

BAB IV

LAPORAN HASIL PRODUKSI

4.1. Pra Produksi

Tahap pra-produksi merupakan proses awal di mana penulis mengumpulkan data sebagai acuan untuk tahap produksi. Data yang diperoleh digunakan sebagai dasar dalam menyusun alur video konten dan *event daring* yang akan dibuat. Sebelum memasuki tahap produksi, perlu dilakukan persiapan terlebih dahulu, seperti pembuatan *script* dan *TOR Event*. Berikut tahapan pra produksi untuk karya bidang dari penulis:

4.1.1. Pembuatan Webinar

a. *Brain Storming* Tema dan Pembicara:

Tema dan Pembicara merupakan komponen awal pembuatan *webinar*, Penentuan ini akan berdampak pada *awareness* atau sisi emosional apa yang akan disebar bahkan sampai ke poin poin ke belakang. Dalam praktiknya Tema dan Pembicara nantinya juga akan bersangkutan dengan *Unique Selling Point* dari produk tersebut. Tema yang dipilih yaitu Implementasi *Project Based Learning* pada Proyek Penguatan Profil Pelajar Pancasila (P5) dan Rapor Pendidikan. Untuk Pembicara yang dipilih akan ada dua pemateri dari Internal dan Eksternal Nyalanesia. Setelah menentukan tema dan judul serta mencari pembicara. Seluruh ide akan dituangkan dalam *Term of Reference* atau TOR

b. Membuat *Term Of Reference* dan Penjadwalan

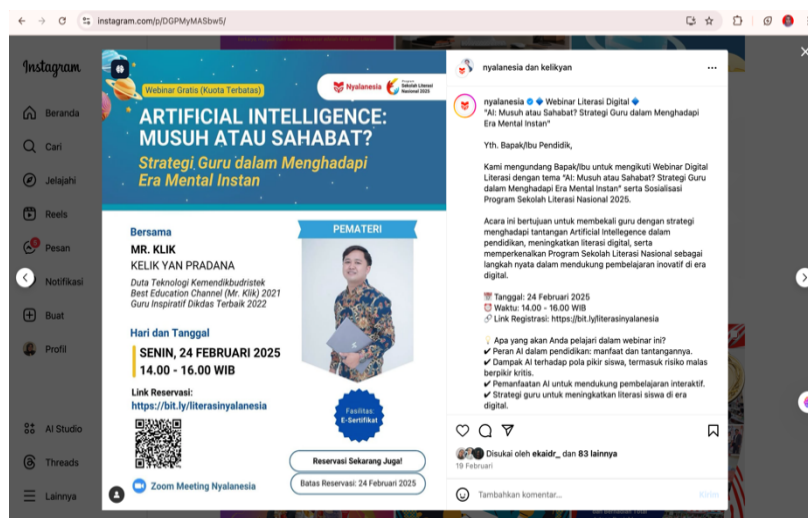
Pembuatan *Term of Reference* atau TOR adalah langkah awal yang sangat penting dalam penyelenggaraan *webinar*. TOR ini berisi tujuan, sasaran, cakupan materi, target peserta, jadwal pelaksanaan, hingga mekanisme evaluasi *webinar*. Dengan TOR yang jelas, pembicara memiliki pedoman dalam menjelaskan dan menyajikan materinya. TOR juga berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif antara panitia, pembicara, dan pihak-pihak terkait lainnya.

c. Pembuatan Poster Acara

Pembuatan poster acara *webinar* merupakan salah satu langkah penting dalam mempromosikan acara secara visual. Poster yang menarik dan informatif akan menarik minat calon peserta untuk mengikuti *webinar*. Unsur-unsur penting dalam poster *webinar* meliputi judul webinar yang jelas dan menarik, nama pembicara, tanggal dan waktu pelaksanaan, *platform* yang digunakan, serta informasi singkat mengenai topik yang akan dibahas. Desain poster juga harus diperhatikan agar terlihat profesional dan sesuai dengan tema webinar. Penggunaan warna, tipografi, dan gambar yang tepat akan membuat poster lebih menarik dan mudah diingat.

d. Publikasi Acara *Webinar*

Merupakan upaya menyebarkan informasi mengenai *webinar* kepada target audiens. Tujuannya adalah menarik minat sebanyak mungkin orang untuk mendaftar dan mengikuti acara. Cara - cara publikasi acara bisa dilakukan melalui berbagai saluran, seperti media sosial (Instagram, Facebook, LinkedIn), *email marketing*, *website*, atau bahkan kerjasama dengan *influencer* di bidang terkait. Konten publikasi yang efektif biasanya berisi informasi yang jelas dan menarik, seperti judul webinar yang menarik, profil pembicara, manfaat yang akan diperoleh peserta, dan cara pendaftaran.



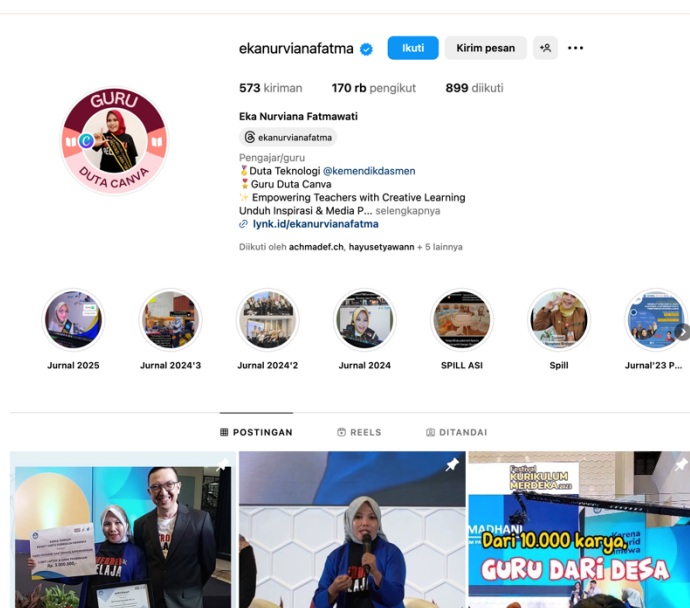
Gambar 4.1 Contoh Publikasi Poster *Event Online*

e. Pengelolaan Peserta

4.1.2. Pembuatan Konten Testimoni KOL dan UGC

a. Membuat *Briefing* Konten KOL dan UGC

Pembuatan *briefing* konten merupakan langkah awal yang krusial sebelum proses produksi konten dimulai. *Briefing* konten berisi panduan yang jelas dan terstruktur mengenai tujuan, target *audiens*, pesan utama, *tone of voice*, serta gaya visual yang ingin dicapai. Elemen penting dalam *briefing* konten meliputi: deskripsi singkat program, manfaat yang didapat peserta, target *audiens* yang ingin dicapai (siswa, guru, orang tua, dll.), *platform* distribusi yang akan digunakan, jadwal produksi, serta anggaran yang tersedia. Dengan *briefing* konten yang komprehensif, tim kreatif dapat menghasilkan konten yang sesuai dengan visi dan misi program.



Gambar 4.2 Persona KOL Eka Nurviana

b. Penentuan *Talent* atau KOL

KOL adalah mereka yang memiliki pengaruh kuat pada target *audiens*, memiliki minat yang sama dengan program literasi, dan memiliki reputasi yang baik. Kriteria pemilihan KOL meliputi: jumlah pengikut, tingkat *engagement*, relevansi konten dengan program, dan nilai - nilai yang sejalan

dengan program literasi. Selain itu, penting untuk mempertimbangkan jenis KOL yang akan diajak kerjasama, apakah *micro-influencer*, *macro-influencer*, atau bahkan tokoh publik. Sedangkan, Pemilihan *talent* juga tidak kalah penting, *talent* dapat berupa penulis, ilustrator, atau kreator konten lainnya yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan karya kreatif yang menarik dan relevan dengan program literasi. Kriteria pemilihan talent meliputi: portofolio karya, gaya yang sesuai dengan *tone of voice* program, ketersediaan waktu, dan kesediaan untuk berkolaborasi.



Gambar 4.3 Proposal Kolaborasi Eka Nurviana

4.2. Produksi

Tahap produksi merupakan proses utama dalam pembuatan sebuah konten atau acara, di mana konsep yang telah dirancang pada tahap pra-produksi mulai direalisasikan. Dalam produksi konten media sosial, tahap ini mencakup pengambilan gambar atau video, rekaman suara, serta penggunaan berbagai perangkat lunak untuk memastikan hasil yang optimal. Sementara itu, dalam produksi acara *daring*, aspek teknis seperti pengaturan *platform streaming*, koordinasi dengan pembicara, serta pengujian sistem sangat penting agar acara berjalan lancar. Berikut merupakan tahap produksi yang telah dilakukan:

4.2.1. Produksi *Online Event*

- a. *Setting up* kamera, audio, dan laptop untuk moderator: *setting up* dilaksanakan dengan beberapa standard yaitu *device* dengan camera memadai (iMac, Macbook, Laptop dengan kamera jernih) apabila

standarisasi tidak memungkinkan maka akan difasilitasi berupa kamera Sony Alpha A6000, lalu moderator juga wajib menggunakan *virtual background* dan difasilitasi juga dengan *greenscreen* serta menggunakan *softbox* guna memberikan cahaya natural selama *event* terlaksana.

Gambar 4.4 Contoh Standar *Set Up Zoom*

b. Koordinasi tim dan *recheck* pembicara

Tim harus mempersiapkan *Bumper* dan Video Indonesia Raya untuk diputar, apabila diperlukan pihak ketiga seperti OBS Studio, untuk pembicara juga wajib memberikan materi untuk *cross check* dengan Nyalanesia.

c. Mulai acara dan pemantauan

Acara dapat dimulai dan dipantau melalui *rundown* dan *moderator* dapat melakukan instruksi apabila sudah *overtime*.

No	Acara	Durasi	Waktu
1	Peserta memasuki Zoom meeting	15'	13.45 - 14.00 WIB
2	Pembukaan Acara Moderator	5'	14.00 - 14.05 WIB
3	Pemaparan materi oleh Narasumber	45'	14.05 - 14.50 WIB
4	Tanya Jawab	10'	14.50 - 15.00 WIB
5	Pemaparan Tentang Sekolah literasi nasional	40'	15.00 - 15.40 WIB
6	Tanya Jawab	15'	15.40 - 15.55 WIB
7	Penutup	5'	15.55- 16.00 WIB

Tabel 4.1 *Rundown Event Online*

4.2.2. Produksi Konten Sosial Media

Pada proses produksi konten KOL dan UGC, para *talent* akan melakukan pengambilan gambar dan video sesuai dengan konsep yang telah disepakati. Proses ini bisa melibatkan pengambilan gambar di lokasi tertentu, penggunaan properti, dan pengaturan pencahayaan. KOL dan *Talent* juga diminta menampilkan produk atau layanan dengan cara yang menarik dan

sesuai dengan gaya mereka. Sebagai pihak *client*, Nyalanesia dan penulis akan melakukan beberapa hal:

- a. Memberikan masukan dan ide kepada *Talent* atau KOL selama proses perencanaan dan pengembangan konsep.
- b. Memberikan contoh visual atau referensi yang dapat membantu tim produksi memahami gaya yang diinginkan
- c. Memastikan gaya dan *tone* yang diinginkan (misalnya, formal, santai, lucu, inspiratif).
- d. Memberikan umpan balik yang jelas dan spesifik pada setiap tahap produksi (misalnya, naskah, *storyboard*, hasil pengambilan gambar, hasil *editing*).

4.3. Pasca Produksi

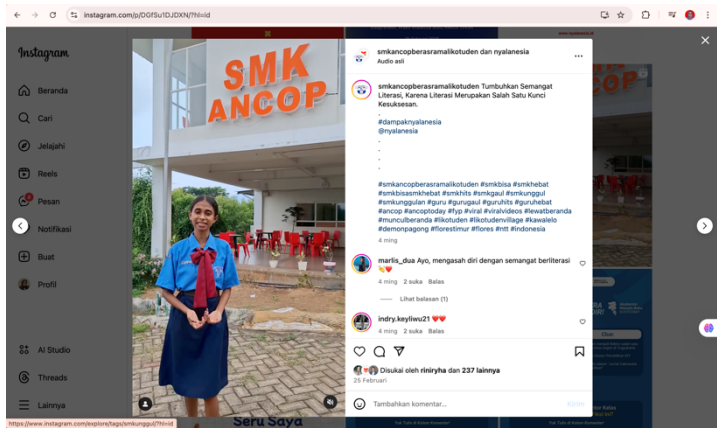
Setelah sebuah acara *daring* selesai, fase pasca - produksi adalah tahap krusial yang menentukan keberhasilan jangka panjang dari acara tersebut. Langkah pertama yang sangat penting adalah melakukan evaluasi menyeluruh. Evaluasi ini melibatkan pengumpulan data dan umpan balik. Pada proses ini, penulis akan mengumpulkan data dari berbagai sumber, seperti survei peserta, laporan penjualan (jika relevan), dan data kehadiran. Serta penulis juga akan melakukan *recording* dan dokumentasikan semua aspek acara, termasuk yang berjalan lancar dan yang mengalami kendala. Penulis juga akan kirimkan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat, termasuk peserta, sponsor, pembicara, serta mengirimkan *feedback* berupa E-Sertifikat. Data peserta *event* yang berminat terhadap program akan dieksalasikan kepada tim sales yang biasa disebut sebagai “*Lead Marketing*”.

Untuk proses pasca produksi pada pembuatan konten KOL dan UGC, Pasca produksi untuk konten KOL dan UGC melibatkan analisis mendalam terhadap performa konten, termasuk metrik seperti jangkauan, keterlibatan, dan konversi, untuk mengukur efektivitas kampanye. Selain itu, penting untuk mengumpulkan umpan balik dari audiens dan KOL/pengguna yang terlibat untuk memahami sentimen dan area perbaikan. Dokumentasi konten dan data kinerja juga krusial untuk referensi di masa depan, serta tindak lanjut dengan KOL/pengguna dan *audiens* untuk membangun hubungan jangka panjang. Terakhir, laporan pasca

kampanye yang komprehensif harus dibuat untuk merangkum hasil, pembelajaran, dan rekomendasi untuk kampanye mendatang.

4.4. Hasil dan Pembahasan Karya Bidang

4.4.1. Hasil dan Pembahasan Konten UGC dan KOL

Judul Konten	Konten Testimoni UGC
Tanggal Upload Konten	Selasa, 25 Februari 2025
Bukti Upload Konten	
User Upload	Official Instagram SMK Ancop Berasrama Likotuden dan Nyalanesia
Capaian	Views Like Comment

Berkaitan dengan konten karya bidang ini dalam pelaksanaannya memang menggunakan bahasa dan *script* sesuai dengan keinginan *user* karena merupakan *User Generated* atau Testimoni sehingga gaya penyampaian memang murni tanpa melibatkan unsur promosi didalamnya. Dalam pelaksanaannya sebenarnya *output* videonya yang diharapkan juga mengekspos kompilasi hasil dari pelaksanaan *project based learning* bersama Nyalanesia. Tetapi, ada beberapa hal yang bisa terakomodir karena sekolah tersebut selalu melakukan update UGC setiap bulannya sehingga konten ini menjadi rangkuman dari seluruh konten UGC sekolahnya.

Judul Konten	Konten KOL Sekolah Literasi Nasional
Tanggal Upload Konten	Jumat 27 September 2024
Bukti Upload Konten	
Caption	BYE-BYE BURN OUT kalau kita tahu 5 kunci ini 🙌 Ternyata ga perlu sepanik itu untuk merencanakan dan mempersiapkan alur aktivitas literasi dan numerasi untuk murid-murid kita. Beneran deh, kadang kita masih suka panik dan fomo kalau mendengar aktivitas literasi dan numerasi. Yang pada akhirnya kita merasa masih asing dengan aktivitas ini yang berujung pada kebingungan dan kepanikan. Hingga muncullah beberapa miskonsepsi tentang numerasi dan literasi di kalangan Bapak/Ibu guru. 📌 Berikut aku punya 5 cara agar aktivitas literasi dan numerasi di kelas bahkan di lingkungan sekolah Bapak/Ibu bisa menjadi lebih mudah dan terarah. ✅ Koneksikan antara teori dan praktik kontekstual ✅ Berikan instruksi berdiferensiasi sesuai dengan kebutuhan belajar siswa ✅ Manfaatkan penggunaan teknologi agar menciptakan pengalaman belajar yang menarik dan interaktif ✅ Pembelajaran kolaboratif dan tutor sebaya !!!!!! Yang ini terakhir tapi paling kunci dan paling penting banget agar Bapak/Ibu ga kesulit dalam mempersiapkan kegiatan literasi dan numerasi karena akan dibimbing secara intensif yaitu bergabung dalam program Sekolah Literasi Nasional (SLN) by

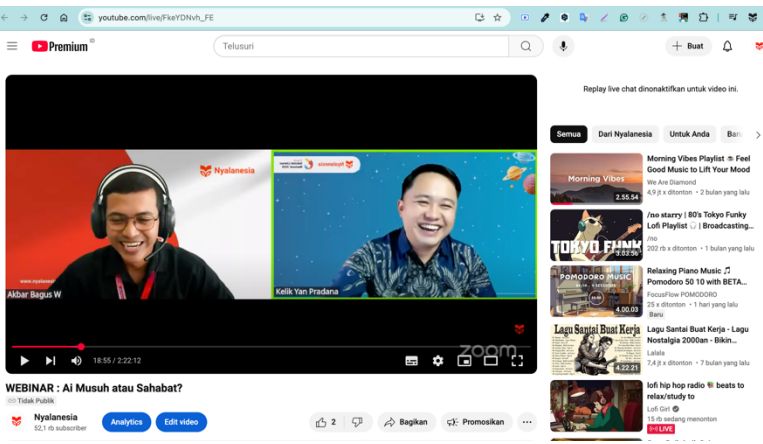
	Nyalanesia. Programnya lengkap banget!!! Dapatkan berbagai fasilitas lengkap program untuk sekolah Bapak/Ibu, seperti: ✅ 6 Program Literasi Sekolah ✅ 6 <i>Project Based Learning</i> ✅ 6 Profil Pelajar Pancasila ✅ 6 Ragam <i>Output</i> Sekolah ✅ 6 Jenis Fasilitas Program ✅ 6 Penghargaan Nasional Yuk Daftarkan Sekolah Bapak/Ibu Sekarang Juga, serta Menangkan Penghargaan Nasional dan Total Hadiah Ratusan Juta! 🏆🎉 !!Silahkan komen "LITERASI" agar dibantu oleh tim untuk mengakses programnya 😊 Batas Pendaftaran: 16 Oktober 2024 Jangan sampai terlewaaattt !!!!! <u>#NyalakanMasadepan</u> <u>#SekolahLiterasiNasional</u> <u>#KurikulumMerdeka</u> <u>#ProjectBasedLearning</u> <u>#RaporPendidikan</u> <u>#GLS</u> <u>#sastramasukkurikulum</u> <u>#proyekpenguatanprofilpelajarpancasila</u>
--	---

Walaupun penulis sempat kesulitan untuk memilih persona KOL yang sesuai dan seimbang pada saat itu, kami melihat beberapa relevansi konten dari KOL Eka Nurviana yang dapat kami jadikan sebagai acuan pemilihan. Konten ini merupakan salah satu konten yang “tricky” karena harus dikemas dengan menawarkan bagaimana program ini bisa membantu guru dalam mengatasi *burnout*. Dibalut dengan bahasa yang mudah dipahami dan *relate* dengan permasalahan guru ditambah dengan profil sebagai teman sejawat. Konten ini dapat meraup banyak impresi positif dari para penontonnya.

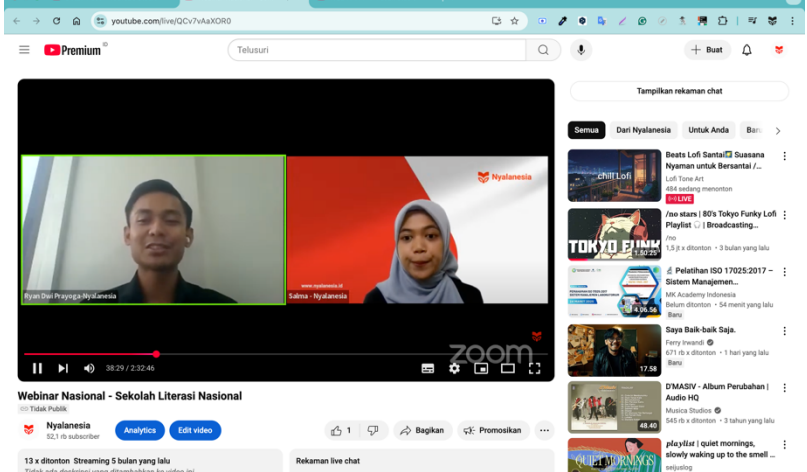
Untuk konten ini diakhiri dengan CTA yang mengundang dan akan di

elevasikan dengan aplikasi....guna mengidentifikasi CTA “Literasi” pada content menjadi bentuk DM berisi promosi dan ajakan bergabung. Konten ini sukses menghasilkan hingga 65,5k Views dengan 1034 Likes dan 76 Comment. Penulis mengharapkan adanya kenaikan signifikan jumlah pendaftar program pada bulan tersebut. Terbukti dari prospek selama bulan Oktober 2024, sebanyak 30 pendaftar berasal dari Konten Instagram dan 3 sekolah diantaranya melakukan *closing*.

4.4.2. Hasil dan Pembahasan Konten *Online Event*

Judul Event	AI Musuh atau Sahabat: Strategi Guru dalam Era Mental Instan
Tanggal Event	Senin, 24 Februari 2025 Pukul 14.00 – 16.00 WIB
Bukti Pelaksanaan Event	 https://www.youtube.com/live/FkeYDNvh_FE
Durasi Realisasi	2 Jam 20 Menit
Jumlah Presensi	226 Partisipan

Webinar ini merupakan *webinar* yang dihadirkan atas inisiatif untuk menjelaskan bagaimana proses praktek literasi khususnya digital ditengah gempuran penggunaan AI saat ini dikalangan Pendidikan. Pemilihan Kelik Yan Pradan cukup membawa angin segar kali ini. Dari 226 Partisipan sayangnya hanya 1 partisipan yang terdaftar dan berhasil menjadi peserta program Sekolah Literasi Nasional kali ini. Sejauh dari analisis yang dilakukan oleh Tim Marketing dan Penulis dari telfon, ada beberapa sekolah yang masih belum menganggarkan kegiatan literasi sebagai prioritas saat ini. Hal tersebut juga menjadi salah satu sorotan kami untuk lebih dekat dengan sekolah untuk berbincang lebih lanjut mengenai keputusan sekolah dan pengambilan kebijakan pemerintah di tahun ini.

Judul Event	“Menghidupkan Budaya Literasi: Cara Praktis Menerapkan Program Baca Tulis di Sekolah”
Tanggal Event	Senin, 28 Oktober 2024 Pukul 14.00 – 15.30 WIB WIB
Bukti Pelaksanaan Event	https://www.youtube.com/live/QCv7vAaXOR0 
Durasi Realisasi	2 Jam 30 Menit
Jumlah Presensi	216 Partisipan

Event ini mampu menghasilkan sepanjang bulan oktober dengan capaian 7 pendaftar serta 3 sekolah resmi menjadi peserta dalam program ini. Penulis dan Tim pada saat itu menginginkan adanya *webinar* yang mulai terimplementasi dengan *Project Based* yang ditawarkan oleh perusahaan.

4.5. Hambatan

Pada tahap pra-produksi, penulis menghadapi beberapa hambatan yang perlu diatasi. Adapun beberapa diantaranya yaitu Pencarian KOL atau Pembicara yang sesuai dengan persona dan *key message* yang diinginkan. Hal ini bisa dikaitkan dengan *budget*, persona sosial media, dan capaian keahlian dari KOL atau mentor tersebut serta tidak jarang beberapa referensi KOL yang dihubungi kurang dapat berkomunikasi dengan baik kepada Penulis dan Tim Nyalanesia. Untuk konten UGC hambatan mengenai pemilihan *user*/peserta yang dapat mengisi konten di sosial media sebenarnya dapat diatasi dengan mengomunikasikan dengan Tim *Costumer Service* untuk mendapatkan informasi mengenai sekolah peserta

yang aktif dalam pelaksanaan program selama setahun ini.

Sedangkan pada tahapan produksi, hambatan yang dihadapi untuk pelaksanaan *event online* yaitu mengenai bagaimana melaksanakan *event* lebih tepat waktu. Alasan atas ketidaktepatan waktu ini biasanya adalah menunggu *audience* atau ada pembicara yang biasanya asyik untuk mengobrol dan berdiskusi dengan *audience*. Ini juga menjadi salah satu catatan bagaimana ketepatan waktu bisa lebih diperhatikan dan bisa untuk menyela obrolan dengan pembicara tanpa mengganggu diskusi.

Untuk hambatan pada saat produksi konten biasanya hanya pada mengoordinasikan konten agar tetap sesuai dengan karakteristik KOL atau *Talent* dengan tetap menginisiasikan apa yang kita ingin sampaikan pada konten tersebut. Khususnya untuk KOL, penulis dan tim Nyalanesia juga harus memberikan beberapa fasilitas yang bisa digunakan sebagai perangkat ajar kepada KOL sebagai contoh dan gambaran pembuatan *script*. Tetapi tantangan tersebut dapat diurai dengan komunikasi yang baik dengan KOL dan juga *talent*.

Yang terakhir pada tahap pasca produksi tantangan terbesar dari pembuatan karya bidang ini yaitu lebih kepada pengolahan data dari presensi yang sudah dikumpulkan oleh peserta serta mengirimkan sertifikat *webinar* kepada masing - masing orang. Namun, penulis sangat terbantu dengan adanya *Looker Studio*, *Spreadsheet*, dan *Ekstensi Autocrat* pada *google* sebagai *shortcut* pembantu dalam pembuatan analisis data dan penyebaran informasi, serta untuk konten KOL hanya perlu melakukan *cross check* dan menganalisis SEO pada caption yang telah dibuat.

4.6. Evaluasi

Evaluasi terhadap hasil produksi karya bidang ini, penulis mendapatkan 442 orang pengisi survei atau presensi di *event* dengan orang dapat diakui sebagai *Lead* dan mencetak setara dengan 9 sekolah peserta. Namun, berdasarkan umpan balik dari Nyalanesia dan data yang diinginkan pada capaian perusahaan tahunan belum bisa berbanding lurus. Harapannya ini menjadi catatan bagi Penulis dan Tim Nyalanesia dalam menjalankan strategi yang lebih baik dan tepat sasaran guna mengoptimalkan capaian tersebut ditahun - tahun selanjutnya.