

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Cilacap adalah salah satu instansi pemerintahan yang dinaungi oleh Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia yang memiliki peran penting dalam tata administrasi kependudukan masyarakat Kabupaten Cilacap. Instansi ini menaungi 4 bidang untuk menjalankan tugas dan fungsinya, yaitu Bidang Pendaftaran Penduduk, Pelayanan Pencatatan Sipil, Pengelolaan Informasi Administrasi Kependudukan, Pemanfaatan Data dan Inovasi Pelayanan, serta Unit Pelaksanaan Teknis Daerah (UPTD) yang tersebar di 5 titik wilayah Kabupaten Cilacap. Salah satu implementasi administrasi kependudukan yang dilakukan oleh Disdukcapil Kabupaten Cilacap yaitu pelayanan Kartu Identitas Anak (KIA) di bidang UPTD. KIA sebagai salah satu program utama pemerintah bertujuan untuk memaksimalkan pendataan, melindungi, dan mempertahankan hak-hak anak demi mewujudkan pelayanan publik yang berorientasikan masyarakat. Pelaksanaan program/ kebijakan KIA di Disdukcapil Kabupaten Cilacap dimulai sejak tahun 2016 hingga sekarang.

Menurut laporan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Cilacap pada 21 Januari 2025 menunjukkan bahwa kepemilikan KIA di wilayah Kabupaten Cilacap tahun 2024 masih belum mencapai target sebesar 50% karena hanya mencapai 36,79% dari total seluruh anak-anak usia KIA. Padahal, Disdukcapil Kabupaten Cilacap terus menjalankan usaha lain untuk meningkatkan angka kepemilikan KIA. Selain itu, perolehan jawaban kuesioner pra proyek dalam bentuk *google form* yang telah penulis bagikan untuk 50 orang responden juga menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan masyarakat tentang program kepemilikan Kartu Identitas Anak (KIA) masih tergolong rendah sehingga mayoritas

masyarakat belum merasa terdorong untuk mengurus. Hal tersebut menjadikan instansi perlu mengadakan evaluasi untuk menemukan langkah lain yang dapat mendukung usaha-usaha sebelumnya agar angka kepemilikan Kartu Identitas Anak (KIA) terus meningkat di masa mendatang.

4.2 Analisis Masalah

Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Cilacap terus berupaya untuk meningkatkan angka kepemilikan Kartu Identitas Anak (KIA) seperti dengan melakukan kegiatan sosialisasi di kecamatan-kecamatan. Namun, banyak faktor yang menjadi hambatan dalam kegiatan sosialisasi seperti jarak tempat sosialisasi, waktu sosialisasi, dan lain sebagainya. Hal tersebut seringkali menyebabkan kegiatan sosialisasi menjadi kurang maksimal. Selain itu, hasil kuesioner pra proyek yang dilakukan penulis sebelumnya juga menunjukkan bahwa 78% tidak mengetahui fungsi dan manfaat Kartu Identitas Anak (KIA) secara mendalam. Masyarakat hanya mengetahui adanya pelayanan KIA tetapi tidak secara detail seperti fungsi, manfaatnya, persyaratan, tata cara kepengurusan, dan lain sebagainya. Mayoritas masyarakat masih menganggap bahwa KIA hanyalah kartu tidak wajib bagi anak-anak sehingga tidak perlu mengurus.

Oleh karena itu, langkah lain Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Cilacap untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang Kartu Identitas Anak (KIA) yaitu memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi dengan publik. Menurut Furqon., et al, (2018) media sosial dapat bermanfaat sebagai wadah untuk mengumpulkan komentar kritis dari masyarakat, menetapkan kebijakan yang efektif, memberikan layanan secara *online*, serta menyebarkan informasi secara cepat dan tidak terbatas sehingga mampu membentuk nilai publik yang baik terhadap instansi (dalam KN Ulayya., et al, 2022). Data pra proyek yang telah dilakukan penulis sebelumnya juga menunjukkan bahwa sebanyak

76% masyarakat memilih media sosial Instagram yang sering dimanfaatkan untuk menjelajah informasi mengenai kegiatan pelayanan di Disdukcapil Kabupaten Cilacap. Instagram @disdukcapilkabcilacap memiliki jumlah pengikut mencapai 14,7 ribu dan jumlah postingan mencapai 1.818 postingan. Hal tersebut menunjukkan bahwa akun Instagram milik instansi berperan aktif untuk mengunggah konten-konten yang informatif kepada masyarakat baik dalam bentuk visual maupun audio visual. Dengan demikian, pemilihan konten reels yang berkaitan dengan pelayanan publik KIA sehingga dapat disebarkan secara luas dan mendorong interaksi masyarakat di Instagram @disdukcapilkabcilacap. Konten bentuk reels menyajikan bentuk audio visual yang mudah dipahami, dapat diputar berkali-kali, dan diingat oleh masyarakat.

4.3 Analisis Pelaksanaan

4.3.1 Tahap Pra Produksi

Penulis memulai tahap awal dengan mengumpulkan data dan informasi melalui kegiatan, observasi, menyebarkan kuesioner pra proyek, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Observasi langsung dilakukan untuk mengamati masalah yang dihadapi masyarakat dalam melakukan kegiatan pelayanan Kartu Identitas Anak (KIA) di Disdukcapil Kabupaten Cilacap. Penyebaran kuesioner pra proyek dilakukan kepada 50 responden untuk mengukur tingkat pengetahuan masyarakat tentang kepemilikan KIA. Kegiatan wawancara dilakukan oleh penulis dengan pegawai Disdukcapil Kabupaten Cilacap yang memiliki peran penting dalam kegiatan pelayanan publik Kartu Identitas Anak (KIA), diantaranya Yuni Martiningsih, S. Sos, Anton Syarif, S. Sos, dan Arif Hidayatulloh, S. Kom.

Setelah seluruh data terkumpul, penulis mulai menentukan konsep konten untuk dikonsultasikan dengan klien. Rancangan konten tersusun dalam bentuk naskah SGG (*Standar Sequence Guide*) berjumlah 7 buah. Penulis juga memilih tempat produksi secara matang dengan tujuan dapat

mengoptimalkan waktu sehingga segera diedit dan diunggah di akun Instagram @disdukcabilkabcilacap. Adapun tempat produksi proyek Tugas Akhir ini yaitu Kota Semarang untuk 2 naskah SSG, Kantor Disdukcabil Kabupaten Cilacap untuk 4 naskah SSG, dan Paud Puspa Kencana Cilacap untuk 1 naskah SSG. Kemudian, aktor/ *talent* yang berpartisipasi dalam tahap produksi berjumlah 9 orang yaitu 4 orang teman penulis, 2 orang pegawai Disdukcabil Kabupaten Cilacap, 1 guru Paud Puspa Kencana Cilacap, dan 2 orang masyarakat yang dipilih secara acak untuk 1 naskah SSG testimoni pelayanan KIA. Hal tersebut dipertimbangkan agar *audience* tidak merasa bosan dengan aktor yang memberikan penjelasan tentang Kartu Identitas Anak dalam 7 video reels.

Akan tetapi, setelah dilakukan sesi diskusi ulang dengan klien untuk menghasilkan konten yang disetujui dan siap diunggah di akun sosial media Instagram @disdukcabilkabcilacap terdapat beberapa perbaikan. Hal tersebut dikarenakan adanya perubahan kebijakan pelayanan pencetakan KIA dan kebijakan instansi mengenai publikasi konten. Penulis memperbaiki konsep konten berdasarkan diskusi dengan klien sebanyak 4x. Kesepakatan akhir dengan klien untuk naskah SSG yang siap untuk tahap produksi yaitu aktor/ *talent* untuk 6 video reels berasal dari pegawai Disdukcabil Kabupaten Cilacap, lokasi produksi reels dilakukan di lingkungan Kantor Disdukcabil Kabupaten Cilacap, dan TK Tunas Rimba 01 Cilacap. Selain itu, judul juga diperbaiki agar lebih singkat dan mudah diingat oleh masyarakat, serta 1 naskah konsep SSG diganti dikarenakan isi pesan tidak sesuai dengan tujuan pelayanan KIA di Disdukcabil Kabupaten Cilacap. Berikut rincian tabel naskah SSG yang sudah diperbaiki dan akan menjadi acuan dalam proses produksi.

Production : “KIA atau KTP : Mana Yang Lebih Unggul?”
 Client : Disdukcabil Kabupaten Cilacap
 Target Audience : Pengikut Instagram @disdukcabilkabcilacap
 Producer : Cici Wijayanti
 Director : Cici Wijayanti
 Script Writer : Cici Wijayanti
 Talent : 3 Pegawai Disdukcabil Kabupaten Cilacap
 Location : Kantor Disdukcabil Kabupaten Cilacap
 Product/ Service : Produksi Video Reels Instagram
 Draft : #1

Tabel 4.1 Revisi SSG ILM 1 “KIA atau KTP : Mana Yang Lebih Unggul?”

No	Deskripsi	Narasi/ Dialog	Musik	Durasi
1	Judul	KIA atau KTP: Mana Yang Lebih Unggul?		6’’
2	Full Shot. 3 pegawai Disdukcabil yang sedang duduk			5’’

	bermain gitar dan handphone.		Free NCS (No Copyright Sound)	
3	Medium Shot. Andrean berbicara menghadap kamera	“Halo! Kami akan menjawab salah satu pertanyaan dari Bapak, Ibu, maupun Saudara di sosial media. Pertanyaannya adalah “Apa perbedaan antara KIA dengan KTP? Mana yang lebih unggul?” Simak baik-baik video berikut ini karena pegawai kami akan menjelaskan dengan lengkap.”		22”
4	Medium Shot. Rama menjelaskan tentang KIA dan menunjukkan ke kamera.	“Perbedaan KIA yang sangat mendasar adalah dari warnanya yang berwarna merah muda. KIA ini berlaku untuk anak-anak usia 0 – 17 tahun kurang dari satu hari dan fungsinya sama dengan KTP, seperti digunakan untuk perjalanan ke dalam maupun luar daerah, kesehatan, dan alat untuk perlindungan diri. Selain itu, KIA tidak memiliki chip seperti KTP.”		25”
5	Long Shot. Teguh menjelaskan tentang KTP dan menunjukkan ke kamera.	“Selanjutnya kita bahas tentang KTP. KTP merupakan kartu identitas penduduk yang berwarna biru dan wajib dimiliki oleh setiap warga negara Indonesia ketika berusia 17 tahun. Manfaat dari KTP yaitu untuk urusan pekerjaan, asuransi kesehatan, perbankan, dan lain sebagainya. Jadi, sudah tahukan Anda tentang KTP?”		25”
6	Long Shot. 3 pegawai Disdukcapil Kab. Cilacap duduk dalam satu frame.	“Itulah perbedaan antara KIA dengan KTP. Tidak ada yang lebih unggul karena baik KIA maupun KTP memiliki fungsi sebagai identitas diri. Semoga bisa menjawab pertanyaan teman-teman.”		20”
7	Closing.	Mari kita sadari pentingnya identitas yang sah sejak dini. Pastikan anak-anak memiliki KIA dan segera buat KTP saat memasuki usia 17 tahun.		9”
Total Durasi				112”

Production : “Hal-Hal Penting Saat urus KIA”
 Client : Disdukcapil Kabupaten Cilacap
 Target Audience : Pengikut Instagram @disdukcapilkabcilacap
 Producer : Cici Wijayanti
 Director : Cici Wijayanti
 Script Writer : Cici Wijayanti
 Talent : 2 Pegawai Disdukcapil Kabupaten Cilacap
 Location : Kantor Disdukcapil Kabupaten Cilacap
 Product/ Service : Produksi Video Reels Instagram
 Draft : #2

Tabel 4.2 Revisi SSG ILM 2 “Hal-hal Penting Saat Urus KIA”

No	Deskripsi	Narasi/ Dialog	Musik	Durasi
1	Opening. Judul	Hal – Hal Penting Saat Urus KIA		6’’

2	Full Shot. 2 pegawai Disdukcapil Kabupaten Cilacap berdiri menghadap kamera.	“Halo Semuanya. Apakah kalian pernah mengalami kesulitan saat mengurus KIA? Yuk kita kasih tau apa saja yang penting dan perlu dilengkapi oleh Bapak, Ibu, dan Saudara untuk mengurus KIA bagi anak.”	Free NCS (No Copyright Sound)	14”
3	Full Shot. Cahya berjalan mendekati kamera untuk menjelaskan poin pertama.	“Pertama, Anda bisa melakukan kegiatan konsultasi <i>online</i> dengan pegawai Disdukcapil melalui nomor di bawah ini (0816647002).”		8”
4	Medium Shot. Cahya muncul dan menjelaskan poin kedua.	“Kedua, daftar secara <i>online</i> melalui website resmi Disdukcapil Kabupaten Cilacap di bawah ini (https://antrian.disdukcapil.cilacapkab.go.id/).”		8”
5	Long Shot. Argian bergantian muncul menjelaskan poin ketiga.	“Selanjutnya, siapkan dokumen pendukung pencetakan KIA secara lengkap seperti 1 lembar Kartu Keluarga, 1 lembar Akta Kelahiran milik anak, 1 lembar KTP dari masing-masing orang tua, dan jika anak berusia 5 tahun bawalah foto berukuran 4x6 sebanyak 2 lembar.”		15”
6	Medium Shot. Argian muncul dan menjelaskan point keempat.	“Keempat, periksalah KIA yang sudah dikirim oleh pegawai Disdukcapil Kabupaten Cilacap untuk menghindari kesalahan data.”		8”
7	Long Shot Argian berjalan mendekati kamera dilanjutkan menjelaskan poin kelima.	“Terakhir, budayakan antri dan saling menghormati karena semua akan dilayani oleh pegawai secara adil.”		8”

8	Long shot. Cahya dan Argian muncul	“Nah, itu dia hal-hal yang harus diperhatikan ketika mengurus KIA. Jadi, untuk Bapak, Ibu, dan Saudara yang belum mengurus KIA untuk putra-putrinya, segera datang ke Kantor Disdukcapil atau UPTD terdekat. Jangan ragu untuk bertanya dengan petugas!”		15”
9	Closing dan credit title.			6”
Total Durasi				88”

Penulis mengajukan 7 konsep SSG kepada klien untuk mendapatkan persetujuan agar dapat melanjutkan tahap produksi. Namun, salah satu SSG yang berjudul “Urus KIA? Ya 10 Menit Aja” tidak memperoleh izin produksi karena pelayanan KIA di Disdukcapil Kabupaten Cilacap yang terbaru sudah berganti ke pelayanan *online*. Hal ini menjadikan penulis harus berdiskusi dengan klien untuk mengganti konsep yang relevan. Klien mengusulkan untuk mengangkat topik tentang fakta-fakta KIA yang belum diketahui oleh masyarakat. Dengan demikian, penulis mulai mengembangkan ide tersebut, menentukan tempat yang cocok di lingkungan Kantor Disdukcapil Kabupaten Cilacap untuk tahap perekaman video, dan memilih satu pegawai Disdukcapil Kabupaten Cilacap untuk dijadikan aktor/ *talent* yang menjelaskan fakta-fakta KIA. Setelah siap, penulis segera mengajukan hasil naskah SSG dengan judul “Mitos atau Fakta KIA” sesuai dengan tabel 4.3 di bawah ini.

Production : “Mitos atau Fakta KIA”
 Client : Disdukcapil Kabupaten Cilacap
 Target Audience : Pengikut Instagram @disdukcapilkabcilacap
 Producer : Cici Wijayanti
 Director : Cici Wijayanti
 Script Writer : Cici Wijayanti
 Talent : 1 Pegawai Disdukcapil Kabupaten Cilacap
 Location : Kantor MPP
 Product/ Service : Produksi Video Reels Instagram
 Draft : #3

Tabel 4.3 Revisi SSG ILM 3 “Mitos atau Fakta KIA”

No	Deskripsi	Narasi/ Dialog	Musik	Durasi
1	Judul.	Mitos atau Fakta KIA	Free NCS (No Copyright Sound)	6’’
2	Long Shot. Dwi berjalan mendekati kamera.	“Hai semuanya. Masih ada yang bingung tentang kebenaran KIA? Yuk simak baik-baik mitos atau faktanya tentang KIA!”		10’’

3	Medium Shot. Dwi duduk menjelaskan menghadap kamera.	“Proses bikin KIA itu ribet dan lama? Mitos. Bikin KIA itu bisa lebih cepat jika dokumen yang diajukan sudah lengkap dan benar. Apalagi sekarang bisa diajukan dengan mudah secara <i>online</i> melalui website Resmi Disdukcapil Kab. Cilacap di bawah ini (https://antrian.disdukcapil.cilacapkab.go.id/).”		20”
4	Medium Shot. Dwi duduk menjelaskan menghadap kamera	“KIA bisa diurus secara kolektif di sekolah? Fakta. Disdukcapil Kabupaten Cilacap telah bekerja sama dengan sekolah yang ada di wilayah Kabupaten Cilacap untuk mendorong kepengurusan KIA secara kolektif melalui kegiatan jemput bola.”		15”
5	Medium Close Up. Dwi melanjutkan menjelaskan tentang mitos atau fakta KIA di tempat lain.	"Urus KIA itu bayar? Mitos. Pengurusan KIA itu gratis sesuai dengan peraturan pemerintah.”		10”
6	Long Shot. Dwi berdiri menghadap kamera untuk melanjutkan menjelaskan tentang mitos atau fakta KIA di tempat yang berbeda.	"Jika anak sudah memiliki Akta Kelahiran maka tidak perlu mengurus KIA! Mitos. Akta kelahiran dan KIA adalah dua dokumen yang berbeda. Akta Kelahiran adalah dokumen legal untuk mencatat kelahiran anak secara lengkap dan tidak sembarang bisa digunakan, sedangkan KIA adalah kartu identitas legal yang dapat digunakan dalam berbagai pelayanan publik.”		20”
7	Medium Close Up. Dwi melanjutkan menjelaskan di tempat yang berbeda.	"KIA hanya bisa dibuat di tempat lahir anak? Mitos. KIA hanya bisa dibuat sesuai dengan tempat domisili saat ini.”		10”

8	Long Shot. Dwi berjalan mendekati kamera.	“Nah, sudah pada tahu kan mitos atau fakta tentang KIA? Yuk segera urus dokumen kependudukan sedari dini seperti KIA di Disdukcapil Kabupaten Cilacap.”		10”
9	Closing			6”
Total Durasi				107”

Production : “KIA Hilang? Jangan Panik!”
 Client : Disdukcapi Kabupatn Cilacap
 Target Audience : Pengikut Instagram @disdukcapiilkabcilacap
 Producer : Cici Wijayanti
 Director : Cici Wijayanti
 Script Writer : Cici Wijayanti
 Talent : 3 Pegawai Disdukcapi Kabupatn Cilacap
 Location : Kantor Disdukcapi Kabupatn Cilacap
 Product/ Service : Produksi Video Reels Instagram
 Draft : #4

Tabel 4.4 Revisi SSG ILM 4 “KIA Hilang? Jangan Panik!”

No	Deskripsi	Narasi/ Dialog	Musik	Durasi
1	Judul.	KIA Hilang? Jangan Panik!		6’’
2	Full Shot. (di taman). 3 pegawai Disdukcapi Kab. Cilacap duduk santai sedang Mengobrol			4’’

3	Full Shot. Hartono memulai percakapan dengan bertanya.	"Mas, Mba. Saya lagi pusing banget.	Free NCS (No Copyright Sound)	5"
4	Full Shot. Aris menimpali	"Pusing kenapa, Mas? Ada masalah apa?"		5"
5	Medium Close Up. Hartono menjelaskan permasalahannya.	"Saya nyari KIA milik anak, dimana-mana enggak ketemu. Padahal besok ini mau dibawa untuk syarat pendaftaran sekolah. Itu gimana, Mas?"		14"
6	Medium Close Up. Aris memberikan solusi.	"Oh saya tau, Mas. Urus saja cetak KIA hilang di Disdukcapil Cilacap. Bisa itu, Mas."		8"
7	Full Shoot Hartono menanyakan syarat-syarat urus KIA hilang.	"Tahu ga Mas untuk syaratnya apa saja?"		5"
8	Medium Shoot. Yulia bergabung ke percakapan dan menjelaskan syarat urus KIA hilang	"Nah, Apabila Bapak kehilangan KIA dan belum mengetahui apa saja persyaratannya, dapat dikonsultasikan secara <i>online</i> dengan nomor WhatsApp Disdukcapil Kabupaten Cilacap ini (0816647002). Segera urus surat keterangan kehilangan KIA di kepolisian terdekat. Berkas-berkas pendukung lainnya yaitu 1 lembar Kartu Keluarga, 1 lembar Akta Kelahiran milik anak, 1 lembar KTP dari masing-masing orang tua, dan jika anak berusia 5 tahun bawalah foto berukuran 4x6 sebanyak 2 lembar."		25"
9	Full Shot. Hartono merespon perkataan Yulia.	"Ternyata gampang ya Mba untuk persyaratannya. Terima kasih ya, Mba."		8"

10	Full Shot. Yulia menegaskan kembali syarat-syarat urus KIA hilang.	"Iya kan, Pak. Asal persyaratan lengkap dan dokumen aman, langsung bisa diproses di Disdukcapil Cilacap, Pak."		14"
11	Closing. Credit title.	Segera laporkan dan urus KIA anak Bapak, Ibu, atau Saudara yang hilang. Jika bingung segera konsultasikan melalui layanan WhatsApp Disdukcapil Kabupaten Cilacap. Pastikan identitas anak tetap aman dan terjaga!		9"
Total Durasi				103"

Production : “KIA Kolektif!”
 Client : Disdukcapil Kabupaten Cilacap
 Target Audience : Pengikut Instagram @disdukcapilkabcilacap
 Producer : Cici Wijayanti
 Director : Cici Wijayanti
 Script Writer : Cici Wijayanti
 Talent : 1 Pegawai Disdukcapil Kabupaten Cilacap dan 1 Guru TK Tunas Rimba 01 Cilacap
 Location : TK Tunas Rimba 01 Cilacap
 Product/ Service : Produksi Video Reels Instagram
 Draft : #5

Tabel 4.5 Revisi SSG ILM 5 “KIA Kolektif”

No	Deskripsi	Narasi/ Dialog	Musik	Durasi
1	Judul.	KIA Kolektif		6’’

2	Full Shot. Footage murid- murid Paud Tunas Rimba 01 Cilacap sedang bermain.		Free NCS (No Copyright Sound)	8''
3	Full Shot. Footage kegiatan Bu Susi sedang mengajar murid-murid TK.			8''
4	Full Shot. Bu Chika mengobrol dengan Bu Susi.	“Bu Susi, saya baru dengar loh program pemerintah tetang KIA untuk anak-anak sekolah.”		10''
5	Long Shot. Bu Susi bertanya dengan nada penasaran.	"Oh informasi KIA. Saya baru tahu, Bu. Itu bagus programnya untuk bantu bunda anak-anak agar tidak perlu mengurus satu-satu. Tapi Bu Chika tau apa saja persyaratannya?"		15''
6	Medium Shot. Bu Chika menjelaskan syarat-syaratnya kepada Bu Susi.	“Tenang saja Bu Susi. Saya kemarin sudah menghubungi nomor WhatsApp pelayanan Disdukcapil Kabupaten Cilacap. Syarat-syarat untuk mengurus KIA itu kita harus membuat daftar nama anak-anak secara kolektif. Masing- masing anak juga perlu menyiapkan fotokopi akta kelahiran, KK, dan KTP kedua orang tua/ wali. Jika terdapat anak usianya lebih dari 5 tahun maka dilampirkan juga pas foto berwarna ukuran 4x6 sebanyak 2 lembar Setelah itu, kita tinggal menyerahkan berkas-berkasnya ke Kantor Disdukcapil Cilacap sembari meninggalkan nomor yang dapat dihubungi. Tinggal tunggu Disdukcapil Kabupaten Cilacap menghubungi kita.”		40''

7	Medium Shot. Bu Susi menjawab dan menawarkan untuk membuat daftar kolektif.	“Mudah sekali ya, Bu. Baiklah. Saya akan langsung membuat daftar kolektif anak-anak. Besok saya akan ke kantor Disdukcapil untuk menyerahkan berkas-berkasnya.”		15”
8	Closing.	Ayo dukung pengurusan KIA secara kolektif untuk seluruh siswa yang belum berumur 17 tahun. Bersama kita wujudkan tertib administrasi anak!		9”
Total Durasi				111”

Production : “Suara Mereka Tentang Pelayanan KIA”
 Client : Disdukcapil Kabupaten Cilacap
 Target Audience : Pengikut Instagram @disdukcapilkabcilacap
 Producer : Cici Wijayanti
 Director : Cici Wijayanti
 Script Writer : Cici Wijayanti
 Talent : 3 masyarakat yang dipilih secara acak
 Location : Kantor Disdukcapil Kabupaten Cilacap
 Product/ Service : Produksi Video Reels Instagram
 Draft : #6

Tabel 4.6 Revisi SSG ILM 6 “Suara Mereka Tentang Pelayanan KIA”

No	Deskripsi	Narasi/ Dialog	Musik	Durasi
1	Judul.	Suara Mereka Tentang Pelayanan KIA		6’’

2	Medium Shot. 3 <i>talent</i> dari masyarakat yang dipilih secara acak yang telah mengurus KIA.	Perkenalan masing-masing <i>talent</i> (Nama, umur, untuk siapa mengurus KIA)	Free NCS (No Copyright Sound)	18''
3	Layar hitam dengan pertanyaan pertama.	“Menurut Anda bagaimana proses pengurusan KIA di Disdukcapil Kabupaten Cilacap?”		5''
4	Medium Shot. (di Disdukcapil Kabupaten Cilacap)	Jawaban sejujur-juurnya dari ketiga <i>talent</i>		25''
5	Layar hitam dengan pertanyaan kedua	“Apakah anda mengalami kendala ketika mengurus KIA di Disdukcapil Kabupaten Cilacap?”		5''
6	Medium Shot. (di Disdukcapil Kabupaten Cilacap)	Jawaban sejujur-juurnya dari ketiga <i>talent</i>		25''
7	Layar hitam dengan pertanyaan ketiga	“Bagaimana pendapat Anda tentang pelayanan yang diberikan oleh petugas Disdukcapil Kabupaten Cilacap dalam mengurus dokumen KIA?”		5''
8	Medium Shot. Medium Shot. (di Disdukcapil Kabupaten Cilacap).	Ketiga <i>talent</i> menjawab dengan sejujur-juurnya.		25''
9	Layar hitam dengan pertanyaan keempat.	“Apa pesan/ saran bagi masyarakat yang belum mengurus KIA?”		5''

10	Medium Shot. Medium Shot. (di Disdukcapil Kabupaten Cilacap).	Ketiga <i>talent</i> menjawab dengan sejujur-jujurnya.		25''
11	Closing. Footage kegiatan pelayanan di Disdukcapil Kabupaten Cilacap.			9''
Total Durasi				153''

Production : “5 UPTD Yanduk Capil Untuk Urus KIA”
 Client : Disdukcapil Kabupaten Cilacap
 Target Audience : Audiens Instagram @disdukcapilkabcilacap
 Producer : Cici Wijayanti
 Director : Cici Wijayanti
 Script Writer : Cici Wijayanti
 Talent : 3 Pegawai Disdukcapil Kabupaten Cilacap
 Location : Kantor Disdukcapil Kabupaten Cilacap
 Product/ Service : Produksi Video Reels Instagram
 Draft : #7

Tabel 4.7 Revisi SSG ILM 7 “5 UPTD Yanduk Capil Untuk Urus KIA”

No	Deskripsi	Narasi/ Dialog	Musik	Durasi
1	Judul.	5 UPTD Yanduk Capil Untuk Urus KIA		6’’
2	Long Shot. 3 pegawai Disdukcapil			4’’

	Kab. Cilacap masing-masing duduk sambil membaca buku			
3	Long Shot. Meychi berdiri dan berjalan mendekati kamera.	“Salah satu kegiatan pelayanan yang ada di Dsdukcapil Kabupaten Cilacap yaitu Pelayanan Kartu Identitas Anak. Pelayanan Kartu Identitas Anak dilakukan oleh setiap UPTD yang tersebar di 5 titik.”	Free NCS (No Copyright Sound)	15”
4	Long Shot. Dhika berjalan meletakkan buku kemudian menghadap kamera.	“Pertama, UPTD Yanduk Capil Cilacap Kota.”		5”
5	Long Shoot. Footage kegiatan pelayanan dan peta UPTD Yanduk Capil Cilacap Kota.	<i>(Narasi) "UPTD Yanduk Capil Cilacap Kota beralamat di Jalan Kalimantan, Nomor 72, Karang lor, Gunung Simpoh, Kec. Cilacap Tengah. UPTD Yanduk Capil Cilacap Kota melayani kegiatan pelayanan publik untuk Kecamatan Cilacap Utara, Cilacap Selatan, dan Cilacap Tengah."</i>		20”
6	Medium Shot. Dhika berdiri menyebutkan UPTD kedua	“Kedua, UPTD Yanduk Capil Jeruklegi.”		5”
7	Foto kantor Disdukcapil dan peta UPTD Yanduk Capil Jeruklegi.	<i>(Narasi) “UPTD ini berlokasi di Persil, Jeruklegi Wetan, Kec. Jeruklegi. UPTD Yanduk Capil Jeruklegi menaungi kegiatan pelayanan publik untuk wilayah Kecamatan Jeruklegi, Kesugihan, Kawunganten, dan Bantarsari.”</i>		20”
8	Medium Shot. Dhika berdiri menghadap kamera dan menyebutkan UPTD ketiga.	“Ketiga, UPTD Yanduk Capil Kroya.”	Free NCS (No Copyright Sound)	5”
9	Foto kantor dan peta UPTD Yanduk Capil Kroya.	<i>(Narasi) "UPTD Yanduk Capil Kroya beralamat di Jalan Jenderal Sudirman No.50, Kroya, Kec. Kroya. UPTD Kroya melayani kegiatan</i>		20”

		<i>pelayanan untuk wilayah Kecamatan Kroya, Binangun, Nusawungu, Maos, Sampang, dan Adipala."</i>		
10	Medium Shot. Dhika duduk menghadap kamera dan menyebutkan UPTD keempat.	"Keempat, UPTD Yanduk Capil Majenang,"		5"
11	Foto gedung dan peta UPTD Yanduk Capil Majenang.	<i>(Narasi) "UPTD Yanduk Capil Majenang berlokasi di Jalan. Diponegoro, Jenang Utara, Jenang, Kec. Majenang. Kecamatan yang dinaungi dalam UPTD ini yaitu Kecamatan Majenang, Dayeuhluhur, Wanareja, Karangpucung, dan Cimanggu."</i>		20"
12	Medium Shot. Dhika menyebutkan UPTD kelima.	"Dan yang terakhir adalah UPTD Yanduk Capil Sidareja."		5"
13	Foto gedung dan peta UPTD Sidareja.	<i>(Narasi) "UPTD ini berlokasi di Jalan Bhayangkara, Sidareja. UPTD ini digunakan untuk membantu masyarakat yang berasal Kecamatan Sidareja, Gandrungmangu, Kedungreja, Patimuan, Cipari, dan Kampung Laut."</i>		20"
14	Medium Shot. Nafla duduk	"Nah tuh dia 5 UPTD yang bisa digunakan sebagai acuan untuk mengurus berkas KIA.		8"
15	Long Shoot. 3 pegawai Disdukcapil masuk frame.	Jadi, jangan sampai datang ke tempat yang salah ya teman teman. Bye bye".		8"
16	Closing			6"
Total Durasi				172"

Selain memperbaiki naskah SSG, penulis juga memperbaiki tabel anggaran yang dibutuhkan selama proses produksi reels. Hal ini dilakukan karena terjadi perubahan kebutuhan untuk persiapan proses pengambilan video seperti lokasi, *talent*, dan lain sebagainya. Penulis menjabarkan perubahan anggaran dana produksi secara lebih rinci pada gambar sebagai berikut:

No	Keterangan	Rincian	Volume		Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
			Jml	Satuan		
BIAYA PRODUKSI (3 HARI)						
1	Talent	4 Orang x Rp 50.000	4	Orang	Rp 50.000	Rp 200.000
BIAYA PERALATAN (3 HARI)						
1	Kamera Sony A6000 inc. Lensa Kit	1 Paket x Rp 110.000	1	Paket	Rp 110.000	Rp 110.000
2	Kamera Canon 650D inc. Lensa Kit	1x Paket x Rp 55.000	1	Paket	Rp 55.000	Rp 55.000
3	Tripod	1 Paket x Rp 10.000	1	Paket	Rp 10.000	Rp 10.000
4	LED Continuous YN 600L	1 Paket x Rp 40.000	1	Paket	Rp 40.000	Rp 40.000
5	Lightstand	1 Paket x Rp 10.000	1	Paket	Rp 10.000	Rp 10.000
BIAYA OPERASIONAL (2 HARI)						
1	Konsumsi	3 Orang x Rp 30.000	3	Orang	Rp 90.000	Rp 180.000
2	Bensin	2 Liter x Rp 20.000	2	Liter	Rp 10.000	Rp 40.000
3	Print Naskah	7 Lembar x Rp 0	7	Lembar	Rp 0	Rp 0
PASCA PRODUKSI						
1	Canva Premium Bulan	1 1 Paket x Rp 7.000	1	Paket	Rp 7.000	Rp 7.000
TOTAL BIAYA PRODUKSI SELAMA 2 HARI						Rp 652.000

Gambar 4.1 Tabel Anggaran Produksi

4.3.2 Tahap Produksi

a. Perekaman Video

Tahap produksi menghasilkan 7 karya video reels sesuai dengan naskah SSG yang telah diperbaiki dan disetujui klien. Kegiatan perekaman video dilakukan dengan menggunakan peralatan pendukung seperti kamera Sony A6000 dan kamera Canon 650D sebagai media utama untuk merekam video, *lightstand* berfungsi sebagai penambah cahaya selama proses perekaman video di dalam ruangan, *microphone wireless* yang terhubung di handphone agar audio dapat terekam dengan jelas, tripod berfungsi sebagai media penopang kestabilan proses perekaman video, laptop sebagai media untuk edit footage video, Iphone 12, dan lain sebagainya.

Tahap produksi dilaksanakan dengan menyesuaikan waktu senggang *talent*, kondisi cuaca, dan menentukan tempat-tempat yang mendukung sebagai latar perekaman video. Dalam pemilihan lokasi perekaman video, penulis mempertimbangkan kesesuaian dengan konsep, cahaya, dan kondisi lingkungan sekitar untuk meminimalisir bising (*noise*) audio yang masuk ke kamera. Selain itu, sebelum dimulainya proses produksi, penulis dan *talent* datang 1 jam lebih awal untuk melakukan *briefing* naskah agar tidak terjadi kesalahpahaman dan memastikan semua peralatan telah siap digunakan. Penulis melakukan uji coba semua peralatan untuk perekaman video di salah satu *scene* untuk menilai ketepatan hasil video yang diinginkan. Selama proses produksi, penulis membantu mengarahkan *talent* untuk bersikap dan berekspresi agar hasil video dapat lebih maksimal. Disamping itu, penulis dan *talent* juga melakukan monitoring untuk melihat hasil kualitas dan resolusi video, audio, serta kesesuaian antara naskah SSG dengan kepuasan *talent*. Apabila dirasa kurang memuaskan, *talent* akan melakukan perekaman ulang untuk *scene* tersebut sampai mendapatkan hasil

yang maksimal. *Talent* juga turut menambah ide pendukung dan memberikan umpan balik kepada penulis selama proses perekaman video. Setelah perekaman video selesai, penulis langsung memeriksa hasil keseluruhan kualitas video dan audio sebelum dipindahkan ke laptop untuk siap diedit.

Namun demikian, dalam proses produksi penulis menghadapi kendala sehingga mengharuskan melakukan perekaman video sebanyak 3x agar dapat disetujui dan diunggah di akun sosial media @disdukcakilcabacilacap. Adapun kegiatan perekaman video yang dilakukan oleh penulis pertama kali dilakukan pada bulan Februari 2025 di 3 tempat yaitu, Kota Semarang untuk naskah SSG “Mana Yang Lebih Unggul Antara KIA dengan KTP?” dan “KIA Hilang? Jangan Panik!”. Kemudian, penulis melanjutkan tahap perekaman video di kantor Disdukcakil Kabupaten Cilacap untuk naskah SSG “Dimana Bisa Urus Berkas KIA?”, “Urus KIA? Ya 10 Menit Aja!”, “Pengurusan KIA Kolektif”, “Apa Saja Sih Hal-Hal yang Harus Diperhatikan Ketika Mengurus KIA?”, “Apa Kata Mereka?”, serta di lingkungan TK Tunas Rimba 01 Cilacap. Penulis bekerja sama dengan *talent* untuk membantu selama proses produksi. Akan tetapi, penulis mendapatkan perbaikan dari klien dikarenakan yang menjadi *talent* dalam video tersebut bukan berasal dari pegawai Disdukcakil Kabupaten Cilacap sehingga mengharuskan penulis melakukan perekaman ulang.

Penulis melakukan kegiatan produksi ulang video reels kedua kalinya di bulan Juni 2025 dan dibantu oleh 2 orang pegawai Disdukcakil Kabupaten Cilacap yang sudah ditentukan. Penulis harus melakukan perekaman ulang dengan 5 konsep video yang sama seperti sebelumnya, yaitu di lingkungan TK Tunas Rimba 01 Cilacap untuk SSG “Pengurusan KIA Kolektif” dan di lingkungan Kantor Disdukcakil Kabupaten Cilacap untuk SSG “Mana Yang Lebih

Unggul Antara KIA dengan KTP?”, “KIA Hilang? Jangan Panik!”, “Dimana Bisa Urus Berkas KIA?”, lanjutan dari konten “Pengurusan KIA Kolektif”, dan “Apa Saja Sih Hal-Hal yang Harus Diperhatikan Ketika Mengurus KIA?”. Sedangkan 1 konsep naskah SSG berjudul “Urus KIA? Ya 10 Menit Aja!” diganti dengan naskah SSG “Mitos atau Fakta KIA”. Namun demikian, hasil produksi tersebut masih belum mendapatkan persetujuan dari klien. Hal tersebut disebabkan klien merasa video yang diproduksi terlihat membosankan karena hanya ada 2 *talent* untuk 6 video. Selain itu, perubahan kebijakan pelayanan pengajuan berkas KIA turut mempengaruhi karena Disdukcapil Kabupaten Cilacap mulai menerapkan pengurusan Kartu Identitas Anak (KIA) secara *online*.

Penulis melakukan perekaman video yang ketiga kalinya pada bulan Juli 2025 di Kantor Disdukcapil Kabupaten Cilacap. Kegiatan perekaman video ini bekerja sama dengan 11 pegawai Disdukcapil Kabupaten Cilacap yang ditunjuk sebagai *talent* untuk 4 konsep video SSG, yaitu “5 UPTD Yanduk Capil Untuk Urus KIA”, “KIA Atau KTP Mana Yang Lebih Unggul?”, “Hal-Hal Penting Saat Urus KIA”, dan “KIA Hilang? Jangan Panik!”. Sedangkan untuk 3 konsep video SSG yang sudah selesai diproduksi dengan judul “Mitos atau Fakta KIA”, “KIA Kolektif”, dan “Suara Mereka Tentang Pelayanan KIA” sudah mendapatkan persetujuan dari klien dan siap untuk diunggah. Setelah kegiatan produksi selesai, penulis kemudian memindahkan ke laptop untuk segera diedit dan diserahkan ke klien.



Gambar 4.2 Salah Satu Produksi *Scene Reels* Menggunakan Teknik *Long Shot*

Gambar di atas merupakan salah satu dokumentasi ketika ketiga *talent* sedang memerankan salah satu adegan. Semua *talent* duduk di sebuah meja seakan-akan berbincang membahas sesuatu. Pengambilan *scene* tersebut menggunakan teknik *long shot* karena bertujuan untuk menampilkan keseluruhan tubuh *talent* mulai dari kepala hingga kaki.

b. Perekaman Audio

Selain perekaman video, penulis juga harus melakukan perekaman audio untuk naskah SSG “5 UPTD Yanduk Capil Untuk Urus KIA”. Hal ini dilakukan karena naskah tersebut berisi informasi mengenai 5 titik UPTD Yanduk Capil Kabupaten Cilacap beserta wilayah kecamatan- kecamatan yang dinaungi.

4.3.3 Tahap Pasca Produksi

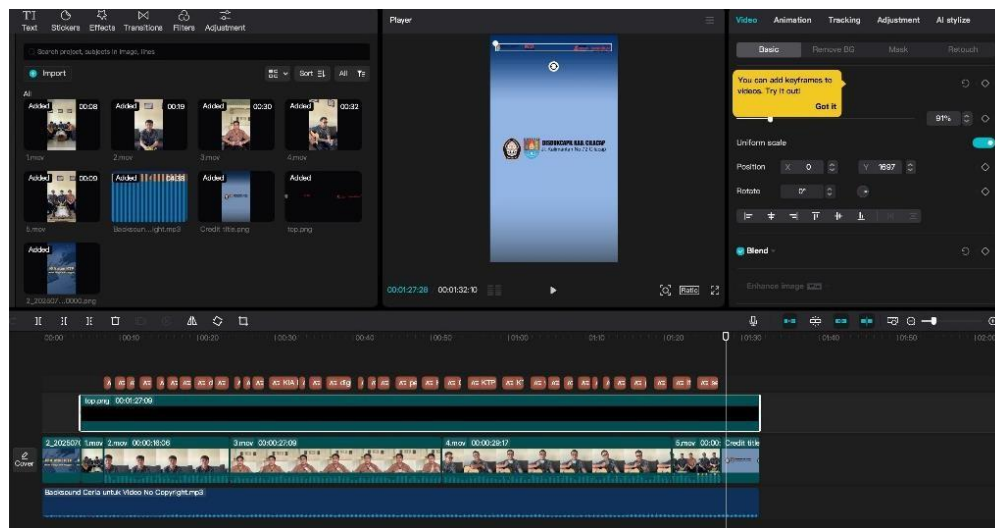
Tahap terakhir dalam penyusunan konten reels adalah tahap pasca produksi atau proses editing. Dalam tahap ini, penulis menggunakan Capcut Pro sebagai alat editing yang mudah digunakan dan dilengkapi oleh fitur-fitur modern seperti untuk menggabungkan atau memotong beberapa klip video, mengatur *stabilizer*, *lightness*, ukuran video, menambahkan musik, audio, atau teks, memberikan tambahan filter, transisi, serta mengurangi kebisingan (*noise*). Selain Capcut pro, penulis

juga menggunakan Canva Pro untuk menciptakan *thumbnail* dan *credit title*. Setelah semua video disunting, penulis akan mengecek ulang kemudian diserahkan kepada klien serta dosen pembimbing untuk mendapatkan umpan balik sebelum diposting di Instagram @disdukcapiakabilacap.



Gambar 4.3 Proses Editing *Color Correction* (sumber: dokumentasi penulis)

Penulis mengawali proses editing dengan memilah dan mengurutkan *raw footage* yang sudah diunggah di google drive untuk disesuaikan dengan naskah SSG. Setelah itu, penulis mulai menggabungkan beberapa potongan video yang sudah sesuai di aplikasi Capcut Pro dan mengatur ukuran rasio menjadi 9:16. Kemudian, penulis mulai mengatur *stabilizer* agar video tetap stabil dan tidak getar. Penulis juga mengatur temperatur, warna, saturasi, pencahayaan, kontras, dan bayangan untuk meningkatkan intensitas warna dan menciptakan kesan natural sehingga menghasilkan video yang berkualitas, menarik, dan nyaman untuk ditonton.



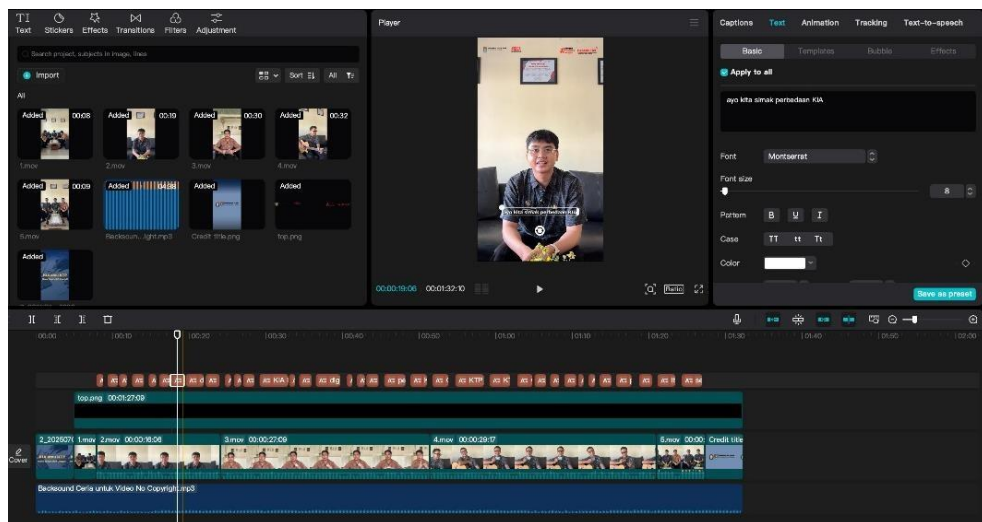
Gambar 4.4 Proses Editing Logo dan Tagline Instansi (sumber: dokumentasi penulis)

Setelah itu, penulis menambahkan identitas resmi instansi seperti logo Disdukcapil Kabupaten Cilacap dan tagline pelayanan yang didapat dari admin media sosial. Logo dan tagline ditambahkan di masing-masing video reels iklan layanan masyarakat karena memiliki fungsi sebagai identitas visual instansi dan mempresentasikan visi, misi, serta nilai-nilai dari bagian pelayanan publik. Logo dan tagline diposisikan di bagian atas dengan rata kanan dan kiri sesuai dengan ketentuan konten-konten sebelumnya di Instagram @disdukcapilkabcilacap. Penulis mengatur ukuran logo dan tagline berskala 91% agar tidak terlalu kecil maupun terlalu besar sehingga seimbang dengan visual lainnya



Gambar 4.5 Proses Editing Latar Musik (sumber: dokumentasi penulis)

Tahap editing berikutnya adalah menambahkan latar musik. Penulis memilih musik di Youtube dengan hati-hati agar tidak terkena pelanggaran hak cipta karena Disdukcapil Kabupaten Cilacap tidak memiliki musik atau *jingle* resmi. Penulis mempertimbangkan musik yang tidak terlalu bising karena dapat mengganggu narasi atau dialog dalam video. Selain itu, penulis juga memilih musik yang ceria sehingga dapat membangkitkan emosi publik dan menjadikan video lebih menarik. Selama proses pengeditan, penulis menentukan besar volume agar tidak terlalu mendominasi yaitu 6,0 dB.

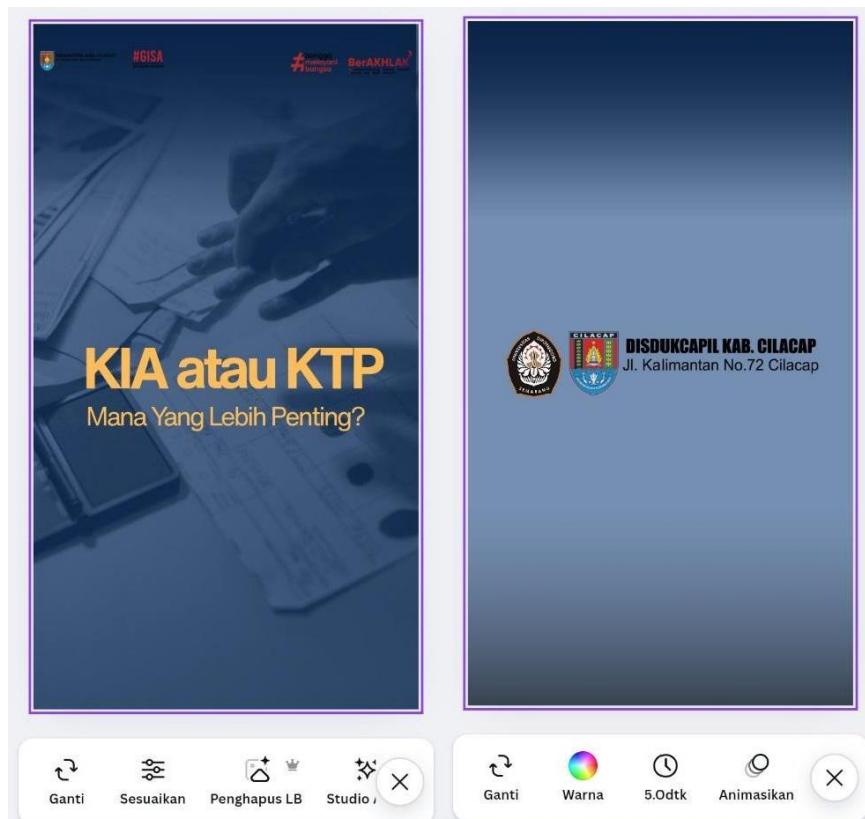


Gambar 4.6 Proses Editing Subtitle (sumber: dokumentasi penulis)

Selain itu, penulis juga menambahkan *subtitle* di setiap masing-masing video menggunakan font Montserrat dengan ukuran 8 dan berwarna putih agar terlihat menonjol dan jelas dalam video. Warna putih untuk subtitle dipilih dari *color pallete* yang sering digunakan dan dijadikan acuan untuk konten di Instagram @disdukcapilkabcilacap seperti yang terlampir di gambar 4.7. Penambahan *subtitle* bertujuan agar mempermudah pemahaman konten dan aksesibilitas bagi publik dengan gangguan pendengaran atau yang sedang menonton di lingkungan yang bising.

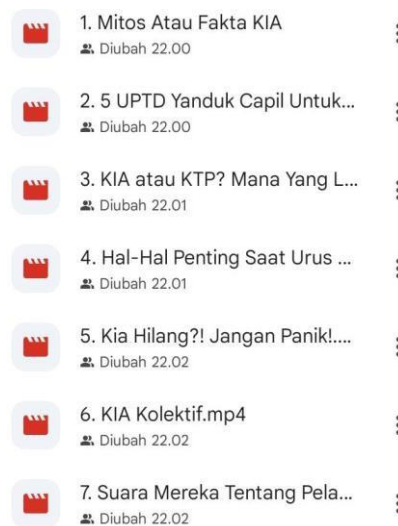


Gambar 4.7 Color Pallete Disdukcapil Kabupaten Cilacap (sumber: Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Cilacap)



Gambar 4.8 *Thumbnail dan Credit Title Video* (sumber: dokumentasi penulis)

Langkah terakhir dari editing video yaitu mengerjakan rancangan *thumbnail* dan *credit title* di Canva Pro. Penulis menjadikan warna biru sebagai warna dasar dan warna oren sebagai judul. Hal tersebut ditentukan berdasarkan *color palette* Disdukcapil Kabupaten Cilacap seperti pada gambar 4.7. Font yang digunakan adalah font Montserrat dengan ukuran 119 dan 54.



Gambar 4.9 Unggah Video di Google Drive (sumber: dokumentasi penulis)

Penulis mengunggah semua video reels yang sudah diedit ke folder google drive sebelum diserahkan ke klien Disdukcapil Kabupaten Cilacap serta dosen pembimbing. Penulis memastikan setiap video tersebut memiliki kualitas yang jernih, berformat mp4 dengan resolusi 1080P, dan sudah tertulis judul yang sesuai. Pada tahap penyusunan karya video reels, penulis merencanakan untuk setiap video berdurasi 60 – 120 detik. Akan tetapi, setelah dilakukan perubahan konsep dan editing untuk menambahkan judul, *credit title*, dan lain sebagainya durasi untuk video reels berkisar antara 80 – 163 detik. Hal tersebut juga dipengaruhi oleh improvisasi dari aktor/ *talent*.

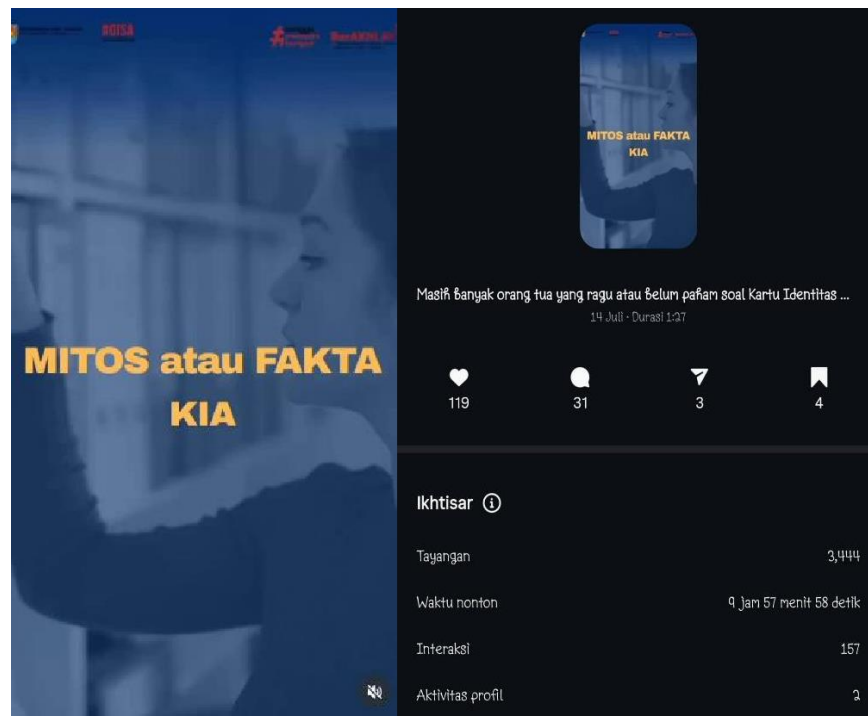
Selain menyerahkan folder google drive, penulis juga menyerahkan *caption* yang sudah disusun sebelumnya. *Caption* berisi deskripsi singkat isi konten yang akan diunggah. Meskipun postingan – postingan sebelumnya di akun Instagram @disdukcapilkabcilacap tidak menggunakan tagar, penulis mengusulkan untuk 7 postingan reels tentang KIA ditambahkan tagar (#) yang relevan agar dapat membantu masyarakat mencari konten yang serupa dan menyebarkan konten secara luas.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Analisis Hasil Karya

Berikut hasil 7 video reels yang sudah diunggah di Instagram @disdukcapiakabcilacap:

1. Video Reels 1 “Mitos atau Fakta KIA”



Gambar 4.10 Publikasi Video Reels 1 “Mitos atau Fakta KIA” (sumber: @disdukcapiakabcilacap)

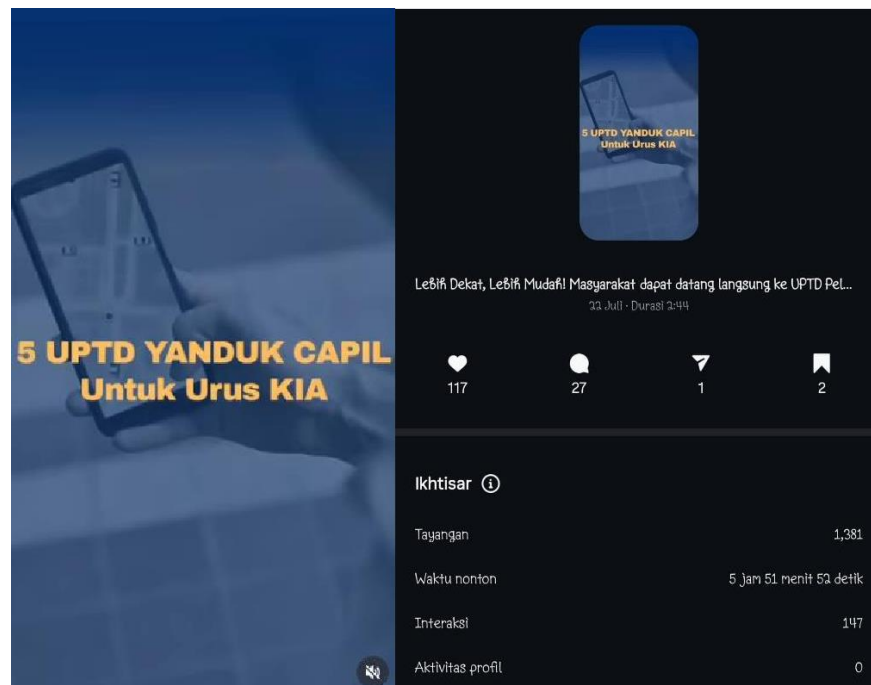
Video reels tersebut menjelaskan tentang 5 mitos atau fakta Kartu Identitas Anak (KIA) yang masih belum diketahui masyarakat dan diunggah pada tanggal 14 Juli 2025. Video reels “Mitos atau Fakta KIA” ditanggapi publik secara positif karena sampai tanggal 21 Juli 2025 mampu menarik masyarakat dengan jumlah 3,444 tayangan (*views*), 119 suka (*likes*), 31 komentar, 3 kali dibagikan (*share*), dan terdapat 4 akun Instagram yang menyimpan video tersebut.



Gambar 4.11 Komentar Audience Pada Video “Mitosis atau Fakta KIA” (sumber: @disdukcapilkabcilacap)

Terdapat banyak komentar positif ditulis untuk menunjukkan apresiasi terhadap isi konten yang diunggah. Hal tersebut dapat dilihat di gambar 4.11 bahwa masyarakat menilai bahwa isi konten video “Mitosis atau Fakta KIA” merupakan pemahaman yang baru tentang KIA sehingga meninggalkan komentar seperti “Wah makasih infonya min” dan “Mantul”.

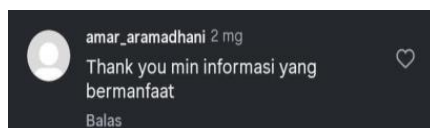
2. Video Reels 2 “5 UPTD Yanduk Capil Untuk Urus KIA”



Gambar 4.12 Publikasi Video “5 UPTD Yanduk Capil Untuk Urus KIA” (sumber: @disdukcapilkabcilacap)

Dokumentasi gambar 4.12 merupakan video reels kedua yang diunggah pada tanggal 22 Juli 2025. Video tersebut menjelaskan informasi terbaru mengenai 5 UPTD Yanduk Capil beserta lokasi dan

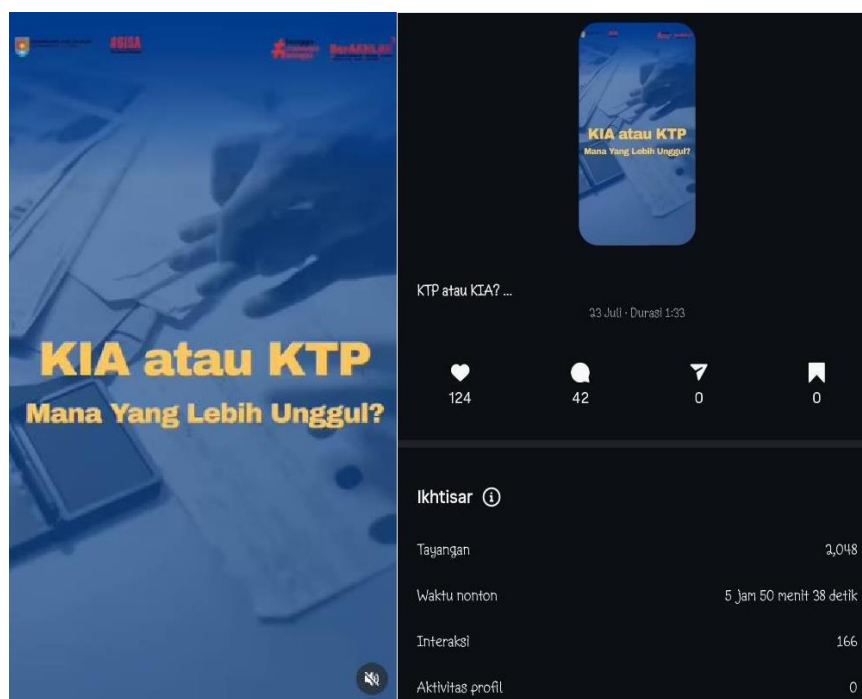
kecamatan-kecamatan yang dinaunginya. Hingga sampai tanggal 29 Juli 2025 video reels menghasilkan 1.381 tayangan (*views*), 117 suka (*likes*), 27 komentar, 1 kali dibagikan (*share*), dan terdapat 2 akun Instagram yang menyimpan video reels tersebut.



Gambar 4.13 Komentar Audience Pada Video “5 UPTD Yanduk Capil Untuk Urus KIA” (sumber: @disdukcabilkabcilacap)

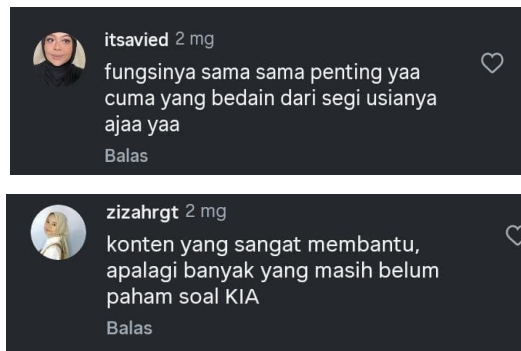
Disamping itu, masyarakat juga merespon positif dengan meninggalkan komentar seperti “Informasi yang sangat bermanfaat, sekarang jadi tau kalo mau ngurus kemana” dan “Terima kasih atas informasinya.”. Hal tersebut menunjukkan bahwa isi konten yang disampaikan dapat dipahami dengan mudah dan meningkatkan interaksi dengan publik.

3. Video Reels 3 “KIA atau KTP, Mana Yang Lebih Unggul?”



Gambar 4.14 Publikasi Video Reels “KIA atau KTP, Mana Yang Lebih Unggul?”
(sumber: @disdukcapiilkabcilacap)

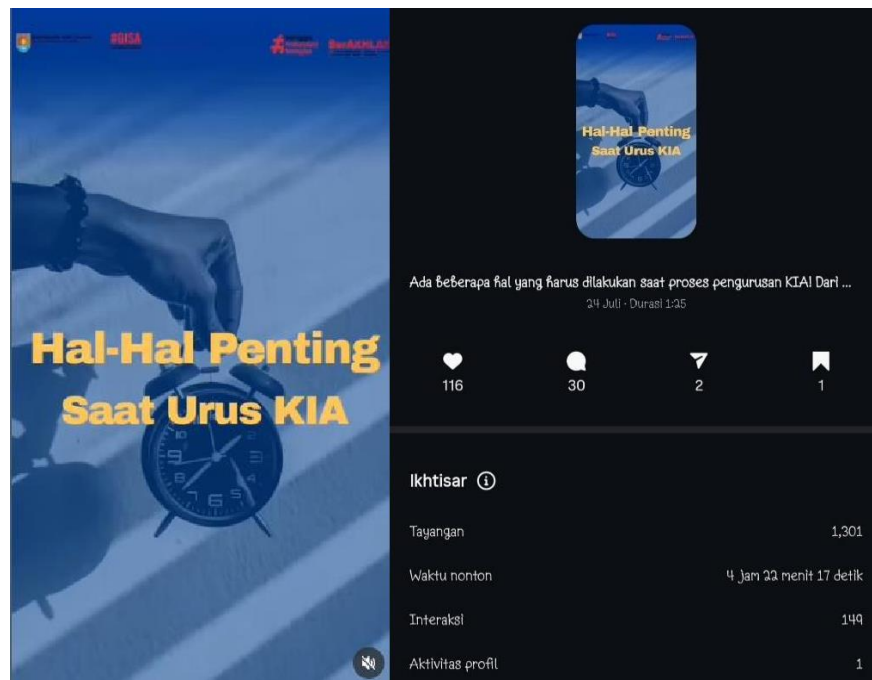
Video reels dengan judul “KIA atau KTP, Mana Yang Lebih Unggul?” memuat konten tentang perbedaan KIA dan KTP dari segi usia yang menggunakan, manfaat, dan bentuk fisik. Video reels tersebut diunggah pada tanggal 23 Juli 2025 dan berhasil dianalisis tanggal 30 Juli 2025. Selama 1 minggu waktu penayangan video tersebut mampu mendapatkan total 2.048 tayangan (*views*), 124 suka (*likes*), dan 42 komentar.



Gambar 4.15 Komentar Audience Pada Video “KIA atau KTP, Mana Yang Lebih Unggul” (sumber: @disdukcapiilkabcilacap)

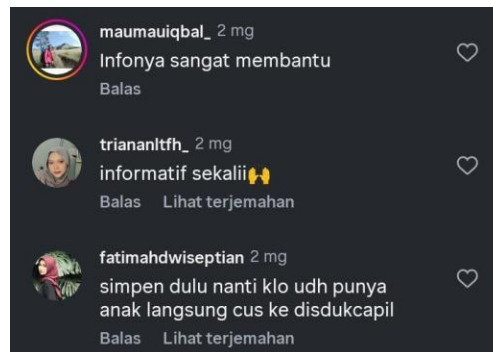
Data 4.15 merupakan beberapa tanggapan positif dari masyarakat terhadap unggahan video reels ketiga. Tanggapan yang tertulis “Fungsinya sama penting ya, cuma yang bedain aja dari segi usinya aja.” menunjukkan bahwa masyarakat mampu memahami dan menyimpulkan isi konten sedangkan tanggapan “Konten yang sangat membantu, apalagi banyak yang masih belum memahami tentang KIA” menunjukkan bahwa adanya sikap mendukung dan apresiasi konten tentang perbedaan KIA dan KTP.

4. Video Reels 4 “Hal-Hal Penting Saat Urus KIA”



Gambar 4. 16 Publikasi Video ILM “Hal-Hal Penting Saat Urus KIA” (sumber: @disdukcapilkabcilacap)

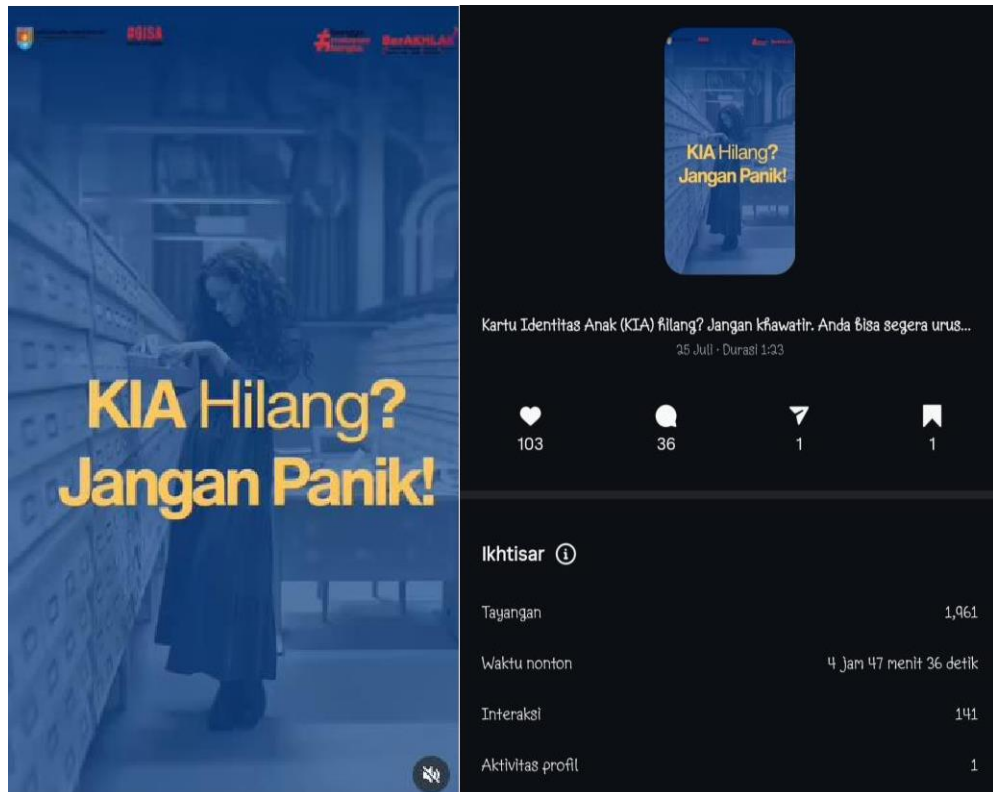
Video reels tersebut berjudul “Hal-Hal Penting Saat Urus KIA” bertujuan untuk menyampaikan informasi dengan jelas kepada masyarakat bahwa terdapat hal-hal yang harus dipersiapkan saat akan mengurus Kartu Identitas Anak (KIA) sehingga masyarakat tidak akan merasa kebingungan. Video reels tersebut diposting pada tanggal 24 Juli 2025. Gambar 4.15 merupakan hasil insight yang didapatkan penulis pada tanggal 31 Juli 2025 dengan jumlah sebesar 1.301 tayangan (*views*), 116 suka (*likes*), 30 komentar, 2 kali dibagikan, dan 1 kali disimpan.



Gambar 4. 17 Komentar Audience Pada Video “Hal-Hal Penting Saat Urus KIA”
(sumber: @disdukcapilkabcilacap)

Selain itu, gambar 4.17 turut menampilkan beberapa interaksi dalam bentuk komentar seperti “infonya sangat membantu”, “informatif sekali”, dan “simpen dulu nanti kalo udah punya anak langsung cus ke disdukcapil.” Dari ketiga komentar di atas mengungkapkan bahwa konten reels yang diunggah mampu mendorong beberapa masyarakat untuk melakukan pencetakan Kartu Identitas Anak (KIA) di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Cilacap pada masa mendatang.

5. Video Reels 5 “KIA Hilang? Jangan Panik!”



Gambar 4.18 Publikasi Video Reels “KIA Hilang? Jangan Panik!” (sumber: @disdukcakapilkabcilacap)

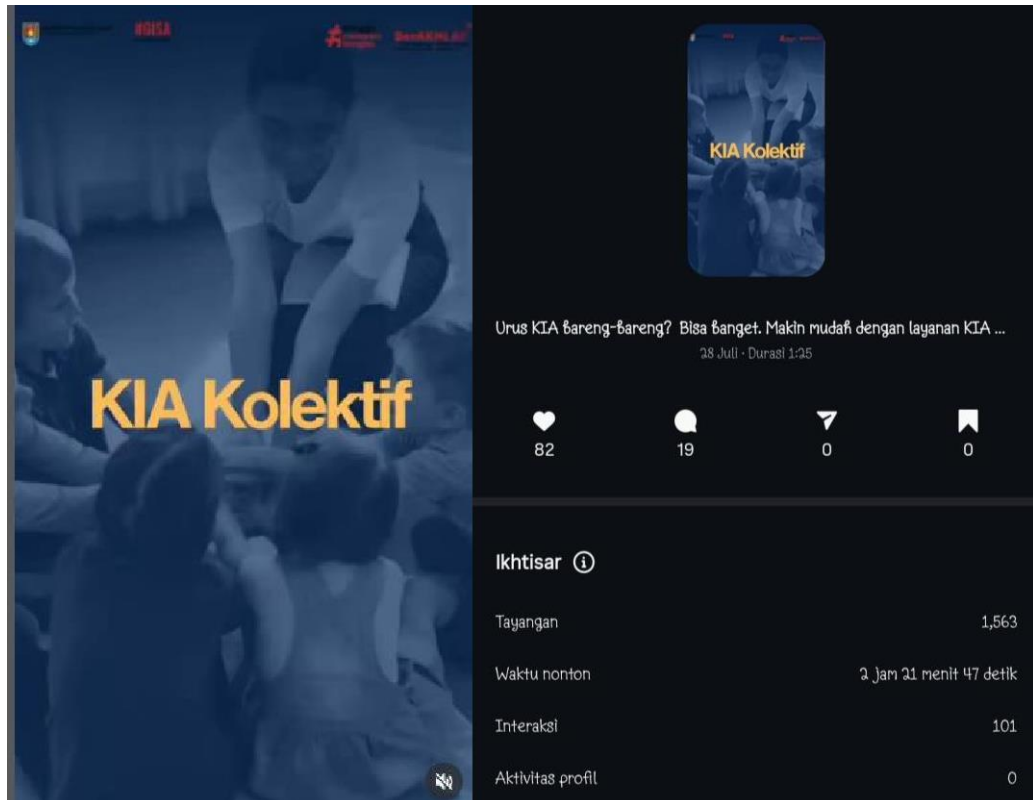
Video reels yang berjudul “KIA Hilang? Jangan Panik!” diunggah di Instagram @disdukcakapilkabcilacap pada tanggal 25 Juli 2025. Gambar 4.18 menampilkan hasil interaksi yang diambil penulis pada tanggal 1 Agustus 2025 dengan jumlah mencapai 1.961 tayangan (*views*), 103 suka (*likes*), 36 komentar, 1 kali dibagikan, dan 1 kali disimpan. Video reels tersebut menampilkan informasi tentang cara mengurus Kartu Identitas Anak yang hilang dan syarat- syarat yang harus dilengkapi.



Gambar 4.19 Komentar Audience Pada Video “KIA Hilang? Jangan Panik!”
(sumber: @disdukcapiilkabcilacap)

Gambar 4.19 di atas menampilkan *feedback* positif dari pengikut Instagram @disdukcapiilkabcilacap dalam bentuk komentar terhadap informasi yang disampaikan diantaranya “*sat set jebule ya*” dan “informatif banget nih, terimakasih min”. Selain meninggalkan komentar apresiasi dalam bentuk tulisan yang berbahasa Indonesia, banyak masyarakat yang sering memberikan komentar berbahasa Ngapak atau bahasa asli Cilacap dan emoji.

6. Video Reels 6 “Kia Kolektif”



Gambar 4.20 Publikasi Video Reels “KIA Kolektif” (sumber: @disdukcabilkabwilacap)

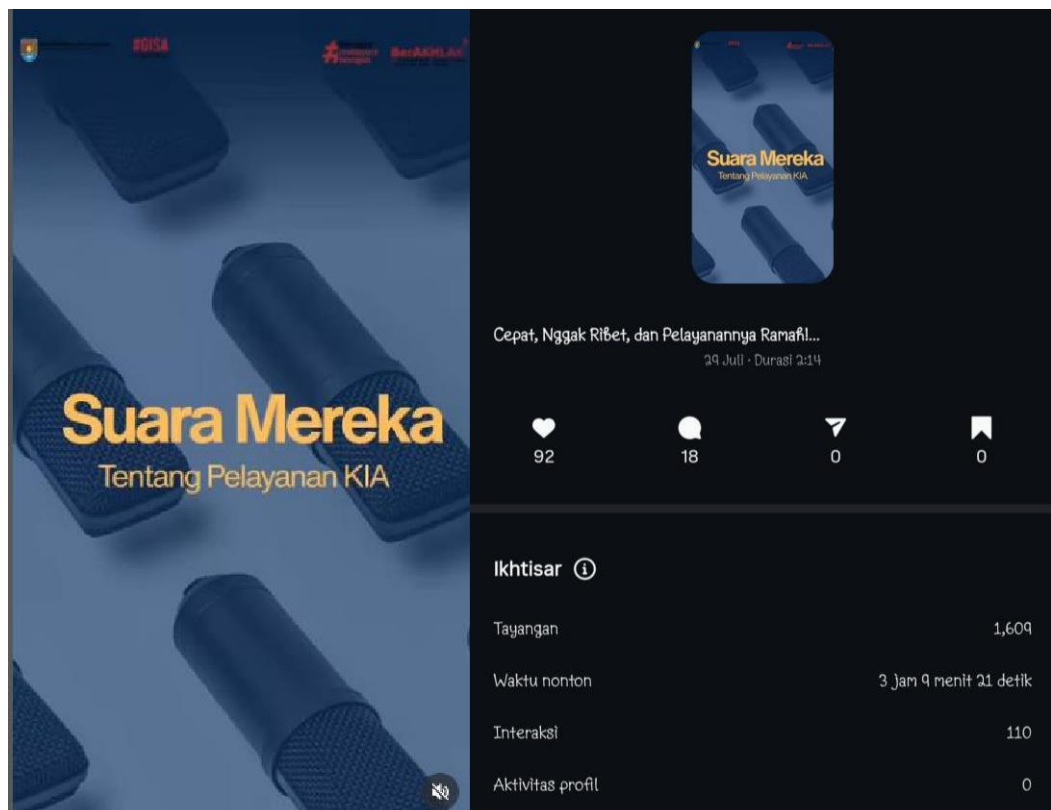
Video reels keenam dengan judul “KIA Kolektif” menjelaskan tentang cara dan persyaratan untuk mengurus KIA secara kolektif yang diajukan oleh instansi pendidikan di Kabupaten Cilacap. Video reels tersebut diposting pada tanggal 28 Juli 2025. Pada gambar 4.20 juga memaparkan hasil insight yang diambil pada tanggal 4 Agustus 2025 dan mampu mendapatkan hasil 1.563 tayangan (*views*), 82 suka (*likes*), 19 komentar, 0 kali dibagikan, dan 0 kali disimpan.



Gambar 4.21 Komentar Audience Pada Video ILM “KIA Kolektif” (sumber: @disdukcipilkabcilcap)

Tidak hanya hasil jumlah tayangan (*views*) dan suka (*likes*) saja, konten *reels* “KIA Kolektif” banyak mendapatkan komentar untuk mendukung program KIA kolektif bagi sekolah-sekolah dan memberikan pengetahuan yang baru seperti pada gambar 4.21.

7. Video Reels 7 “Suara Mereka Tentang Pelayanan KIA”



Gambar 4.22 Publikasi Video Reels ILM “Suara Mereka Tentang Pelayanan KIA” (sumber: @disdukcipilkabcilcap)

Video reels ketujuh dengan judul “Suara Mereka Tentang Pelayanan

KIA” diunggah pada tanggal 29 Juli 2025. Video tersebut menayangkan 3 orang masyarakat yang dipilih secara untuk memberikan testimoni atau pengalamannya saat selesai mengurus pencetakan KIA di Disdukcapil Kabupaten Cilacap. Hingga tanggal 5 Agustus 2025, video reels ketujuh ini mampu mencapai jumlah 1.609 tayangan (*views*), 92 suka (*likes*), dan 18 komentar.



Gambar 4.23 Komentar Audience Pada Video ILM “Suara Mereka Tentang Pelayanan KIA” (sumber: @disdukcapilkabcilacap)

Selain berdasarkan pengalaman 3 masyarakat yang terdapat dalam video, beberapa masyarakat juga turut membagikan reaksi dan pengalamannya di kolom komentar seperti pada gambar 4.23, diantaranya “cepat banget ternyata prosesnya” dan “ga ribet ko geys”.

4.4.2 Publikasi Konten

Konten-konten yang sudah dipublikasikan melalui akun Instagram @disdukcabwilkabcilacap dapat diakses melalui tautan di bawah ini:

Tabel 4.8 Laporan Penayangan Video Reels di Instagram @disdukcabwilkabcilacap

No	Judul Reels Instagram	Tanggal Publikasi	Tautan Instagram
1	Mitos Atau Fakta KIA	14 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DMeyFmLJyUb/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==
2	5 UPTD Yanduk Capil Untuk Urus KIA	22 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DMY5uq2T8Wh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==
3	KIA atau KTP: Mana Yang Lebih Penting?	23 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DMbk50jzB53/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==
4	Hal-Hal Penting Saat Urus KIA	24 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DMeBpiFza3x/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==
5	KIA Hilang? Jangan Panik!	25 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DMgjDPgziuX/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==
6	KIA Kolektif	28 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DMoeDjKznZ-/?utm_source=ig_web_copy_link
7	Suara Mereka Tentang Pelayanan KIA	29 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DMrD1SLzLfR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

4.4.3 Hasil Analisis Interaksi Konten Instagram

Berdasarkan 7 konten reels yang sudah diproduksi dan diunggah di Instagram @disdukcapilkabcilacap, penulis menganalisis hasil interaksi konten dengan publik. Berikut hasil interaksi 7 konten reels ILM tentang KIA.

Tabel 4.9 Hasil Interaksi Konten Reels

No	Judul Reels Instagram	Interaksi				
		Tayangan (View)	Suka (Like)	Komentar (Comment)	Dibagikan (Share)	Disimpan (Save)
1	Mitos Atau Fakta KIA	3.444	119	31	3	4
2	5 UPTD Yanduk Capil Untuk Urus KIA	1.381	117	27	1	2
3	KIA atau KTP: Mana Yang Lebih Penting?	2.048	124	42	0	0
4	Hal-Hal Penting Saat Urus KIA	1.301	116	30	2	1
5	KIA Hilang? Jangan Panik!	1.961	103	36	1	1
6	KIA Kolektif	1.563	82	19	0	0
7	Suara Mereka Tentang Pelayanan KIA	1.609	92	18	0	0

Dari tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa video reels “Mitos Atau Fakta KIA” yang diunggah pada tanggal 14 Juli 2025 merupakan video reels paling unggul dalam jumlah tayangan karena mencapai 3.444 tayangan (*views*). Selain itu, video ini juga telah dibagikan (*share*) sebanyak 3 kali dan disimpan (*save*) oleh 4 akun pengguna Instagram. Selain itu, konten reels ini juga mencapai jumlah suka (*likes*) tertinggi kedua yaitu mencapai 119 suka (*likes*). Postingan reels “Mitos atau Fakta KIA” merupakan konten pertama yang membahas topik KIA dalam bentuk video reels sehingga menjadi hal baru bagi *audience*. Hal ini dikarenakan penyajian konten-konten tentang KIA sebelumnya hanya menampilkan infografis di *feeds* dengan ukuran 1:1. Tidak hanya itu, judul yang digunakan juga bersifat provoaktif dan mendorong *audience* untuk menebak informasi yang akan disampaikan. Gaya penyampaian seperti nada, ekspresi, dan beberapa pertanyaan yang digunakan *talent* mampu memantik keterlibatan *audience*. Informasi yang disampaikan juga tergolong baru sehingga memperkuat daya tarik dan efektivitas konten reels “Mitos atau Fakta KIA”.

Video dengan jumlah suka (*likes*) dan komentar (*comment*) terbanyak terdapat pada video reels ketiga yang berjudul “KIA atau KTP? Mana Yang Lebih Penting?”. Video ini diposting pada tanggal 23 Juli 2025 dengan mencapai 124 suka (*likes*) dan 42 komentar (*comment*). Tidak hanya itu, video ini juga mampu menarik minat menonton *audience* karena mampu mencapai 2.048 tayangan (*view*) dalam waktu satu minggu. Video reels ketiga ini menjelaskan informasi secara jelas tentang perbedaan KIA dengan KTP dari usia penggunaanya, manfaat, dan bentuk fisik kartu. Sebagai hook atau klip pertama yang ditampilkan digambarkan dengan gaya kekinian yaitu ketiga *talent* duduk bersama melakukan aktivitas masing-masing seperti bermain gitar atau hp. Informasi disampaikan secara bergantian agar *audience* tidak bosan. Selain itu, penambahan media pendukung berupa KTP dan KIA asli menjadi pelengkap agar *audience* lebih jelas menangkap penjelasan

tentang perbedaan kartu identitas keduanya tanpa membandingkan mana yang lebih penting karena baik KTP maupun KIA memiliki fungsi dan manfaat masing-masing. Ketertarikan gaya penyampaian konten maupun pernyataan tentang baru mengetahui informasi yang ditampilkan mendorong *audience* untuk memberikan reaksi suka (*likes*) dan meninggalkan komentar (*comment*).

Di samping itu, video reels yang memperoleh jumlah tayangan (*view*) yang paling sedikit diunggah pada tanggal 24 Juli 2025 yaitu “Hal-hal Penting Saat Urus KIA” karena hanya mencapai 1.301 tayangan (*view*). Meskipun jumlah tayangan (*view*) tergolong rendah tetapi konten reels tetap mendapatkan interaksi sebanyak 116 suka (*likes*) dan 30 komentar (*comment*) dari *audience* sehingga menunjukkan bentuk penerimaan informasi yang disampaikan diterima oleh masyarakat. Informasi yang disampaikan dalam video ini yaitu hal-hal penting yang harus diperhatikan saat urus KIA. Meskipun informasi yang disampaikan penting dan sangat berguna karena dapat dijadikan bekal bagi *audience*, tetapi video ini mendapatkan tayangan yang paling sedikit. Hal ini dapat disebabkan oleh gaya penyampaian yang kurang menarik karena disampaikan secara formal dan bergantian oleh 2 *talent* dengan menggunakan teknik perekaman video *medium shoot*. Faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi reaksi dan keputusan *audiens* untuk menonton.

Selain itu, penulis juga menganalisis postingan reels yang mendapatkan suka (*likes*) yang paling sedikit ialah video keenam dengan judul “KIA Kolektif”. Video tersebut diunggah tanggal 28 Juli 2025 dan hanya mencapai 82 suka (*likes*), 1.563 tayangan (*view*) dan 19 komentar (*comment*). Reels “KIA Kolektif” memberikan penjelasan mengenai cara untuk mengurus KIA dalam jumlah banyak, biasanya digunakan untuk sekolah-sekolah maupun kelompok tertentu. Pencapaian jumlah suka (*likes*) yang paling rendah dalam video KIA ini dapat disebabkan karena konten ditujukan untuk golongan/ kelompok tertentu sehingga respon

audiens secara umum menjadi kurang aktif.

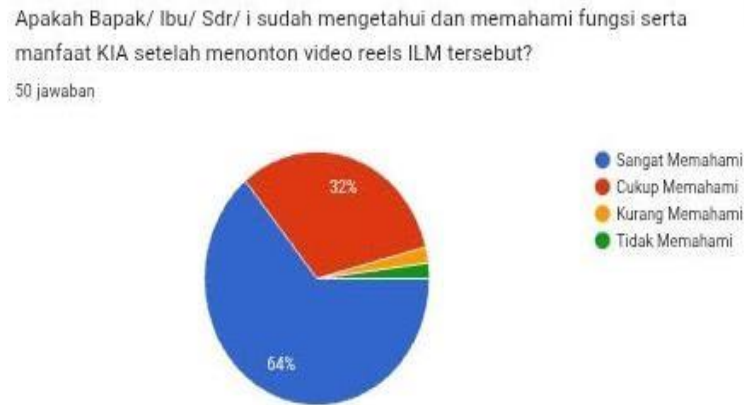
Kemudian, video reels dengan interaksi berupa komentar (*comment*) terendah yaitu “Suara Mereka Tentang Pelayanan KIA” yang mencapai 18 komentar. Reels ini membagikan informasi tentang pengalaman 3 masyarakat yang sudah melakukan kegiatan pencetakan KIA dan dipilih secara acak di Disdukcapil Kabupaten Cilacap. Tinggi rendahnya interaksi *audience* dalam video reels ini dapat dipengaruhi oleh sifat konten yang satu arah karena hanya berisi pengalaman pribadi dari masyarakat. Namun demikian, adanya konten reels seperti ini dapat dijadikan sebagai penguat, validasi informasi, dan disertai *call to action* atau ajakan di akhir video meskipun sifatnya tidak sekuat seperti di video reels lainnya.

Tabel 4.9 juga menunjukkan video reels yang tidak ada interaksi dalam bentuk dibagikan (*share*) dan disimpan (*save*) oleh *audience* yaitu “KIA atau KTP: Mana Yang Lebih Penting?”, “KIA Kolektif”, dan “Suara Mereka Tentang Pelayanan KIA”.

4.4.4 Hasil Analisis Post Projek

Selain menganalisis hasil tayangan (*view*), suka (*likes*), komentar (*comment*), bagikan konten (*share*), dan menyimpan (*save*), penulis juga melakukan post projek untuk mengukur perubahan tingkat pengetahuan masyarakat tentang kepemilikan Kartu Identitas Anak (KIA) setelah adanya 7 konten reels yang telah diunggah di Instagram @disdukcapilkabcilacap. Penulis menyebarkan post projek dalam bentuk kuesioner digital (*google form*) pada Senin, 25 Agustus 2025. Responden yang mengisi kuesioner post projek sama seperti pra projek, yaitu 50 masyarakat Kabupaten Cilacap berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan yang berusia 14-57 tahun. Responden diharuskan mengisi pertanyaan-pertanyaan yang telah disediakan tentang konten reels KIA. Setelah itu, penulis menganalisis masing-masing pertanyaan hasil kuesioner menggunakan skala Likert yang setiap jawaban diberi skor 1-4 untuk mengukur tingkatan tidak memahami sampai sangat memahami.

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pemahaman dan pengetahuan responden secara mendalam tentang topik KIA sehingga dapat dibandingkan dengan hasil kuesioner pra proyek dan ditarik kesimpulan dari hasil akhir pelaksanaan proyek Tugas Akhir ini.



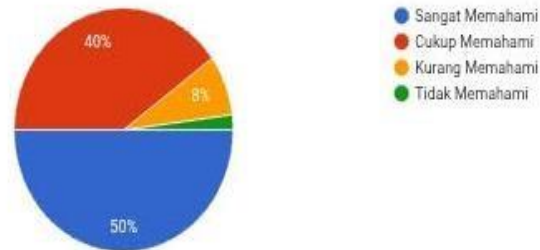
Gambar 4.24 Tingkat Pengetahuan dan Pemahaman Responden Tentang Fungsi serta Manfaat KIA (sumber: dokumentasi hasil post proyek)

Gambar 4.24 di atas adalah hasil jawaban 50 responden tentang tingkat pengetahuan dan pemahaman tentang fungsi dan manfaat KIA setelah menonton konten reels KIA di akun Instagram @disdukcipilkabcilacap. Hasilnya menunjukkan sebesar 64% (32 orang) sangat memahami, 32% (16 orang) cukup memahami, 2% (1 orang) kurang memahami, dan 2% (1 orang) tidak memahami.

Hasil jawaban 50 responden dalam kuesioner pra proyek menunjukkan bahwa 78% belum mengetahui fungsi dan manfaat KIA dan 12% sudah mengetahui. Namun, setelah produksi konten reels dan diunggah di Instagram @disdukcipilkabcilacap, hasil post proyek menunjukkan kenaikan angka karena terdapat perubahan positif menjadi 64% sangat memahami dan 32% cukup memahami konten tentang fungsi dan manfaat KIA. Hasil tersebut menyatakan adanya kenaikan tingkat pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang fungsi serta manfaat Kartu Identitas Anak (KIA) melalui adanya konten reels.

Apakah Bapak/ Ibu/ Sdr/ i sudah mengetahui dan memahami persyaratan serta tata cara penerbitan KIA setelah menonton video reels ILM tersebut?

50 jawaban

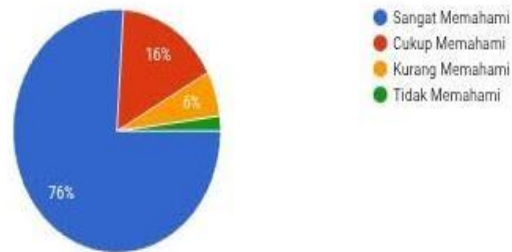


Gambar 4.25 Tingkat Pengetahuan dan Pemahaman Responden Tentang Syarat serta Tata Cara Penerbitan KIA (sumber: dokumentasi hasil post proyek)

Gambar 4.25 merupakan hasil jawaban 50 responden mengenai pengetahuan dan pemahaman syarat serta tata cara penerbitan KIA. Dari kuesioner post proyek tersebut diperoleh hasil sebanyak 50% (25 orang) sangat memahami, 40% (20 orang) cukup memahami, 8% (4 orang) kurang memahami, dan 2% (1 orang) tidak memahami syarat dan tata cara penerbitan Kartu Identitas Anak (KIA).

Pada kuesioner pra proyek, hasil jawaban 50 responden sebanyak 82% tidak mengetahui dan 18% sudah mengetahui syarat dan tata cara penerbitan KIA. Namun, setelah dihasilkan konten reels dan dilakukan penyebaran kuesioner post proyek, hasilnya menunjukkan 50% sangat memahami dan 40% cukup memahami. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang syarat serta tata cara penerbitan KIA setelah menonton video reels.

Apakah Bapak/ Ibu/ Sdr/ i merasa lebih mengetahui dan memahami 5 UPTD Yanduk Capil untuk mengurus penerbitan KIA setelah menonton video reels ILM tersebut?
50 jawaban



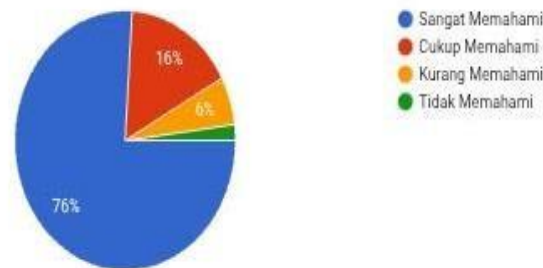
Gambar 4.26 Tingkat Pengetahuan dan Pemahaman Responden Tentang 5 UPTD Yanduk Capil (sumber: dokumentasi hasil post proyek)

Hasil kuesioner post proyek pada gambar 4.26 menampilkan presentase tingkat pengetahuan dan pemahaman 50 responden mengenai isi konten reels yang menjelaskan 5 UPTD Yanduk Capil untuk mengurus penerbitan Kartu Identitas Anak (KIA). Sebanyak 76% (38 orang) berpendapat bahwa mereka sangat memahami, 16% (8 orang) memilih cukup memahami, 6% (3 orang) memilih kurang memahami, dan 2% (1 orang) memilih tidak memahami.

Hasil analisis dari gambar 4.26 mendapatkan skor 3,66 yang terkategori sangat memahami. Dengan demikian, dapat dinilai bahwa masyarakat sudah mengetahui dan memahami isi konten reels yang menyajikan informasi terbaru mengenai perubahan pengelompokan wilayah kecamatan di 5 UPTD Yanduk Capil Kabupaten Cilacap sehingga diharapkan masyarakat tidak salah mengenali 5 UPTD untuk urus KIA.

Apakah Bapak/ Ibu/ Sdr/ i sudah mengetahui dan memahami perbedaan antara KIA dengan KTP setelah menonton video reels ILM tersebut?

50 jawaban

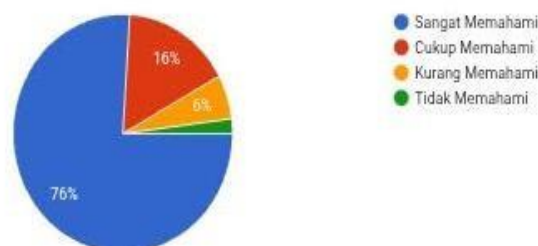


Gambar 4.27 Tingkat Pengetahuan dan Pemahaman Responden Tentang Perbedaan KTP dengan KIA (sumber: dokumentasi hasil post proyek)

Data di atas memperlihatkan hasil dari tingkat pengetahuan dan pemahaman 50 responden tentang konten reels perbedaan KIA dengan KTP yaitu sekitar 76% (38 orang) sangat memahami, 16% (8 orang) cukup memahami, 6% (3 orang) memilih kurang memahami, dan 2% (1 orang) memilih tidak memahami. Setelah di analisis menggunakan skala Likert, skor jawaban dari pertanyaan post proyek yang terlampir pada gambar 4.27 tentang tingkat perbedaan KIA dengan KTP menunjukkan hasil 3,66 termasuk dalam kategori sangat memahami. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa masyarakat mampu memahami isi konten reels tentang perbedaan KTP dan KIA.

Apakah Bapak/ Ibu/ Sdr/ i merasa lebih mengetahui dan memahami hal-hal penting ketika akan mengurus KIA setelah menonton video reels ILM tersebut?

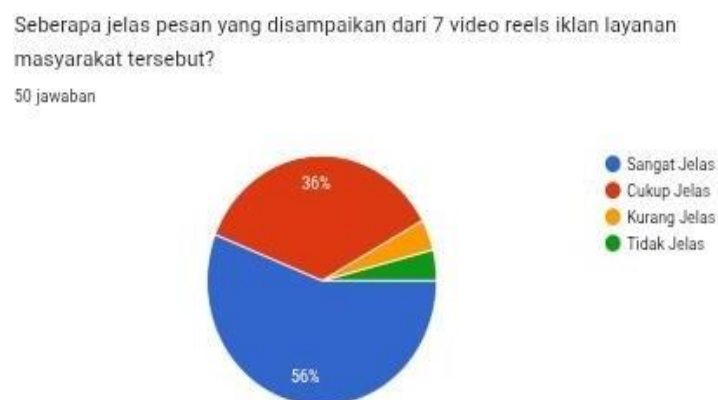
50 jawaban



Gambar 4.28 Tingkat Pengetahuan dan Pemahaman Responden Tentang Hal-Hal Penting Ketika Urus KIA (sumber: dokumentasi hasil post proyek)

Gambar 4.28 menunjukkan hasil tingkat pengetahuan dan pemahaman 50 responden tentang hal-hal penting ketika mengurus pencetakan Kartu Identitas Anak. Dapat diketahui bahwa 76% (38 orang) sangat memahami, 16% (8 orang) cukup memahami, 6% (3 orang) memilih kurang memahami, dan 2% (1 orang) memilih tidak memahami.

Hasil analisis post proyek gambar 4.28 menggunakan skala Likert mendapatkan skor 3,66 yang terkategori sangat memahami isi pesan konten reels tentang hal-hal penting yang harus diperhatikan saat urus KIA. Dalam konten tersebut, tertera nomor pengaduan atau media sosial resmi Disdukcapil Kabupaten Cilacap sehingga dapat dimanfaatkan oleh masyarakat apabila memiliki pertanyaan lebih lanjut.

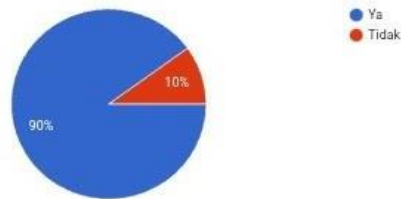


Gambar 4.29 Tingkat Kejelasan Informasi Yang Disampaikan dalam 7 Video Reels Tentang KIA (sumber: dokumentasi hasil post proyek)

Gambar 4.29 merupakan hasil dari jawaban atas pertanyaan kejelasan informasi yang diterima oleh 50 responden. Diagram tersebut menyatakan bahwa 56% (28 orang) menjawab penyampaian informasi video reels sangat jelas, 36% (18 orang) menjawab cukup jelas, 4% (2 orang) menjawab kurang jelas, dan 4% (2 orang) menjawab tidak jelas. Berdasarkan skor post proyek yang menunjukkan hasil 3,44, dapat disimpulkan bahwa masyarakat mampu menangkap dan memahami isi pesan dari 7 konten reels yang disajikan.

Apakah video-video tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan Bapak/ Ibu/ Sdr/ i?

50 jawaban



Gambar 4. 30 Tingkat Kesesuaian Penyajian Konten Reels dengan Kebutuhan Responden (sumber: dokumentasi hasil post proyek)

Gambar 4.30 menampilkan hasil bahwa sebanyak 90% responden menyatakan 7 video reels tentang KIA yang diunggah di akun @disdukcakilcabacilacap sudah sesuai dengan kebutuhan dan sebanyak 10% menyatakan tidak sesuai dengan kebutuhan informasi pelayanan publik. Artinya, mayoritas masyarakat memang membutuhkan konten edukasi tentang Kartu Identitas Anak (KIA) tetapi Disdukcapil Kabupaten Cilacap belum merencanakan program pemanfaatan sosial media sebagai media atau penghubung komunikasi dan penyebaran informasi yang lebih luas bagi masyarakat Kabupaten Cilacap. Dengan adanya 7 konten reels ini dapat membantu masyarakat untuk lebih memahami dan mengetahui tentang Kartu Identitas Anak.

4.5 Hambatan

Penulis menyusun Tugas Akhir ini dengan memperhatikan kebutuhan klien mengenai suatu kegiatan pelayanan untuk kepentingan publik. Namun, dalam proses pengerjaannya, penulis mengalami beberapa hambatan, yaitu sebagai berikut:

1. Masalah komunikasi antara penulis dengan klien Disdukcapil Kabupaten Cilacap menyebabkan keterlambatan waktu untuk mulai mengerjakan Tugas Akhir ini.
2. Masalah permohonan izin unggah konten di akun Instagram @disdukcakilcabacilacap.
3. Masalah perubahan kebijakan tentang pelayanan KIA dari pelayanan

offline ke pelayanan online.

4. Faktor cuaca yang memasuki musim hujan menyebabkan penulis harus mengubah jadwal pengambilan video di Kantor Disdukcapil Kabupaten Cilacap maupun di lokasi lain.
5. Bising (*noise*) yang dialami selama pengambilan video menyebabkan kualitas audio yang terekam menjadi buruk atau terganggu sehingga perlu dilakukan pengambilan video beberapa kali untuk mendapatkan hasil yang maksimal.
6. Faktor lokasi di Kantor Disdukcapil Kabupaten Cilacap yang dipadati oleh masyarakat untuk mengajukan pelayanan publik mengakibatkan penulis harus mengatur ulang tempat untuk pengambilan video.
7. Beberapa video yang direkam oleh kamera Sony A6000 tidak terbaca di laptop maupun di hp.
8. Faktor pencahayaan saat melakukan perekaman video di dalam ruangan yang menyebabkan *backlight* sehingga mengakibatkan mimik muka talent tidak terlihat dengan jelas di kamera.

4.6 Solusi

Beberapa solusi untuk mengatasi hambatan yang dihadapi penulis selama proses pengerjaan proyek Tugas Akhir ini, diantaranya:

1. Melakukan konsultasi dengan sekretaris untuk mengetahui jadwal dinas dalam kota dan dinas luar kota Kepala Disdukcapil Kabupaten Cilacap.
2. Melakukan perizinan ulang ke bidang kepegawaian Disdukcapil Kabupaten Cilacap
3. Mengganti konsep SSG untuk mempresentasikan pelayanan KIA secara online.
4. Mengelompokkan beberapa *scene* pengambilan video dari yang termudah atau terpendek berdasarkan lokasi sehingga penulis dapat mengoptimalkan waktu dengan baik.
5. Melakukan survei lokasi h-1 untuk bisa menganalisis situasi di lokasi Kantor Disdukcapil Kabupaten Cilacap.
6. Menentukan hari yang tidak terlalu ramai untuk menghindari kepadatan

masyarakat.

7. Datang 1 jam lebih cepat untuk mengkoordinasikan situasi di lokasi pengambilan video.
8. Melakukan convert video melalui website gratis agar format dari kamera Sony A6000 dapat terbaca di laptop maupun hp.
9. Memanfaatkan cahaya matahari asli untuk mendapatkan kualitas video yang lebih natural dan berkualitas.