/@infosepur.4/video/7541983328090508549?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7535889404826011143
Jangan Sampai Menyesal	24 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DNu mCPIYi3k/?igsh=d2dlcnRnYXdrMmQ0	https://www.tiktok.com/@infosepur.4/video/7542039337240775941?is_from_webapp=1&sen

Konten	Tanggal Publikasi	Link	
		Instagram	TikTok
			der_device=pc&web_id=7535889404826011143
Permainan Berbahaya	24 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DNu39ZB4hSA/?igsh=MEzMGpqb3p5ZWwzcQ==	https://www.tiktok.com/@infosepur.4/video/7542079636788890936?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7535889404826011143
Lebih Baik Terlambat, Daripada Tidak Pernah Sampai	25 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DNxeyXvYgEV/?igsh=NG9zNWc0bTNvMmtk	https://www.tiktok.com/@infosepur.4/video/7542410475145940229?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7535889404826011143
Lemparan yang Meninggalkan Luka	25 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DNxhGqh4o6S/?igsh=NWJ6amJ3Z2puNzdp	https://www.tiktok.com/@infosepur.4/video/7542456353399328006?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7535889404826011143
Terlambat Sekolah atau Menunggu sejenak	25 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DNxznCP3tm4/?igsh=MTg4M20zOXdrcGw3aQ==	https://www.tiktok.com/@infosepur.4/video/7542502034163977528?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7535889404826011143

Konten	Tanggal Publikasi	Link	
		Instagram	TikTok
Lemparan Tanpa Pikir Panjang	26 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DNzqErP4kAL/?igsh=MWI1NHdyOGVkJN3dxMQ==	https://www.tiktok.com/@infosepur.4/video/7542780101423877382?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7535889404826011143
Jalur Pintas, Nyawa Taruhannya	29 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DN7ZN3nkbRv/?igsh=Y2FlcDVIMzBpOTFz	https://www.tiktok.com/@infosepur.4/video/7543884915662736645?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7535889404826011143
Akibat dari Iseng	29 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DN7u8NUkTKL/?igsh=MWJ4MzRrZDFibmRqcg==	https://www.tiktok.com/@infosepur.4/video/7543933069514788102?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7535889404826011143
Pilih: Menunggu Sebentar atau Menyesal Selamanya?	29 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DN8DrPUET0Q/?igsh=ZHJrODdzdDRldTlm	https://www.tiktok.com/@infosepur.4/video/7543980496221474053?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7535889404826011143
Jangan Lempar	30 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DN9o2bPiBgV/?igsh=ZmRuYTdsaGxha2s1	https://www.tiktok.com/@infosepur.4/video/7544214632588725560?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7535889404826011143

Konten	Tanggal Publikasi	Link	
		Instagram	TikTok
			der_device=pc&web_id=7535889404826011143
Jangan Biarkan Keluargamu Menunggu Dalam Tangis	30 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DN990yiEawD/?igsh=OHk2MXdyOHpweTVw	https://www.tiktok.com/@infosepur.4/video/7544254357559119110?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7535889404826011143
Batu Kecil, Masalah Besar	30 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DN-TCqnERvt/?igsh=MXRibXduZmR5d3V2dQ==	https://www.tiktok.com/@infosepur.4/video/7544301748010126598?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7535889404826011143
Palang Bukan Hiasan, itu Peringatan	31 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DOAO9BMCA32/?igsh=MmUwZjEzeWhxOWR0	https://www.tiktok.com/@infosepur.4/video/7544581429724745016?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7535889404826011143

4.5.3 Pembahasan Hasil Tugas Akhir

Untuk kategori Edukasi Keselamatan, video yang diproduksi membahas bahaya menerobos perlintasan kereta api, risiko pelemparan batu terhadap kereta, serta dampak yang ditimbulkan baik bagi keselamatan penumpang maupun operasional perjalanan, dengan tujuan

mengedukasi masyarakat terhadap pentingnya menjaga keselamatan bersama. Penulis juga mengevaluasi efektivitas konten melalui penerapan Standard Sequence Guide (SSG) serta pengukuran *Key Performance Indicator* (KPI) guna menilai sejauh mana strategi komunikasi dapat berjalan efektif dan Pengumpulan data dengan harapan hasil evaluasi mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai daya guna konten dalam menyampaikan pesan video edukatif tersebut. Evaluasi ini sebagai acuan dalam merumuskan strategi pengembangan konten edukasi keselamatan kereta api di masa mendatang.

4.5.4 KPI (Key Performance Indikator)

Untuk mengukur keberhasilan dari proyek produksi konten video edukasi ini, ditetapkan sejumlah Key Performance Indicator (KPI) yang bersifat spesifik, terukur, dan relevan dengan tujuan karya.

Tabel 4.5.4. 1 Key Performance Indicator Instagram

Aspek KPI	Indikator	Target Keberhasilan
Produksi Konten	Jumlah video edukasi 1 menit yang disetujui klien	20 video selesai, lolos revisi, disetujui PT KAI Daop 4 Semarang
Publikasi Konten	Kanal resmi KAI Daop 4 Semarang	Semua video dipublikasikan di akun Instagram resmi KAI Daop 4
Jangkauan (<i>Reach/Views</i>)	Penayangan video	Total kumulatif $\geq$ 5.000 views dalam 1 bulan, rata-rata $\geq$ 500 views per video

Interaksi Digital	Likes, komentar, share	Total kumulatif ≥ 250 interaksi, rata-rata $\geq 12-13$ interaksi per video
Engagement Rate (ER)	Tingkat keterlibatan audiens	Minimal 5% per video
Sentimen Audiens	Dominasi komentar positif	Minimal 80% komentar bersifat mendukung atau edukatif
Pemahaman Audiens	Hasil survei pasca tontonan (gform)	≥ 25 responden menyatakan meningkatnya pengetahuan bahaya menerobos & melempar batu

Tabel 4.5.4. 2 Key Performance Indicator TikTok

Aspek KPI	Indikator	Target Keberhasilan
Produksi Konten	Jumlah video edukasi 1 menit yang disetujui klien	20 video selesai, lolos revisi, disetujui PT KAI Daop 4 Semarang
Publikasi Konten	Kanal resmi KAI Daop 4 Semarang	Semua video dipublikasikan di akun TikTok resmi KAI Daop 4
Jangkauan (Reach/Views)	Penayangan video	Total kumulatif ≥ 4000 views dalam 1 bulan, rata-rata ≥ 200 views per video

Interaksi Digital	Likes, komentar, share	Total kumulatif ≥ 200 interaksi, rata-rata ≥ 10 interaksi per video
Engagement Rate (ER)	Tingkat keterlibatan audiens	Minimal 5% per video
Sentimen Audiens	Dominasi komentar positif	Minimal 80% komentar bersifat mendukung atau edukatif
Pemahaman Audiens	Hasil survei pasca tontonan (gform)	≥ 25 responden menyatakan meningkatnya pengetahuan bahaya menerobos & melempar batu

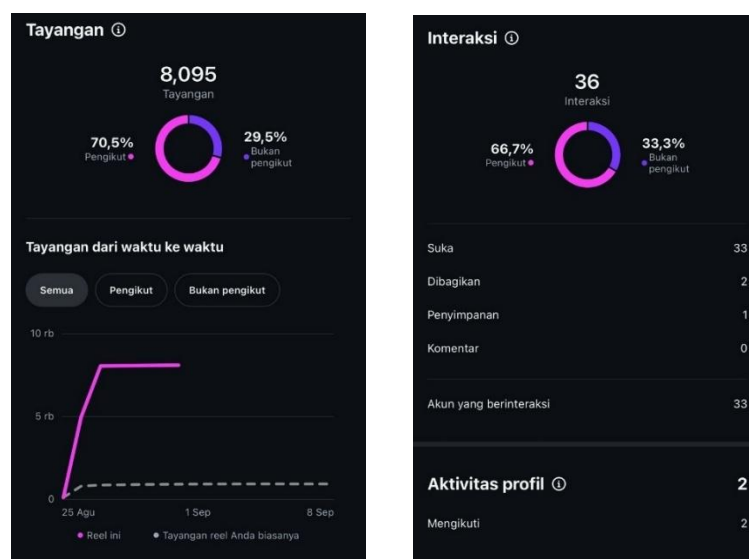
4.5.5 Sustainability (Keberlanjutan Karya)

Untuk menjamin keberlanjutan dari dampak edukatif yang dihasilkan melalui produksi video ini, proyek dirancang agar tetap dapat berjalan setelah tugas akhir selesai. Penulis berupaya menjalin kerja sama berkelanjutan dengan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 4 Semarang, agar video edukasi yang telah diproduksi dapat terus disebarluaskan melalui media sosial resmi, kegiatan sosialisasi, maupun edukasi di sekolah-sekolah sekitar jalur rel. Selain itu, penulis akan menyerahkan seluruh arsip video dan dokumentasi pelengkap dalam format siap pakai agar dapat digunakan kembali oleh pihak KAI. Ke depan, keberlanjutan proyek ini juga diharapkan dapat didukung melalui pelibatan mahasiswa atau komunitas kreatif kampus untuk menjaga kesinambungan produksi konten secara berkala. Dengan demikian, proyek ini tidak berhenti pada tahap akademik semata, tetapi dapat terus memberikan kontribusi nyata bagi keselamatan masyarakat.

4.5.6 Analisis Hasil Konten Instagram

Pada Tugas Akhir ini terdapat 20 konten video edukasi yang di-*upload* melalui platform Instagram. Konten dengan judul “Lemparan yang Meninggalkan Luka” menjadi konten yang memiliki view paling banyak yakni 8.095 tayangan. Hasil dari unggahan tersebut menunjukkan bahwa konten di Instagram cenderung menarik lebih banyak perhatian dari audiens, terlihat dari indikator like, komentar, share, serta jumlah tayangan. Konten Instagram dapat memberikan gambaran tentang seberapa tertarik audiens terhadap materi yang disajikan. Namun, kontribusinya terhadap interaksi yang lebih mendalam masih cukup terbatas. Ini menunjukkan bahwa konten berhasil menarik perhatian secara visual dan informatif, tetapi memerlukan strategi tambahan untuk meningkatkan keterlibatan yang lebih aktif.

a. Lemparan yang Meninggalkan Luka

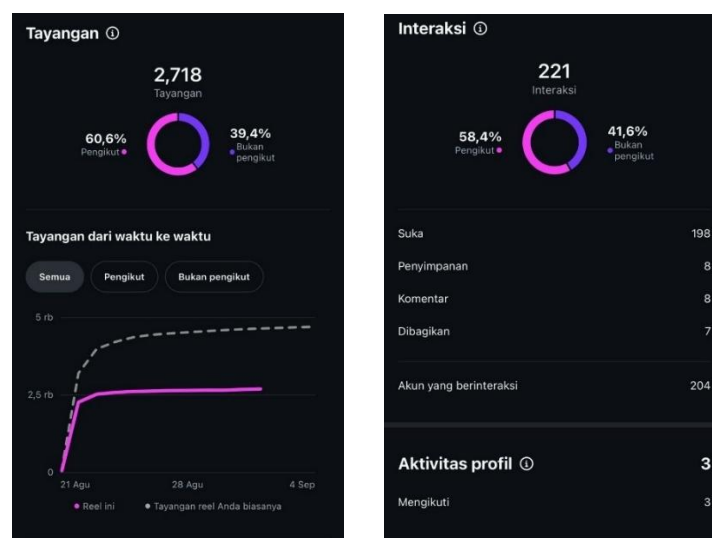


Gambar 4.5.6. 1 Tayangan dan Interaksi video edukasi berjudul “Lemparan yang Meninggalkan Luka”

Hasil analisis video edukasi menunjukkan video ini memperoleh 8.095 tayangan, melebihi target 250, tetapi 70,5% penonton adalah pengikut, yang berarti kurang mampu menarik audiens baru. Interaksi hanya ada 36, terdiri dari 33 suka, 2

dibagikan, dan 1 penyimpanan, menghasilkan tingkat keterlibatan sekitar 0,44% ($36 \div 8.095 \times 100\%$), jauh di bawah KPI 5%. Namun, video ini menambah 2 pengikut baru, menunjukkan bahwa konten sangat baik dalam jangkauan tetapi lemah dalam interaksi. Diperlukan strategi untuk meningkatkan keterlibatan, terutama dari non-pengikut.

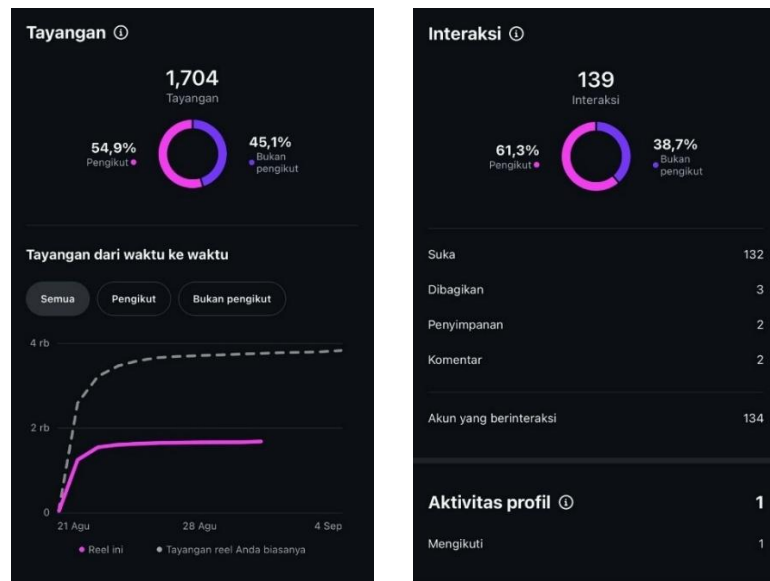
b. Hargai Nyawa, Stop Sebelum Terlambat



Gambar 4.5.6. 2 Tayangan dan Interaksi video edukasi berjudul “Hargai Nyawa, Stop Sebelum Terlambat”

Kesimpulan dari hasil Video edukasi ini memperoleh 2.718 tayangan, melebihi target rata-rata 500 tayangan per video, dengan 39,4% berasal dari non-pengikut sehingga cukup efektif menarik audiens baru. Interaksi mencapai 221 (198 suka, 8 komentar, 8 simpan, 7 dibagikan), Tingkat keterlibatan tercatat 8,1% ($221 \div 2.718 \times 100\%$), melampaui KPI minimal 5%. Video ini juga menambah 3 pengikut baru, menunjukkan kontribusi positif terhadap pertumbuhan audiens. Secara keseluruhan, performa konten sudah sangat baik dalam jangkauan dan interaksi, meskipun evaluasi sentimen komentar dan survei pemahaman audiens masih diperlukan untuk melengkapi capaian KPI.

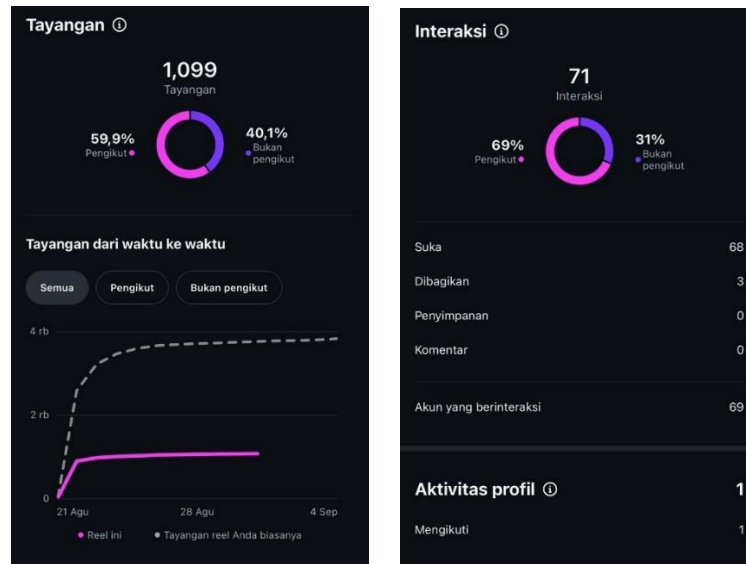
c. Satu Batu, Seribu Bahaya



Gambar 4.5.6. 3 Tayangan dan Interaksi video edukasi berjudul “Satu Batu, Seribu Bahaya”

Hasil analisis video edukasi menunjukkan video ini memperoleh 1.704 tayangan, melampaui target rata-rata 500 tayangan per video, dengan penonton 54,9% pengikut dan 45,1% bukan pengikut, yang berarti cukup berhasil menarik audiens baru. Interaksi yang diperoleh berjumlah 139, terdiri dari 132 suka, 3 dibagikan, 2 komentar, dan 2 penyimpanan. Angka ini jauh di atas target rata-rata 12–13 interaksi per video, Tingkat keterlibatan (Engagement Rate) tercatat sekitar 8,1% ($139 \div 1.704 \times 100\%$), melampaui KPI minimal 5%. Selain itu, video ini juga menambah 1 pengikut baru, menunjukkan adanya dampak positif pada pertumbuhan audiens. Secara keseluruhan, konten ini sudah cukup baik dalam hal jangkauan dan interaksi.

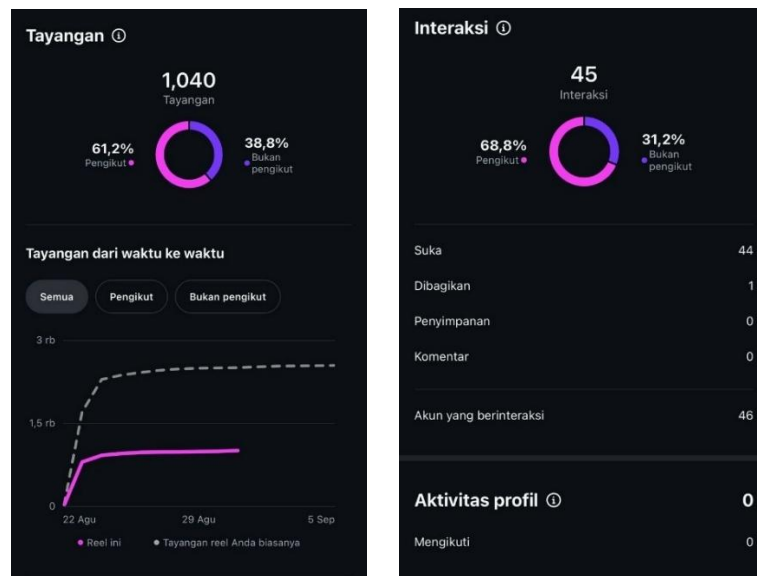
d. Kereta Tak Bisa Berhenti Mendadak



Gambar 4.5.6. 4 Tayangan dan Interaksi video edukasi berjudul “Kereta Tak Bisa Berhenti Mendadak”

Keimpulan dari hasil analisis video edukasi tersebut mendapatkan 1.099 tayangan, melebihi target minimal rata-rata 250 views per video, sehingga jangkauan dapat dinyatakan tercapai. Interaksi digital, video ini menerima 71 interaksi, terdiri dari 68 likes dan 3 kali dibagikan; jumlah ini sangat jauh di atas rata-rata target per video (12–13 interaksi), untuk tingkat keterlibatan, angka 6,46% ($71 \div 1.099 \times 100\%$) menunjukkan hasil yang baik, karena lebih tinggi dari target minimum 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa audiens yang menonton cukup aktif.

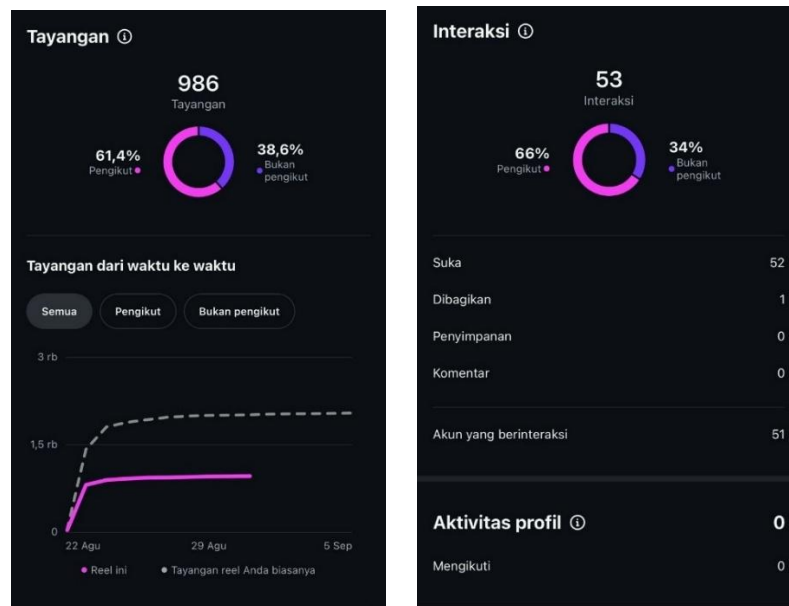
e. Sekali Lempar, Seumur Hidup Menyetal



Gambar 4.5.6. 5 Tayangan dan Interaksi video edukasi berjudul “Sekali Lempar, Seumur Hidup Menyetal”

Kesimpulan dari hasil analisis video edukasi dari sisi jangkauan memperoleh 1.040 tayangan yang sudah melampaui target rata-rata minimal 250 views per video, sedangkan dari sisi interaksi hanya tercatat 45 interaksi yang terdiri dari 44 suka dan 1 kali dibagikan tanpa komentar maupun penyimpanan, jumlah ini memang sudah melampaui target rata-rata interaksi per video, kemudian dari sisi engagement rate capaian sekitar 4,32% ($45 \div 1.040 \times 100\%$) masih di bawah target minimal 5%, sementara itu distribusi interaksi menunjukkan 68,8% berasal dari pengikut dan 31,2% dari non-pengikut.

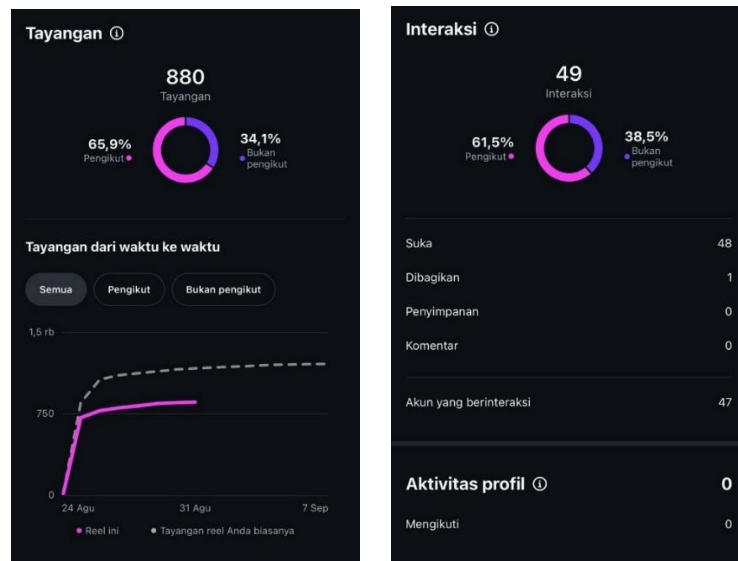
f. Hargai yang Menjaga



Gambar 4.5.6. 6 Tayangan dan Interaksi video edukasi berjudul “Hargai yang Menjaga”

Kesimpulan dari hasil analisis video edukasi dari sisi jangkauan video ini memperoleh 986 tayangan yang sudah melampaui target rata-rata minimal 250 views per video, namun mayoritas penonton berasal dari pengikut sebesar 61,4% dan hanya 38,6% dari non-pengikut sehingga belum optimal dalam menarik audiens baru, sedangkan dari sisi interaksi video ini memperoleh 53 interaksi yang terdiri dari 52 suka dan 1 kali dibagikan, jumlah ini sudah melampaui rata-rata target interaksi per video, kemudian dari sisi engagement rate capaian sekitar 5,37% ($53 \div 986 \times 100\%$) menunjukkan performa cukup baik karena memenuhi target minimal 5%, sehingga secara keseluruhan video edukasi ini dapat dikatakan berhasil memenuhi KPI dasar terutama dari aspek jangkauan rata-rata dan engagement rate.

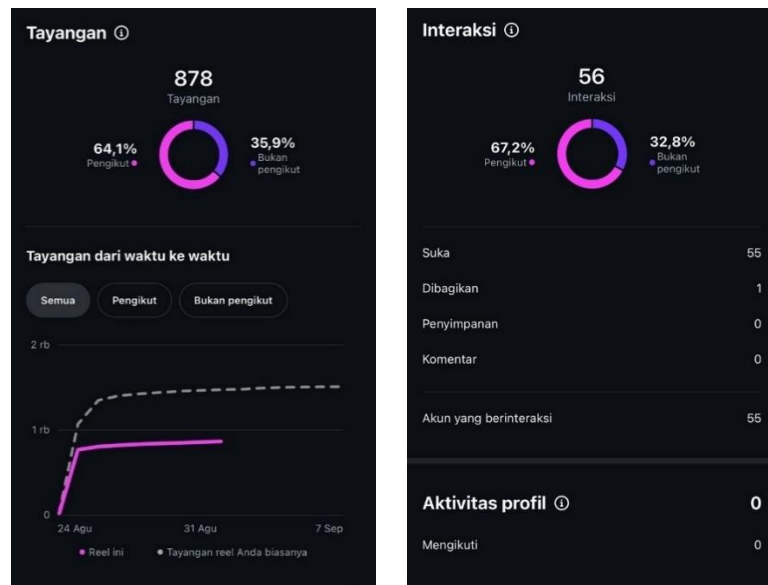
g. Jangan Sampai Menyesal



Gambar 4.5.6. 7 Tayangan dan Interaksi video edukasi berjudul “Jangan Sampai Menyesal”

Kesimpulan dari hasil analisis video edukasi dari sisi jangkauan memperoleh 880 tayangan dengan mayoritas penonton berasal dari pengikut sebesar 65,9% dan 34,1% dari non-pengikut sehingga belum optimal dalam menjangkau audiens baru, sedangkan dari sisi interaksi tercatat 49 interaksi yang terdiri dari 48 suka dan 1 kali dibagikan tanpa komentar, jumlah ini memang telah melampaui target rata-rata minimal interaksi per video, capaian engagement rate sekitar 5,57% ($49 \div 880 \times 100\%$) menunjukkan bahwa video ini berhasil memenuhi target minimal 5%, sehingga secara keseluruhan konten ini dapat dinilai cukup baik dalam menjaga keterlibatan pengikut yang ada.

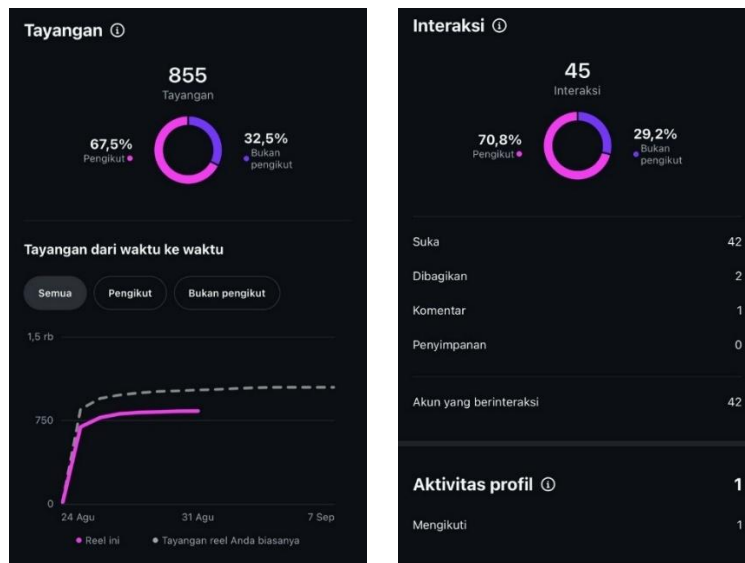
h. Jangan Terobos Nyawa Taruhannya!



Gambar 4.5.6. 8 Tayangan dan Interaksi video edukasi berjudul “Jangan Terobos Nyawa Taruhannya!”

Kesimpulan dari hasil analisis video edukasi dari sisi jangkauan memperoleh 878 tayangan yang mayoritas penonton berasal dari pengikut sebesar 64,1% dan 35,9% dari non-pengikut, sedangkan dari sisi interaksi tercatat 56 interaksi yang terdiri dari 55 suka dan 1 kali dibagikan tanpa komentar maupun penyimpanan, jumlah ini memang melampaui target rata-rata interaksi per video, capaian engagement rate sekitar 6,38% ($56 \div 878 \times 100\%$) masih memenuhi KPI minimal 5% meskipun kontribusinya lebih didominasi oleh pengikut, serta tidak ada tambahan pengikut baru dari tayangan tersebut, sehingga secara keseluruhan konten ini dapat dinilai cukup baik dalam menjaga keterlibatan audiens yang sudah ada.

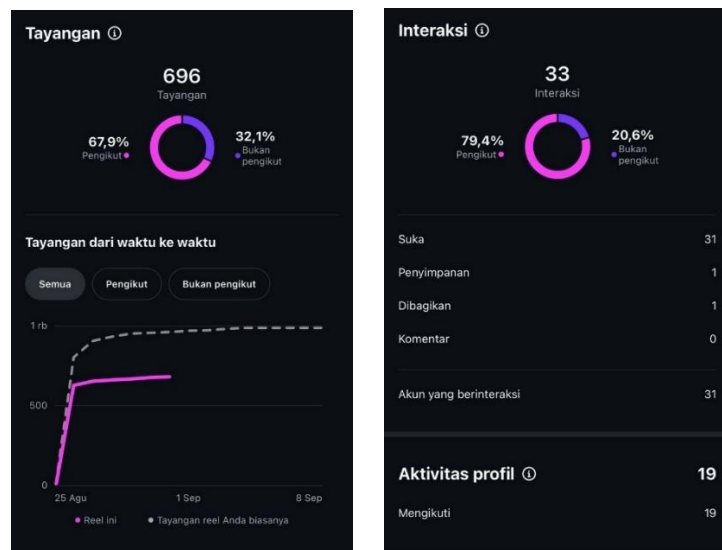
i. Permainan Berbahaya



Gambar 4.5.6. 9 Tayangan dan Interaksi video edukasi berjudul “Permainan Berbahaya”

Kesimpulan dari hasil analisis video edukasi dari sisi jangkauan memperoleh 855 tayangan dengan mayoritas penonton berasal dari pengikut sebesar 67,5% dan 32,5% dari non-pengikut sehingga belum maksimal dalam memperluas audiens baru, sementara dari sisi interaksi tercatat 45 interaksi yang terdiri dari 42 suka, 2 kali dibagikan, dan 1 komentar tanpa penyimpanan, jumlah ini sudah melampaui target rata-rata interaksi per video, capaian engagement rate sekitar 5,26% ($45 \div 855 \times 100\%$) menunjukkan bahwa video ini masih memenuhi standar minimal KPI yaitu 5%, serta adanya tambahan 1 pengikut baru menandakan bahwa konten ini memiliki potensi untuk menarik audiens baru meskipun kontribusinya masih kecil, sehingga secara keseluruhan video ini dapat dinilai cukup efektif dalam menjaga keterlibatan pengikut.

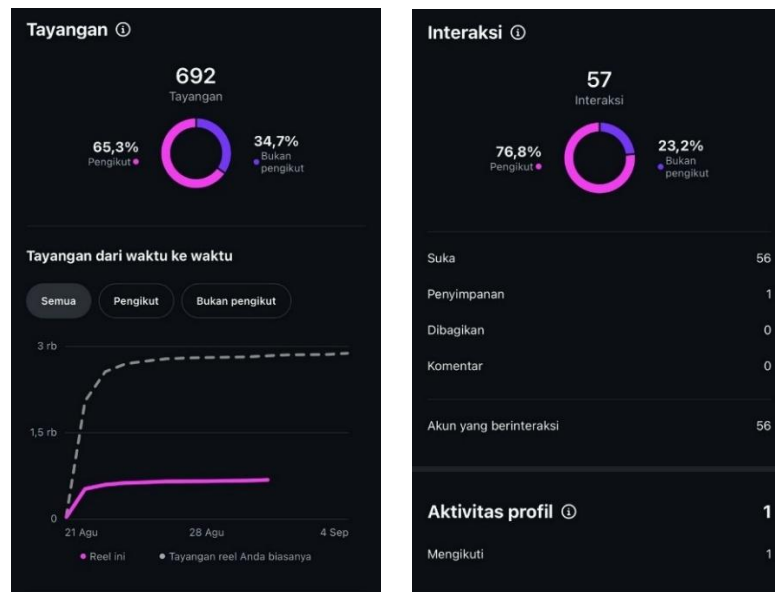
j. Lebih Baik Terlambat, Daripada Tidak Pernah Sampai



Gambar 4.5.6. 10 Tayangan dan Interaksi video edukasi berjudul “Lebih Baik Terlambat, Daripada Tidak Pernah Sampai”

Kesimpulan dari hasil analisis video edukasi yang menunjukkan performa yang kurang optimal dari sisi jangkauan maupun interaksi, dengan total 696 tayangan yang sebagian besar masih berasal dari pengikut sebesar 67,9% dan hanya 32,1% dari non-pengikut, serta 33 interaksi yang terdiri dari 31 suka, 1 penyimpanan, dan 1 kali dibagikan tanpa komentar, jumlah ini memang melampaui target rata-rata interaksi per video, sehingga engagement rate sekitar 4,74% ($33 \div 696 \times 100\%$) berada di bawah standar minimal KPI sebesar 5%, namun konten ini justru menunjukkan efektivitas yang tinggi dalam menarik audiens baru dengan adanya tambahan 19 pengikut, menjadikannya salah satu konten dengan konversi pengikut tertinggi, sehingga secara keseluruhan meskipun video ini belum optimal dari sisi engagement, konten ini dapat dinilai berhasil dalam meningkatkan pertumbuhan jumlah pengikut yang merupakan indikator penting dari perluasan jangkauan audiens.

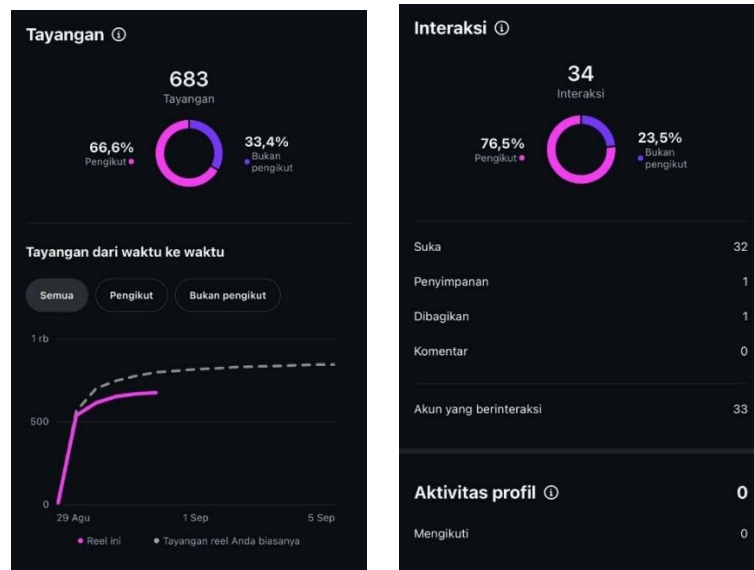
k. Bahaya di Rel: Jangan Lempar Batu ke Kereta Api



Gambar 4.5.6. 11 Tayangan dan Interaksi video edukasi berjudul “Bahaya di Rel: Jangan Lempar Batu ke Kereta Api”

Video edukasi yang dipublikasikan menunjukkan performa yang rendah, dari sisi jangkauan hanya memperoleh 692 tayangan yang memang melampaui target rata-rata minimal 250 views per video tetapi jumlahnya lebih rendah dibandingkan konten sebelumnya, sedangkan dari sisi interaksi hanya tercatat 57 interaksi yang terdiri dari 56 likes dan 1 penyimpanan, jumlah ini memang sudah melampaui target rata-rata per video, dari aspek engagement rate capaian sebesar 8,23% ($57 \div 692 \times 100\%$) menunjukkan bahwa tingkat keterlibatan audiens masih memenuhi target minimal 5%, sehingga secara keseluruhan video ini dapat dikatakan memenuhi sebagian KPI dasar terutama pada jangkauan rata-rata dan engagement rate.

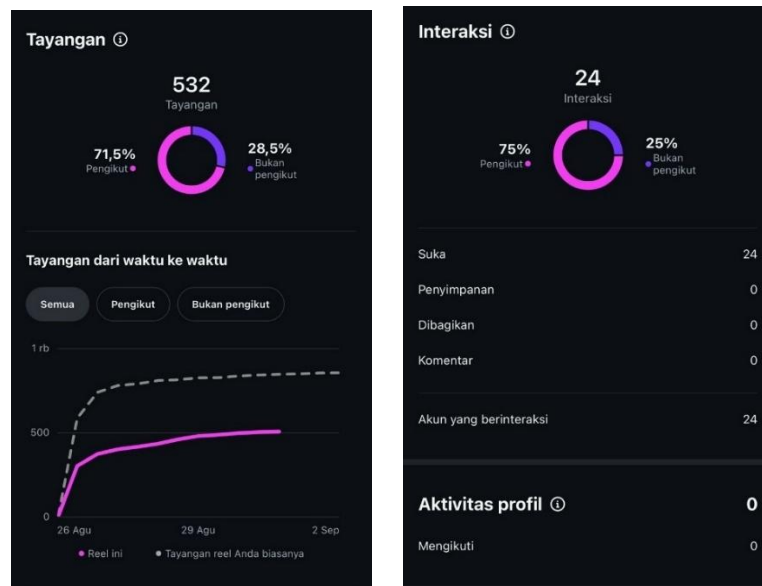
I. Jalur Pintas, Nyawa Taruhannya



Gambar 4.5.6. 12 Tayangan dan Interaksi video edukasi berjudul “Jalur Pintas, Nyawa Taruhannya”

Video edukasi yang dipublikasikan menunjukkan total 683 tayangan, di mana mayoritas berasal dari pengikut sebesar 66,6% dan hanya 33,4% dari non-pengikut sehingga daya tarik terhadap audiens baru masih terbatas, sementara dari sisi interaksi tercatat 34 interaksi yang terdiri dari 32 likes, 1 simpan, dan 1 bagikan tanpa komentar, dengan keterlibatan 33 akun yang sebagian besar merupakan pengikut (76,5%) sehingga engagement masih lebih banyak bersumber dari audiens lama, capaian engagement rate sekitar 4,97% ($34 \div 683 \times 100\%$) sedikit di bawah standar minimal KPI 5%, dan tidak ada tambahan pengikut baru yang dihasilkan, sehingga secara keseluruhan konten ini cukup menjaga keterlibatan dasar namun belum efektif dalam memperluas jangkauan maupun mendorong pertumbuhan audiens baru.

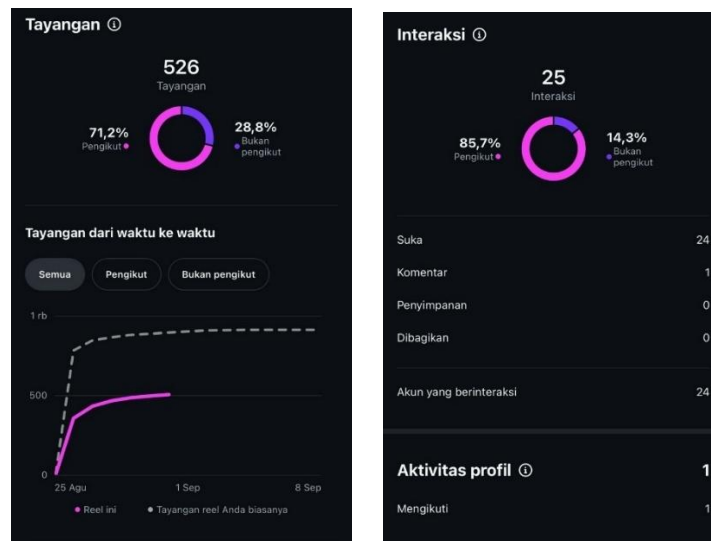
m. Lemparan Tanpa Pikir Panjang



Gambar 4.5.6. 13 Tayangan dan Interaksi video edukasi berjudul “Lemparan Tanpa Pikir Panjang”

Kesimpulan dari hasil analisis video edukasi yang dipublikasikan menunjukkan performa yang rendah, dengan total 532 tayangan yang sebagian besar masih didominasi oleh pengikut sebesar 71,5% dan hanya 28,5% dari non-pengikut sehingga jangkauan terhadap audiens baru belum optimal, sementara dari sisi interaksi hanya tercatat 24 interaksi yang seluruhnya berupa likes tanpa komentar, simpan, maupun bagikan, jumlah ini memang sudah melebihi target rata-rata interaksi per video, capaian engagement rate sekitar 4,51% ($24 \div 532 \times 100\%$) berada di bawah standar minimal KPI sebesar 5%, serta tidak ada tambahan pengikut baru dari tayangan ini, sehingga secara keseluruhan konten ini dapat dinilai kurang efektif karena hanya menjaga keterlibatan dasar dari pengikut lama tanpa memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan audiens maupun variasi interaksi.

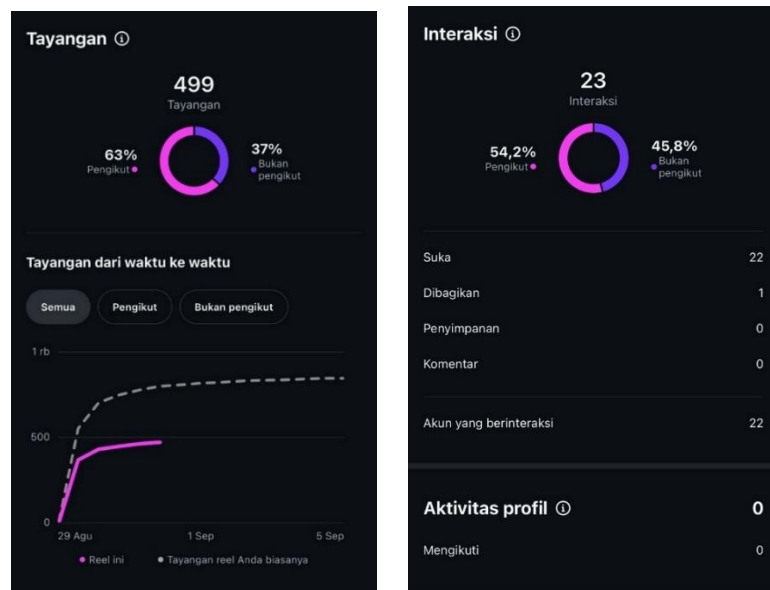
n. Terlambat Sekolah atau Menunggu Sejenak



Gambar 4.5.6. 14 Tayangan dan Interaksi video edukasi berjudul “Terlambat Sekolah atau Menunggu Sejenak”

Kesimpulan dari hasil analisis video edukasi yang dipublikasikan menunjukkan performa yang relatif rendah, dengan total 526 tayangan yang sebagian besar masih berasal dari pengikut sebesar 71,2% dan hanya 28,8% dari non-pengikut sehingga jangkauan terhadap audiens baru belum optimal, sementara dari sisi interaksi hanya tercatat 25 interaksi yang terdiri dari 24 suka dan 1 komentar tanpa adanya simpan maupun bagikan, jumlah ini memang sudah melampaui target rata-rata interaksi per video, capaian engagement rate sekitar 4,75% ($25 \div 526 \times 100\%$) berada sedikit di bawah standar minimal KPI sebesar 5%, meskipun demikian video ini tetap memberikan kontribusi positif dengan tambahan 1 pengikut baru, sehingga secara keseluruhan konten ini dapat dinilai cukup menjaga keterlibatan audiens lama namun belum efektif dalam memperluas jangkauan dan mendorong interaksi yang lebih beragam dari non-pengikut.

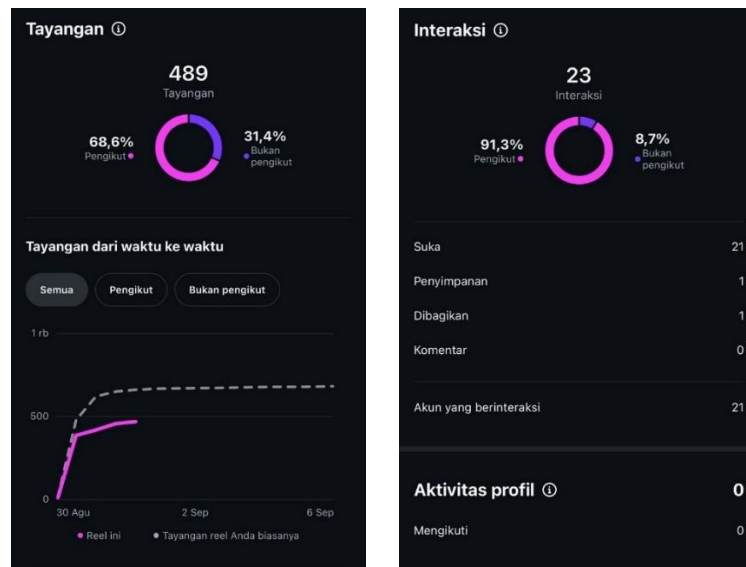
o. Akibat dari Iseng



Gambar 4.5.6. 15 Tayangan dan Interaksi video edukasi berjudul “Akibat dari Iseng”

Konten edukasi dengan total 499 tayangan menunjukkan capaian yang relatif rendah dari sisi jangkauan maupun interaksi. Meskipun distribusi audiens cukup seimbang, yakni 63% dari pengikut dan 37% dari non-pengikut, daya tarik terhadap audiens baru belum cukup optimal. Dari sisi interaksi, tercatat 23 interaksi yang terdiri dari 22 suka, 1 bagikan, dan 1 simpan tanpa komentar, dengan keterlibatan 54,2% pengikut dan 45,8% non-pengikut. Engagement rate sekitar 4,6% ($23 \div 499 \times 100\%$) masih berada di bawah standar minimal KPI sebesar 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa konten ini hanya mampu menjaga keterlibatan dasar tetapi belum efektif dalam mendorong interaksi lebih variatif maupun menarik audiens baru secara signifikan.

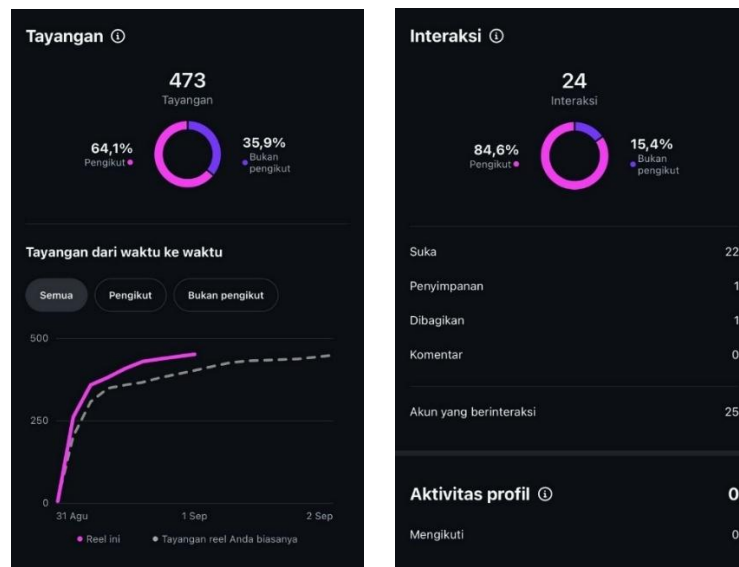
p. Jangan Lempar



Gambar 4.5.6. 16 Tayangan dan Interaksi video edukasi berjudul “Jangan Lempar”

Kesimpulan hasil dari konten edukasi yang dipublikasikan memperlihatkan performa yang cenderung terbatas, dengan total 489 tayangan yang mayoritas berasal dari pengikut (68,6%) dibandingkan non-pengikut (31,4%). Dari sisi interaksi, tercatat 23 interaksi (21 suka, 1 simpan, dan 1 dibagikan) yang melibatkan 21 akun, dengan dominasi interaksi dari pengikut sebesar 91,3%, sementara kontribusi non-pengikut hanya 8,7%. Meskipun konten ini cukup efektif dalam menjaga keterlibatan pengikut inti, Engagement rate sekitar 4,7% ($23 \div 489 \times 100\%$) masih berada di bawah standar minimal KPI sebesar 5%, tidak adanya tambahan pengikut baru dari tayangan Reels menunjukkan bahwa daya tarik konten terhadap audiens baru masih kurang kuat.

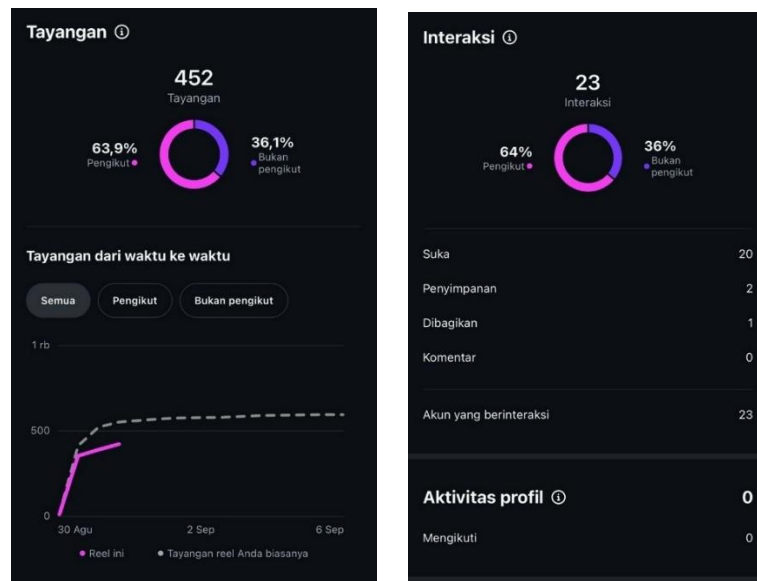
q. Palang Bukan Hiasan, itu Peringatan



Gambar 4.5.6. 17 Tayangan dan Interaksi video edukasi berjudul “Palang Bukan Hiasan, itu Peringatan”

Kesimpulan dari hasil analisis konten edukasi yang diunggah menunjukkan performa yang kurang baik dengan total 473 tayangan, di mana 64,1% berasal dari pengikut dan 35,9% dari non-pengikut. Dari sisi interaksi, konten ini memperoleh 24 interaksi yang terdiri dari 22 suka, 1 kali disimpan, dan 1 kali dibagikan tanpa adanya komentar, dengan 25 akun yang terlibat, mayoritas di antaranya (84,6%) merupakan pengikut, sementara 15,4% berasal dari non-pengikut. Engagement rate sekitar 5% ($24 \div 473 \times 100\%$) memenuhi standar minimal KPI sebesar 5%, Meskipun tayangan dan interaksi tergolong cukup stabil, konten ini belum mampu mendorong konversi menjadi pengikut baru, terbukti dari tidak adanya peningkatan aktivitas profil, sehingga dapat disimpulkan bahwa video lebih berfungsi mempertahankan keterlibatan pengikut lama dibandingkan menarik audiens baru.

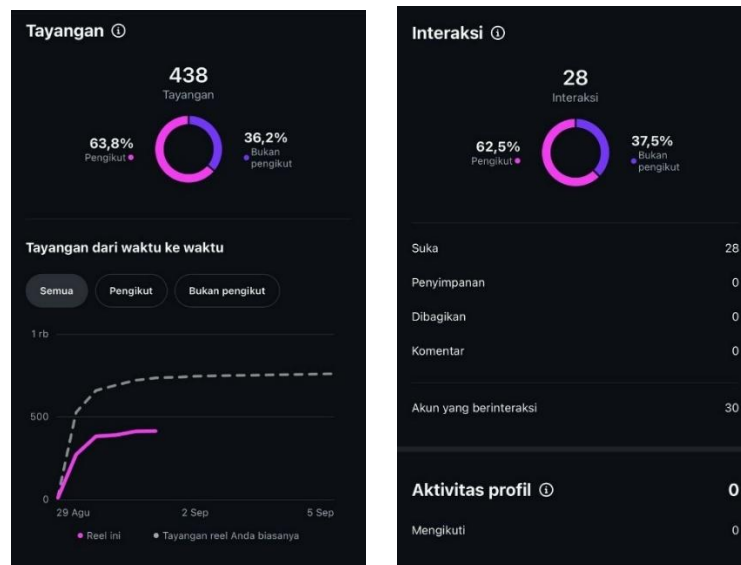
r. Jangan Biarkan Keluargamu Menunggu dalam Tangis



Gambar 4.5.6. 18 Tayangan dan Interaksi video edukasi berjudul “Jangan Biarkan Keluargamu Menunggu dalam Tangis”

Kesimpulan dari hasil analisis konten edukasi yang dipublikasikan menunjukkan total 452 tayangan, di mana mayoritas berasal dari pengikut (63,9%) dibandingkan non-pengikut (36,1%). Dari sisi interaksi, tercatat 23 interaksi yang terdiri dari 20 suka, 2 simpan, dan 1 dibagikan tanpa komentar, dengan kontribusi utama dari pengikut sebesar 64% dan 36% dari non-pengikut. Engagement rate sekitar 5,1% ($23 \div 452 \times 100\%$) memenuhi standar minimal KPI sebesar 5%, hasil ini menunjukkan bahwa meskipun jangkauan konten sudah mampu menjangkau audiens di luar pengikut, tingkat keterlibatannya masih terbatas sehingga konten ini lebih kuat dalam mempertahankan keterlibatan pengikut dibandingkan menarik interaksi baru dari non-pengikut.

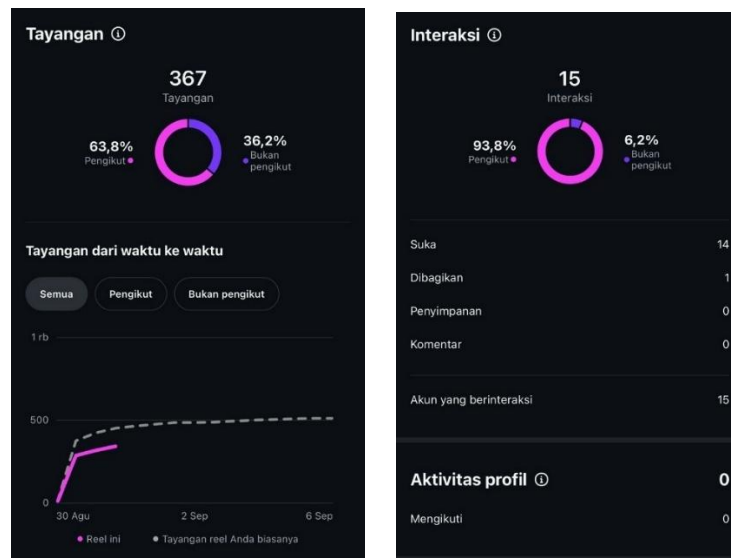
s. **Pilih: Menunggu Sebentar atau Menyesal Selamanya?**



Gambar 4.5.6. 19 Tayangan dan Interaksi video edukasi berjudul “Pilih Menunggu Sebentar atau Menyesal Selamanya?”

Kesimpulan dari hasil analisis Konten edukasi yang diunggah menunjukkan performa yang cukup rendah, dengan total 438 tayangan yang sebagian besar berasal dari pengikut (63,8%) dibanding non-pengikut (36,2%), serta menghasilkan 28 interaksi yang seluruhnya berupa suka tanpa adanya variasi interaksi lain seperti komentar, bagikan, atau simpan, dengan keterlibatan 30 akun yang mayoritas pengikut (62,5%) dan 37,5% non-pengikut, Engagement rate sekitar 6,3% ($28 \div 438 \times 100\%$) melampaui standar minimal KPI sebesar 5%, namun tidak memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan pengikut baru.

t. Batu Kecil, Masalah Besar



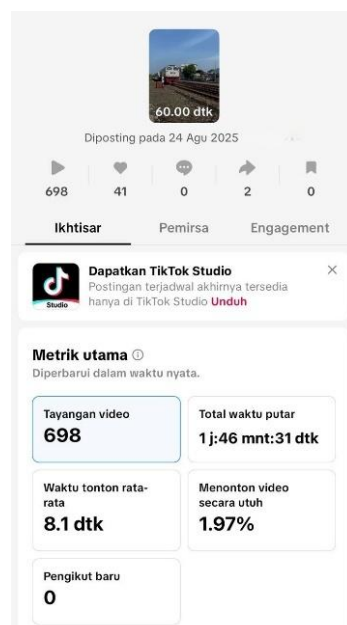
Gambar 4.5.6. 20 Tayangan dan Interaksi video edukasi berjudul “Baru Kecil, Masalah Besar”

Kesimpulan dari hasil analisis konten edukasi yang dipublikasikan menunjukkan performa yang cenderung rendah dengan total 367 tayangan, di mana 63,8% berasal dari pengikut dan 36,2% dari non-pengikut. Dari sisi interaksi, video ini memperoleh 15 interaksi yang terdiri dari 14 suka dan 1 kali dibagikan tanpa penyimpanan maupun komentar, dengan dominasi interaksi dari pengikut sebesar 93,8% dan hanya 6,2% dari non-pengikut. Jumlah akun yang berinteraksi sebanyak 15, Engagement rate sekitar 4% ($15 \div 367 \times 100\%$) masih berada di bawah standar minimal KPI sebesar 5%, namun tidak ada aktivitas profil berupa penambahan pengikut baru. Hal ini menunjukkan bahwa konten lebih banyak mempertahankan keterlibatan pengikut yang sudah ada, tetapi belum efektif dalam menarik perhatian audiens baru maupun mendorong konversi menjadi pengikut akun.

4.5.7 Analisis Hasil Konten TikTok

Pada Tugas Akhir ini terdapat 20 konten video edukasi yang di-*upload* melalui platform TikTok. Hasil analisis konten pada platform TikTok menunjukkan bahwa meskipun akun ini tergolong baru, video edukasi yang diunggah telah berhasil menarik perhatian audiens dengan capaian *engagement rate* yang cukup tinggi, terutama pada konten “Jangan Sampai Menyesal” dan “Hargai Nyawa, Stop Sebelum Terlambat”. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki potensi besar sebagai media penyebaran pesan edukatif yang efektif karena mampu menjangkau khalayak luas dengan gaya komunikasi yang ringan dan mudah diterima. Namun, jangkauan tayangan serta interaksi mendalam seperti komentar dan diskusi masih tergolong rendah, sehingga dibutuhkan strategi pengembangan konten yang lebih interaktif dan konsisten agar dapat membangun audiens yang loyal serta meningkatkan dampak edukatif secara berkelanjutan.

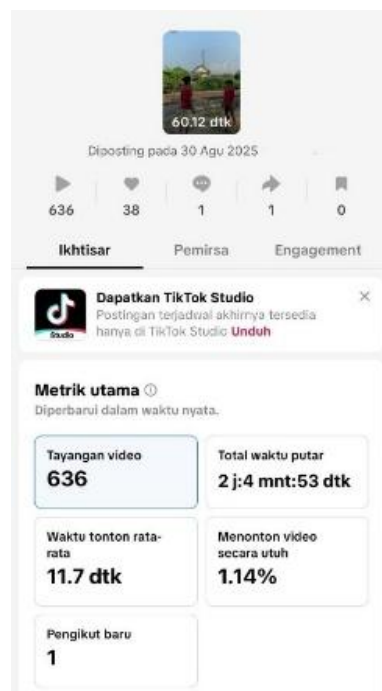
a. Permainan Berbahaya



Gambar 4.5.7. 1 Ikhtisar video edukasi berjudul “Permainan Berbahaya”

Video TikTok berdurasi 60 detik yang dipublikasikan pada 24 Agustus 2025 pukul 16.00 memperoleh 698 tayangan, jauh melebihi target rata-rata minimal 200 views per video. Dari sisi interaksi digital, video ini meraih 43 interaksi (41 like dan 2 share) tanpa komentar maupun penambahan pengikut baru. Nilai engagement rate tercatat sekitar 6,2% ($43 \div 698 \times 100\%$), masih melampaui target minimal 5% dan menunjukkan keterlibatan audiens yang cukup baik.

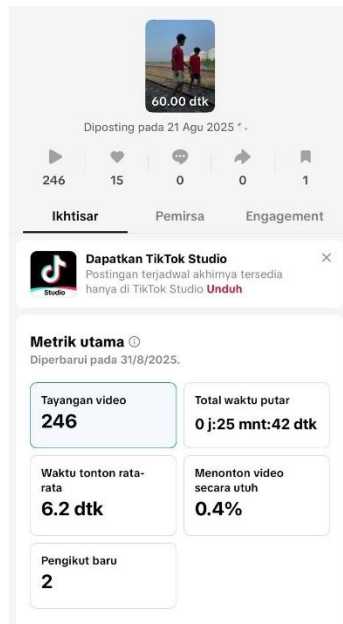
b. Jangan Lempar



Gambar 4.5.7. 2 Ikhtisar video edukasi berjudul “Jangan Lempar”

Video berdurasi 60 detik yang dipublikasikan pada 30 Agustus 2025 pukul 10.00 memperoleh 636 tayangan, menunjukkan capaian yang cukup baik dibanding rata-rata video sebelumnya. Dari segi interaksi, video menghasilkan 40 interaksi (38 like, 1 komentar, 1 share) serta berhasil mendatangkan 1 pengikut baru. Hal ini memberikan engagement rate sekitar 6,3% ($40 \div 636 \times 100\%$), melebihi target minimal 5%.

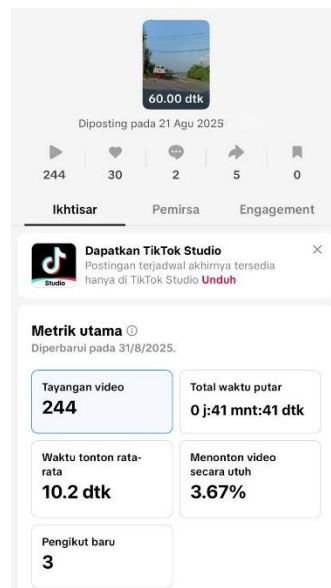
c. Satu Batu, Seribu Bahaya



Gambar 4.5.7. 3 Ikhtisar video edukasi berjudul “Satu Batu, Seribu Bahaya”

Kesimpulan dari hasil analisis video TikTok berdurasi 60 detik yang dipublikasikan pada 21 Agustus 2025 pukul 13.00 memperoleh 246 tayangan, sehingga indikator jangkauan rata-rata per video tetap terpenuhi. Dari sisi interaksi digital, video ini menghasilkan 15 like dan menambah 2 pengikut baru, namun tidak memperoleh komentar, share, maupun simpan. Nilai engagement rate sebesar sekitar 6,5% ($16 \div 246 \times 100\%$) masih melampaui target minimal 5%.

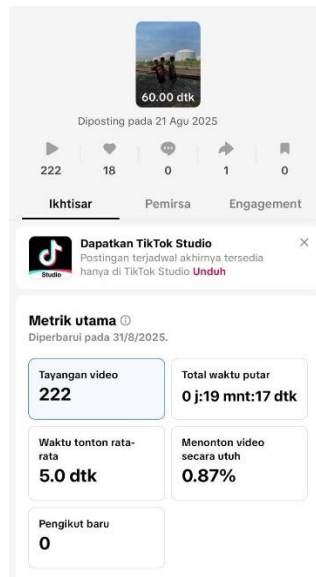
d. Hargai Nyawa, Stop Sebelum Terlambat



Gambar 4.5.7. 4 Ikhtisar video edukasi berjudul “Hargai Nyawa, Stop Sebelum Terlambat”

Kesimpulan dari hasil analisis video TikTok tanggal 21 Agustus 2025 berhasil memenuhi sebagian besar target KPI. Dari sisi jangkauan, video memperoleh 244 views yang melebihi rata-rata target, serta menghasilkan 37 interaksi (like, komentar, share) dengan Engagement Rate 15,16% ($37 \div 244 \times 100\%$) jauh di atas target minimal 5%. Komentar yang masuk bersifat positif sehingga indikator sentimen juga terpenuhi.

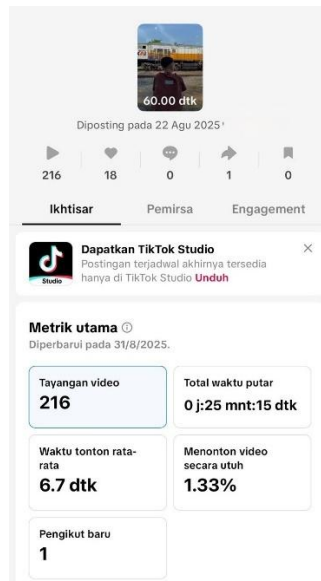
e. Bahaya di Rel: Jangan Lempar Batu ke Kereta Api



Gambar 4.5.7. 5 Ikhtisar video edukasi berjudul “Bahaya di Rel: Jangan Lempar Batu ke Kereta Api”

Kesimpulan dari hasil dari analisis video TikTok berdurasi 60 detik yang dipublikasikan pada 21 Agustus 2025 pukul 19.00 memperoleh 222 tayangan, sehingga sudah memenuhi target rata-rata minimal 200 views per video. Dari sisi interaksi digital, video ini menghasilkan 19 interaksi (18 like dan 1 share) tanpa komentar maupun penambahan pengikut baru. Nilai engagement rate tercatat sekitar 8,6% ($19 \div 222 \times 100\%$), melampaui target minimal 5% meskipun interaksi masih didominasi oleh like.

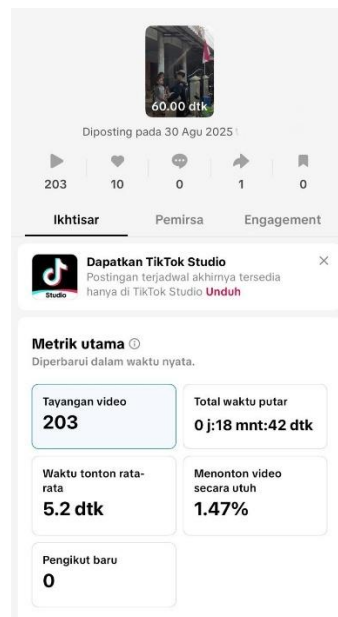
f. Sekali Lempar, Seumur Hidup Menyesal



Gambar 4.5.7. 6 Ikhtisar video edukasi berjudul “Sekali Lempar, Seumur Hidup Menyesal”

Kesimpulan dari hasil analisis video TikTok berdurasi 60 detik yang dipublikasikan pada 22 Agustus 2025 pukul 15.00 memperoleh 216 tayangan, sehingga memenuhi target rata-rata minimal 200 views per video. Dari sisi interaksi digital, video ini meraih 19 interaksi (18 like dan 1 share), dan mendapatkan pengikut baru 1 meski belum ada komentar yang masuk. Nilai engagement rate tercatat sekitar 8,8% ($19 \div 216 \times 100\%$), melampaui target minimal 5% dan menunjukkan keterlibatan audiens cukup baik.

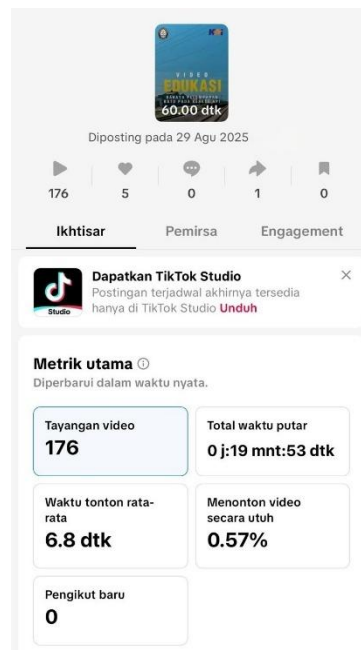
g. Jangan Biarkan Keluargamu Menunggu dalam Tangis



Gambar 4.5.7. 7 Ikhtisar video edukasi berjudul “Jangan Biarkan Keluargamu Menunggu dalam Tangis”

Kesimpulan dari hasil analisis video berdurasi 60 detik yang dipublikasikan pada 30 Agustus 2025 pukul 13.00 memperoleh 203 tayangan dengan total waktu putar 18 menit 42 detik. Rata-rata waktu tonton sebesar 5,2 detik (sekitar 8,7% dari durasi video) menunjukkan bahwa penonton belum bertahan lama, meskipun 1,47% penonton menonton hingga akhir. Dari sisi interaksi, video menghasilkan 11 interaksi (10 like dan 1 share), $(11 \div 203 \times 100\%)$ 5,4% hasil ini melampaui target yakni minimal 5%, namun belum ada komentar maupun pengikut baru.

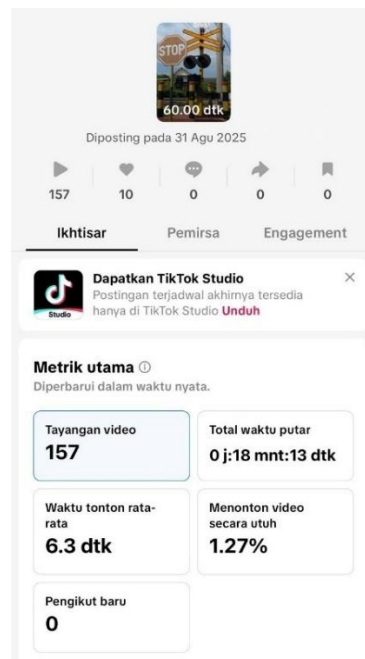
h. Akibat dari Iseng



Gambar 4.5.7. 8 Ikhtisar video edukasi berjudul “Akibat dari Iseng”

Kesimpulan dari hasil analisis video edukasi berdurasi 60 detik yang dipublikasikan pada 29 Agustus 2025 pukul 16.00 memperoleh 176 tayangan, masih sedikit di bawah target rata-rata minimal 200 views per video. Dari sisi interaksi digital, video menghasilkan 6 interaksi (5 like dan 1 share) tanpa komentar maupun penambahan pengikut baru. Nilai engagement rate tercatat sekitar 3,4% ($6 \div 176 \times 100\%$), masih di bawah target minimal 5%, sehingga keterlibatan audiens relatif rendah.

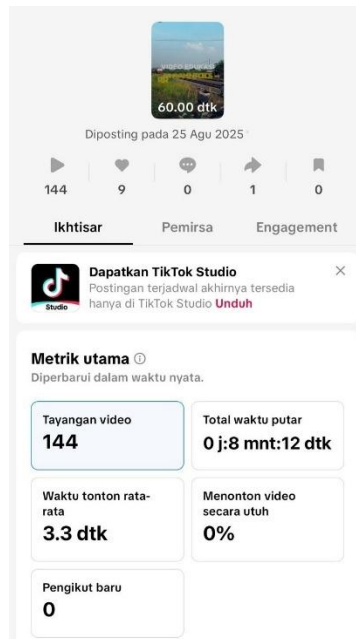
i. Palang Bukan Hiasan, itu Peringatan



Gambar 4.5.7. 9 Ikhtisar video edukasi berjudul “Palang Bukan Hiasan, itu Peringatan”

Video berdurasi 60 detik yang diunggah pada 31 Agustus 2025 pukul 10.00 memperoleh 157 tayangan dengan total waktu putar mencapai 18 menit 13 detik. Rata-rata waktu tonton adalah 6,3 detik (sekitar 10,5% dari durasi video), dengan 1,27% penonton menonton hingga selesai. 6,4% ($10 \div 157 \times 100\%$) hasil ini melampaui target yakni minimal sebesar 5%. Dari sisi interaksi, video ini meraih 10 like, namun tidak ada komentar, tidak dibagikan, dan belum berhasil menarik pengikut baru. Secara umum, performa video ini menunjukkan tingkat interaksi yang cukup baik dari sisi likes, namun minim distribusi karena tidak ada share.

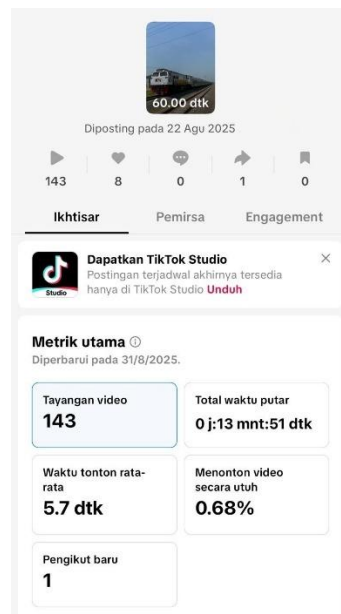
j. Lebih Baik Terlambat, Daripada Tidak Pernah Sampai



Gambar 4.5.7. 10 Ikhtisar video edukasi berjudul “Lebih Baik Terlambat, Daripada Tidak Pernah Sampai”

Kesimpulan dari hasil analisis video TikTok berdurasi 60 detik yang dipublikasikan pada 25 Agustus 2025 pukul 13.00 memperoleh 144 tayangan, masih di bawah target rata-rata minimal 200 views per video. Dari sisi interaksi digital, video ini menghasilkan 10 interaksi (9 like dan 1 share) tanpa komentar maupun penambahan pengikut baru. Nilai engagement rate tercatat sekitar 6,9% ($10 \div 144 \times 100\%$), melampaui target minimal 5% meskipun volumenya rendah.

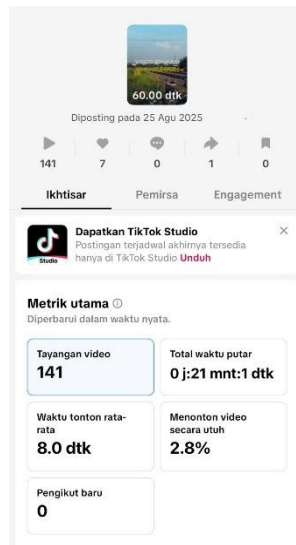
k. Hargai yang Menjaga



Gambar 4.5.7. 11 Ikhtisar video edukasi berjudul “Hargai yang Menjaga”

Kesimpulan dari hasil analisis video TikTok berdurasi 60 detik yang dipublikasikan pada 22 Agustus 2025 pukul 19.00 memperoleh 143 tayangan, masih berada di bawah target rata-rata minimal 200 views per video. Dari sisi interaksi digital, video menghasilkan 9 interaksi (8 like dan 1 share), pengikut baru 1 meskipun tidak ada komentar. Nilai engagement rate tercatat sekitar 6,3% ($9 \div 143 \times 100\%$), melampaui target minimal 5%, sehingga keterlibatan audiens tergolong baik meski volumenya terbatas.

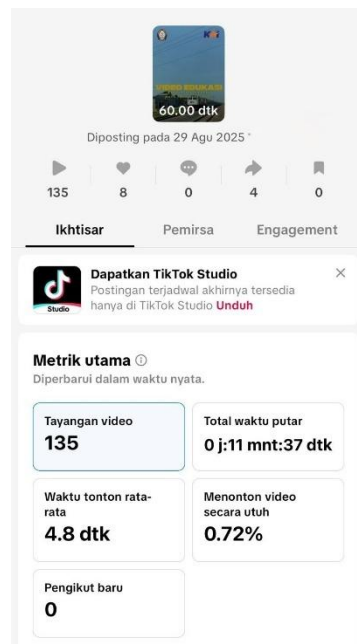
l. Lemparan yang Meninggalkan Luka



Gambar 4.5.7. 12 *Ikhtisar video edukasi berjudul “Lemparan yang Meninggalkan Luka”*

Kesimpulan dari analisis video TikTok berdurasi 60 detik yang dipublikasikan pada 25 Agustus 2025 pukul 16.00 memperoleh 141 tayangan, masih di bawah target rata-rata minimal 200 views per video. Dari sisi interaksi digital, video menghasilkan 8 interaksi (7 like dan 1 share) tanpa komentar maupun penambahan pengikut baru. Nilai engagement rate tercatat sekitar 5,7% ($8 \div 141 \times 100\%$), sedikit di atas target minimal 5%, sehingga keterlibatan audiens tergolong cukup meskipun jumlahnya terbatas.

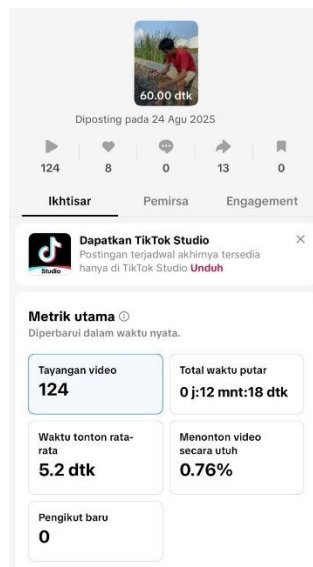
m. Jalur Pintas, Nyawa Taruhannya



Gambar 4.5.7. 13 Ikhtisar video edukasi berjudul “Jalur Pintas, Nyawa Taruhannya”

Kesimpulan dari analisis video TikTok berdurasi 60 detik yang dipublikasikan pada 29 Agustus 2025 pukul 13.00 memperoleh 135 tayangan, masih di bawah target rata-rata minimal 200 views per video. Dari sisi interaksi digital, video menghasilkan 12 interaksi (8 like dan 4 share) tanpa komentar maupun penambahan pengikut baru. Nilai engagement rate tercatat sekitar 8,9% ($12 \div 135 \times 100\%$), melampaui target minimal 5%, menunjukkan bahwa meskipun jangkauan rendah, keterlibatan audiens cukup baik.

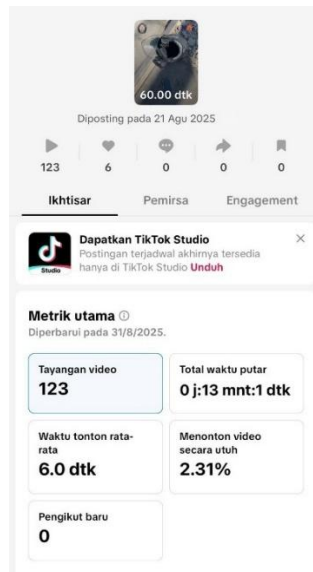
n. Jangan Sampai Menyesal



Gambar 4.5.7. 14 Ikhtisar video edukasi berjudul “Jangan Sampai Menyesal”

Kesimpulan dari hasil analisis Video TikTok berdurasi 60 detik yang dipublikasikan pada 24 Agustus 2025 pukul 13.00 memperoleh 124 tayangan, di bawah target minimal 200 views per video. Video ini menghasilkan 21 interaksi, terdiri dari 8 like dan 13 share, tanpa ada komentar atau penambahan pengikut baru. Nilai engagement rate mencapai sekitar 16,9% ($21 \div 124 \times 100\%$), melampaui target minimal 5%, menunjukkan kemampuan video untuk mendorong audiens berbagi konten.

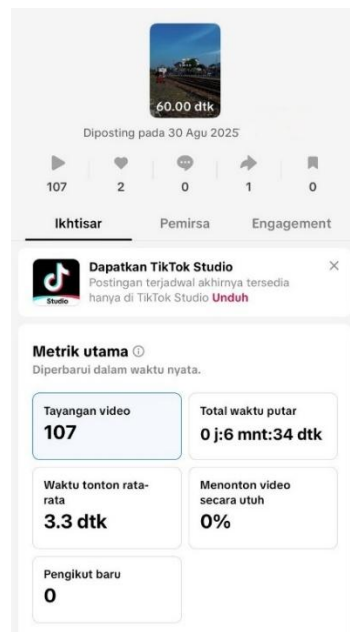
o. Kereta Tak Bisa Berhenti Mendadak



Gambar 4.5.7. 15 Ikhtisar video edukasi berjudul “Kereta Tak Bisa Berhenti Mendadak”

Kesimpulan dari hasil analisis Video TikTok berdurasi 60 detik yang dipublikasikan pada 21 Agustus 2025 pukul 16. 00 hanya memperoleh 123 tayangan, di bawah target 200 views. Interaksi digitalnya sangat rendah, dengan hanya 6 like dan tanpa komentar, share, simpan, atau penambahan pengikut. Total interaksi juga belum mencapai target minimal 10. Tingkat engagement rate tercatat 4,9% ($6 \div 123 \times 100\%$), sedikit di bawah target 5%.

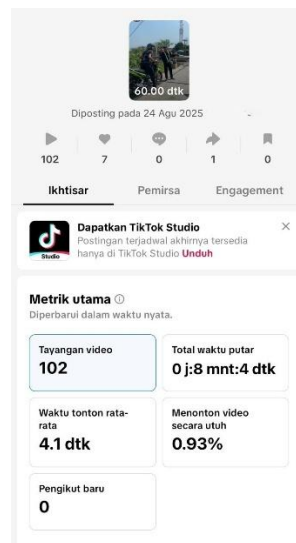
p. Batu Kecil, Masalah Besar



Gambar 4.5.7. 16 Ikhtisar video edukasi berjudul “Batu Kecil, Masaalah Besar”

Video berdurasi 60 detik yang dipublikasikan pada 30 Agustus 2025 pukul 16.00 mendapat 107 tayangan dengan total waktu putar 6 menit 34 detik. Rata-rata waktu tonton hanya 3,3 detik, dan tidak ada penonton yang menonton hingga akhir. $2,8\%(3 \div 107 \times 100\%)$ hasil ini masih jauh dari target yakni minimal 5%, Video ini menghasilkan 3 interaksi, yaitu 2 like dan 1 share, tanpa komentar atau pengikut baru. Secara keseluruhan, performa video ini rendah dalam hal jangkauan, retensi penonton, dan interaksi.

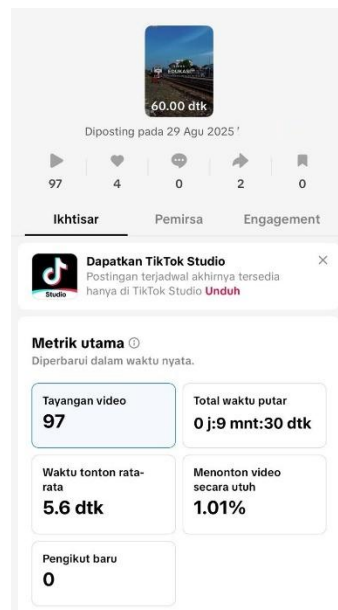
q. Jangan Terobos, Nyawa Taruhannya!



Gambar 4.5.7. 17 Ikhtisar video edukasi berjudul “Jangan Terobos, Nyawa Taruhannya!”

Kesimpulan dari hasil analisis Video TikTok yang dirilis pada 24 Agustus 2025 hanya mendapatkan 102 tayangan, di bawah target 200. Meskipun ada 8 interaksi (7 like, 1 share) dan engagement rate 7,8%, retention rate rendah. $7,8\% (8 \div 102 \times 100\%)$ hasil ini melampaui target 5%. Rata-rata waktu tonton hanya 4,1 detik, dengan 0,93% penonton menonton hingga selesai, menunjukkan video tidak menarik perhatian audiens.

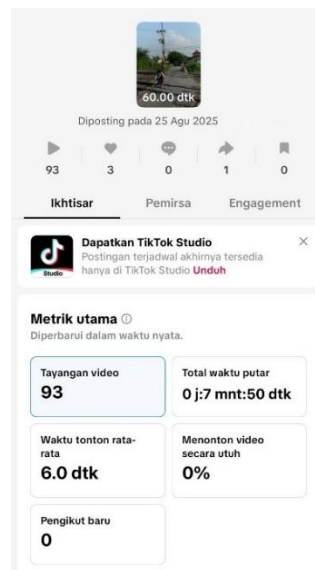
r. Pilih: Menunggu Sebentar atau Menyesal Selamanya?



Gambar 4.5.7. 18 Ikhtisar video edukasi berjudul “Menunggu Sebentar atau Menyesal Selamanya?”

Video edukasi berdurasi 60 detik yang dipublikasikan pada 29 Agustus 2025 mendapat 97 tayangan, jauh di bawah target minimal 200 views. Video ini menghasilkan 6 interaksi (4 like dan 2 share) tetapi tidak ada komentar atau peningkatan jumlah pengikut. Engagement rate mencapai 6,2% ($6 \div 97 \times 100\%$), melebihi target minimum 5%, namun dengan volume yang rendah.

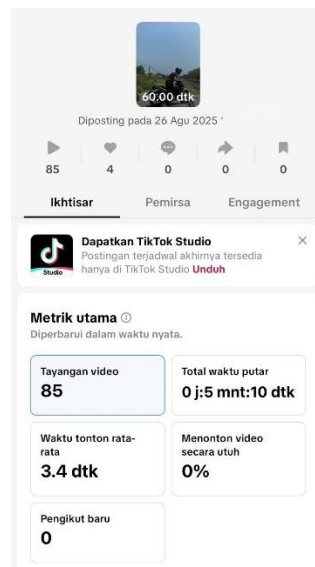
s. **Terlambat Sekolah atau Menunggu Sejenak**



Gambar 4.5.7. 19 Ikhtisar video edukasi berjudul “Terlamabat Sekolahnya atau Menunggu Sejenak”

Video TikTok berdurasi 60 detik yang dipublikasikan pada 25 Agustus 2025 pukul 19. 00 hanya memperoleh 93 tayangan, jauh dari target minimal 200 views. Interaksi digitalnya sangat rendah, dengan hanya 4 interaksi (3 like dan 1 share) dan tidak ada komentar atau penambah pengikut baru. Engagement rate hanya 4,3% ($4 \div 93 \times 100\%$) hasil ini masih di bawah target 5%.

t. Lemparan Tanpa Pikir Panjang



Gambar 4.5.7. 20 Iktisar video edukasi berjudul “Lemparan Tanpa Pikir Panjang”

Analisis video TikTok selama 60 detik yang diterbitkan pada 26 Agustus 2025 menunjukkan bahwa video tersebut hanya mendapatkan 85 tayangan, jauh di bawah target minimal 200 views per video. Video ini juga hanya memperoleh 4 like, tanpa komentar, share, atau penambahan pengikut baru, sehingga interaksinya sangat rendah. Tingkat keterlibatan (engagement rate) tercatat sekitar 4,7% ($4 \div 85 \times 100\%$), yang masih sedikit di bawah target minimal 5%. Dari segi retention rate, performanya juga sangat lemah dengan rata-rata waktu tonton hanya 3,4 detik, dan tidak ada penonton yang menonton hingga selesai. Hasil ini menunjukkan bahwa video tidak bisa menarik atau mempertahankan perhatian audiens.

4.6 Pembahasan Hasil Analisis Gaya Media

- Video edukasi berjudul "Lemparan yang Meninggalkan Luka" menggunakan gaya media yang edukatif dan persuasif. Video ini menggabungkan visual dramatis, narasi emosional, dan alur cerita yang sederhana dan mudah dipahami. Adegan-adegan nyata dalam video memperkuat pesan yang ingin disampaikan dan memberi kesan mendalam kepada penonton. Audio narasi yang jelas dan musik latar

yang sesuai membuat pesan terasa hidup dan menyentuh. Selain memberikan informasi, video ini juga mengajak audiens untuk berpikir dan berubah, menjadikannya efektif sebagai media kampanye edukasi sosial.

- b) Video edukasi berjudul “*Hargai Nyawa, Stop Sebelum Terlambat*” menggunakan gaya media edukasi yang persuasif dengan pendekatan emosional dan realistik. Visual nyata, musik dramatis, serta pesan singkat yang menekankan risiko bahaya membuat audiens lebih mudah tergerak untuk mematuhi aturan. Gaya ini efektif digunakan pada platform digital karena mampu menyampaikan pesan keselamatan secara padat, emosional, dan langsung mengenai sasaran.
- c) Analisis gaya media video edukasi berjudul “Satu Batu, Seribu Bahaya” menunjukkan bahwa video ini menggunakan pendekatan visual naratif dengan kombinasi teks penjelas, ilustrasi/visual nyata, serta musik latar yang mendukung suasana serius. Bahasa yang digunakan singkat, padat, dan persuasif, sehingga pesan edukasi dapat tersampaikan dengan jelas. Alur penyajian dimulai dari pemicu sederhana hingga penjelasan potensi bahaya, lalu diakhiri dengan ajakan untuk lebih waspada. Gaya media ini efektif karena mampu menggabungkan informasi faktual dan sentuhan emosional, sehingga meningkatkan kesadaran audiens terhadap pentingnya keselamatan.
- d) Analisis gaya media video edukasi berjudul “Kereta Tak Bisa Berhenti Mendadak” menunjukkan bahwa video ini menggunakan gaya penyajian informatif dan persuasif dengan memadukan visual kereta nyata, teks grafis peringatan, serta musik bernuansa serius untuk membangun kesadaran. Bahasa yang digunakan lugas dan mudah dipahami, sementara alur penyajian dimulai dari penjelasan fakta, risiko yang mungkin terjadi, hingga ajakan berhati-hati. Gaya media ini efektif karena mampu memberikan pesan yang realistis sekaligus menekankan urgensi keselamatan di sekitar perlintasan kereta.

- e) Analisis gaya media video edukasi berjudul “Sekali Lempar, Seumur Hidup Menyesal” menunjukkan bahwa video ini disajikan dengan gaya persuasif dan emosional melalui visual kereta nyata, teks grafis peringatan, serta musik dramatis yang menekankan kesan bahaya. Bahasa yang digunakan singkat, lugas, dan kuat sehingga mampu menggugah emosi penonton. Alur penyajiannya dimulai dari tindakan kecil hingga konsekuensi fatal, lalu ditutup dengan pesan moral. Gaya media ini efektif karena mampu menanamkan kesadaran bahwa satu tindakan fatal dapat berakibat penyesalan seumur hidup.
- f) Analisis gaya media video edukasi berjudul “Hargai yang Menjaga” menunjukkan bahwa video ini menggunakan gaya penyajian humanis dan persuasif dengan menampilkan visual nyata petugas perlintasan, teks grafis, serta musik yang menyentuh untuk membangun empati. Bahasa yang digunakan sederhana dan apresiatif, sementara alurnya menyoroti peran petugas hingga ajakan untuk menghargai mereka. Gaya media ini efektif karena mampu menanamkan nilai kepedulian dan kesadaran akan pentingnya menghormati petugas demi keselamatan bersama.
- g) Analisis gaya media video edukasi berjudul “Jangan Sampai Menyesal” menunjukkan bahwa video ini menggunakan gaya penyajian persuasif dan emosional dengan menampilkan visual nyata kecelakaan di perlintasan, teks grafis peringatan, serta musik dramatis untuk membangun kesadaran. Bahasa yang digunakan lugas dan mengingatkan, sementara alurnya menggambarkan akibat kelalaian hingga pesan penting untuk selalu patuh aturan. Gaya media ini efektif karena mampu menggugah emosi penonton, menanamkan rasa takut sekaligus kesadaran, sehingga mendorong perilaku lebih berhati-hati demi keselamatan bersama.
- h) Analisis gaya media video edukasi berjudul “Jangan Terobos, Nyawa Taruhannya!” menunjukkan bahwa video ini menggunakan gaya penyajian persuasif dan dramatis dengan menampilkan visual nyata

kondisi perlintasan kereta, ilustrasi grafis peringatan, serta musik tegang yang membangun suasana waspada. Bahasa yang digunakan singkat, tegas, dan mudah dipahami, sementara alurnya menyoroti kebiasaan berbahaya menerobos palang hingga dampak fatal yang ditimbulkannya. Gaya media ini efektif karena memadukan emosi ketakutan dan kesadaran, sehingga mampu memperingatkan penonton agar tidak melanggar aturan demi keselamatan diri dan orang lain.

- i) Analisis gaya media video edukasi berjudul “Permainan Berbahaya” menunjukkan bahwa video ini menggunakan gaya penyajian persuasif dan edukatif dengan menampilkan visual nyata anak-anak yang bermain di sekitar rel kereta, disertai teks grafis peringatan, serta musik bernuansa tegang untuk menekankan bahaya. Bahasa yang digunakan sederhana dan langsung, mudah dipahami oleh semua kalangan, terutama anak-anak dan orang tua. Alurnya menggambarkan aktivitas bermain yang tampak berisiko besar, kemudian ditutup dengan pesan kuat tentang larangan bermain di area rel. Gaya media ini efektif karena mampu menggugah kesadaran akan bahaya tersembunyi, sekaligus menanamkan pesan pencegahan sejak dini demi keselamatan.
- j) Analisis gaya media video edukasi berjudul “Lebih Baik Terlambat daripada Tidak Pernah Sampai” menunjukkan bahwa video ini menggunakan gaya penyajian persuasif dan reflektif dengan menampilkan visual nyata pengendara di perlintasan, teks grafis peringatan, serta musik yang menekankan suasana hati hati. Bahasa yang digunakan sederhana, jelas, dan langsung, sementara alurnya mengisahkan pilihan antara menunggu sebentar atau mempertaruhkan keselamatan dengan menerobos. Gaya media ini efektif karena menyentuh logika dan emosi penonton, menegaskan pentingnya kesabaran di jalan, serta menanamkan kesadaran bahwa keselamatan lebih utama daripada terburu-buru.
- k) Analisis gaya media video edukasi berjudul “Bahaya di Rel: Jangan Lempar Batu ke Kereta” menunjukkan bahwa video ini menggunakan

gaya penyajian edukatif dan persuasif dengan menampilkan visual nyata kereta api serta adegan berbahaya pelemparan batu, diperkuat dengan teks grafis peringatan dan musik bernuansa tegang. Bahasa yang digunakan lugas dan mudah dipahami, dengan nada peringatan yang kuat agar penonton menyadari konsekuensi serius dari tindakan iseng tersebut. Alurnya menyoroti perilaku negatif, memperlihatkan dampak berbahaya bagi keselamatan penumpang maupun kereta, lalu ditutup dengan pesan larangan tegas. Gaya media ini efektif karena memadukan visual nyata dengan emosi ketegangan, sehingga mampu menanamkan kesadaran tentang pentingnya menjaga keselamatan bersama dan tidak melakukan tindakan berisiko di sekitar rel.

- l) Analisis gaya media video edukasi berjudul “Jalur Pintas, Nyawa Taruhannya” menunjukkan bahwa video ini menggunakan gaya penyajian persuasif dan dramatik dengan menampilkan visual nyata masyarakat yang melintas jalur pintas berbahaya, diperkuat dengan teks grafis peringatan serta musik bernuansa menegangkan. Bahasa yang digunakan singkat, tegas, dan mudah dipahami, sementara alurnya memperlihatkan kebiasaan berisiko mengambil jalan pintas lalu menekankan akibat fatal yang bisa terjadi. Gaya media ini efektif karena memadukan logika dan emosi, menegaskan bahwa pilihan praktis yang tidak aman dapat mengorbankan nyawa, sehingga menumbuhkan kesadaran agar selalu menggunakan jalur resmi demi keselamatan.
- m) Analisis gaya media video edukasi berjudul “Lemparan Tanpa Pikir Panjang” menunjukkan bahwa video ini menggunakan gaya penyajian persuasif dan edukatif dengan menampilkan visual nyata kereta api serta aksi berbahaya pelemparan benda ke arah kereta, disertai teks grafis peringatan dan musik bernuansa tegang untuk menekankan risiko. Bahasa yang digunakan sederhana, lugas, dan bersifat peringatan, sementara alurnya memperlihatkan tindakan iseng yang tampak berdampak besar bagi keselamatan penumpang maupun operasional kereta. Gaya media ini efektif karena memadukan emosi ketegangan

dengan logika keselamatan, sehingga mampu menanamkan kesadaran bahwa tindakan sembrono dapat berakibat fatal dan harus dihindari.

- n) Analisis gaya media video edukasi berjudul “Terlambat Sekolah atau Menunggu Sejenak” menunjukkan bahwa video ini menggunakan gaya penyajian persuasif dan reflektif dengan menampilkan visual nyata situasi siswa yang terburu-buru melintas rel, dilengkapi teks grafis peringatan serta musik yang membangun suasana menegangkan. Bahasa yang digunakan sederhana, singkat, dan mudah dipahami, sementara alurnya menggambarkan dilema antara keinginan cepat sampai sekolah dengan risiko besar bila menerobos palang. Gaya media ini efektif karena menyentuh logika dan emosi, mengajak penonton terutama kalangan pelajar untuk lebih sabar menunggu demi keselamatan, sekaligus menegaskan bahwa nyawa jauh lebih berharga daripada keterlambatan.
- o) Analisis gaya media video edukasi berjudul “Akibat dari Iseng” menunjukkan bahwa video ini menggunakan gaya penyajian persuasif dan edukatif dengan menampilkan visual nyata aksi iseng yang membahayakan di sekitar kereta, diperkuat dengan teks grafis peringatan dan musik bernuansa tegang. Bahasa yang digunakan lugas, singkat, dan mudah dipahami, sementara alurnya memperlihatkan tindakan iseng yang tampak ringan namun berujung pada risiko fatal. Gaya media ini efektif karena mampu membangun kesadaran penonton, terutama anak-anak dan remaja, bahwa tindakan berbahaya bukanlah hiburan melainkan ancaman bagi keselamatan diri maupun orang lain.
- p) Analisis gaya media video edukasi berjudul “Jangan Lempar” menunjukkan bahwa video ini menggunakan gaya penyajian persuasif dan edukatif dengan menampilkan visual nyata kereta api serta adegan pelemparan benda, disertai teks grafis peringatan dan musik bernuansa serius yang menekankan bahaya. Bahasa yang digunakan lugas, singkat, dan mudah dipahami, sementara alurnya menggambarkan tindakan pelemparan sebagai perbuatan iseng yang berisiko besar, lalu ditutup

dengan pesan larangan tegas. Gaya media ini efektif karena memadukan visual nyata, narasi peringatan, dan emosi ketegangan untuk menanamkan kesadaran bahwa perilaku berbahaya di sekitar kereta dapat mengancam keselamatan banyak orang.

- q) Analisis gaya media video edukasi berjudul “Palang Bukan Hiasan, Itu Peringatan” menunjukkan bahwa video ini menggunakan gaya penyajian persuasif dan dramatik dengan menampilkan visual nyata palang pintu perlintasan, disertai teks grafis peringatan serta musik bernuansa tegang untuk memperkuat pesan keselamatan. Bahasa yang digunakan singkat, jelas, dan langsung mengingatkan penonton, sementara alurnya menyoroti fungsi palang sebagai tanda bahaya yang harus dipatuhi, bukan sekadar hiasan. Gaya media ini efektif karena menekankan logika dan emosi sekaligus, sehingga mampu membangun kesadaran masyarakat agar selalu mematuhi rambu dan palang demi keselamatan bersama.
- r) Analisis gaya media video edukasi berjudul “Jangan Biarkan Keluargamu Menunggu dalam Tangisan” menunjukkan bahwa video ini menggunakan gaya penyajian emosional dan persuasif dengan menampilkan visual nyata perlintasan kereta, teks grafis peringatan, serta musik yang menyentuh untuk membangun rasa haru dan kesadaran. Bahasa yang digunakan sederhana namun kuat secara emosional, sementara alurnya menekankan akibat fatal dari kecerobohan yang dapat membawa duka bagi keluarga. Gaya media ini efektif karena tidak hanya mengingatkan pada aturan keselamatan, tetapi juga mengaitkan pesan dengan nilai keluarga dan kasih sayang, sehingga lebih menyentuh hati penonton.
- s) Analisis gaya media video edukasi berjudul “Pilih Menunggu Sebentar atau Menyesal Selamanya” menunjukkan bahwa video ini menggunakan gaya penyajian persuasif dan reflektif dengan menampilkan visual nyata pengendara di perlintasan, diperkuat dengan teks grafis peringatan serta musik bernuansa tegang untuk menekankan

pilihan penting. Bahasa yang digunakan sederhana, singkat, dan mudah dipahami, sementara alurnya menggambarkan dilema antara terburu-buru dengan risiko fatal yang mengintai, lalu menegaskan pentingnya kesabaran. Gaya media ini efektif karena mampu menyentuh logika dan emosi penonton sekaligus, menanamkan kesadaran bahwa keselamatan jauh lebih berharga daripada kecepatan.

- t) Analisis gaya media video edukasi berjudul “Batu Kecil Masalah Besar” menunjukkan bahwa video ini menggunakan gaya penyajian persuasif dan informatif dengan menampilkan visual nyata kereta api yang terkena lemparan batu serta dampaknya terhadap keselamatan penumpang dan kerusakan fasilitas. Narasi disampaikan dengan intonasi serius dan penuh penekanan, didukung teks grafis peringatan dan musik latar yang menegangkan untuk memperkuat pesan bahaya dari tindakan pelemparan batu. Bahasa yang digunakan sederhana dan komunikatif, sehingga mudah dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat. Gaya media ini efektif karena mampu menggugah empati dan kesadaran moral, menegaskan bahwa tindakan kecil yang ceroboh dapat menimbulkan dampak besar bagi keselamatan bersama.

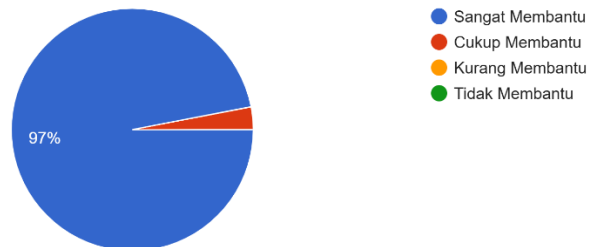
4.7 Pembahasan Hasil Survei

Untuk mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat serta dampak setelah menonton video edukasi mengenai bahaya menerobos perlintasan dan pelemparan batu pada kereta api, penulis Menyusun survey berisi sejumlah pertanyaan yang relevan dengan materi yang ditampilkan dalam video. Survei ini dilakukan pada audiens utama yakni masyarakat sekitar yang tinggal wilayah daerah operasi 4 Semarang.

Survei ini disebarkan secara daring melalui tautan yang dicantumkan melalui media sosial Instagram dan TikTok PT KAI Daop 4 Semarang. Cara ini dianggap praktis karena memudahkan penonton yang merasa tertarik dengan konten bisa langsung berpartisipasi. Hasil dari survey tersebut disajikan sebagai berikut:

Setelah menonton video edukasi apakah konten tersebut membantu meningkatkan pengetahuan anda mengenai bahaya menerobos perlintasan dan pelemparan batu pada kereta api?

33 jawaban



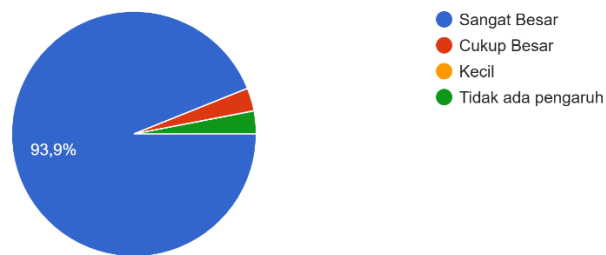
Gambar 4.7. 1 Hasil Survey Peningkatan Pengetahuan Masyarakat

Berdasarkan hasil survei melalui kuesioner telah yang disebarkan terlihat dari 33 responden, dapat diperoleh gambaran mengenai efektivitas video edukasi tentang bahaya menerobos perlintasan serta pelemparan batu pada kereta api. Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas responden, yaitu sebanyak 97% (32 orang) menyatakan bahwa konten video edukasi tersebut sangat dapat membantu dalam mengedukasi mereka terkait topik yang disampaikan. Sementara itu, 3% (1 orang) menyatakan bahwa video tersebut cukup membantu, dan tidak terdapat responden yang memilih kategori kurang membantu maupun tidak membantu.

Hasil ini dapat dikatakan bahwa pesan edukasi yang disampaikan melalui media video dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Konten visual yang informatif dan mudah dipahami mampu memperkuat kesadaran akan pentingnya keselamatan di sekitar perlintasan kereta api serta dampak negatif dari tindakan pelemparan batu terhadap perjalanan kereta dan keselamatan penumpang.

Seberapa besar dampak video edukasi dalam mengubah perilaku masyarakat?

33 jawaban



Gambar 4.7. 2 Hasil Survey Dampak dari Video Edukasi

Hasil dari aspek perubahan perilaku, hasil survei memperlihatkan bahwa 93,9% responden (31 orang) menilai dampak video edukasi terhadap perubahan perilaku masyarakat adalah sangat besar, sementara 3% responden (1 orang) menyatakan cukup besar, dan 3% responden (1 orang) menyatakan tidak ada pengaruh. Tidak ada responden yang menilai dampaknya kecil. Temuan ini menunjukkan bahwa selain mengedukasi masyarakat, video edukasi juga memiliki kekuatan untuk memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam hal keselamatan di perlintasan kereta api.

Jika dikaitkan dengan Key Performance Indicator (KPI) yang telah ditetapkan, yaitu lebih dari 25 responden menilai video edukasi sangat dapat membantu mengedukasi masyarakat, maka indikator tersebut berhasil tercapai dengan capaian signifikan (32 responden). Selain itu, dari sisi perubahan perilaku, mayoritas responden juga menilai dampak yang dihasilkan sangat besar, sehingga dapat disimpulkan bahwa tujuan dari pembuatan dan penyebaran video edukasi ini tercapai dengan baik.

Secara keseluruhan, hasil survei membuktikan bahwa media edukasi berbasis video adalah strategi komunikasi yang sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran, pengetahuan, sekaligus membentuk perilaku masyarakat terkait keselamatan di perlintasan kereta api. Oleh karena itu, penggunaan media serupa sangat disarankan untuk terus dilanjutkan dan

diperluas, baik melalui media sosial, lembaga pendidikan, maupun komunitas, agar pesan keselamatan dapat menjangkau lebih banyak lapisan masyarakat.

4.8 Hambatan Tugas Akhir

a. Hambatan

- 1) Terdapat hambatan pada tahap produksi yaitu dalam mencari talent video karena kebanyakan talent video adalah anak-anak sekolah yang harus menyesuaikan waktu libur sekolah.
- 2) Terdapat penyesuaian jadwal upload dengan pihak klien yang harus menyesuaikan jam waktu luang klien dan sempat mengalami penundaan upload yang lumayan berjangka lama.

b. Solusi

Dalam upaya mengatasi hambatan yang terjadi, penulis selalu berkonsultasi selama proses produksi dengan pihak PT KAI Daop 4 Semarang. Penulis juga secara aktif untuk menerima masukan dan kritik pada saat proses editing guna menghindari terjadinya mis komunikasi dan video edukasi ini tersusun dengan kesepakatan bersama dengan pihak klien.