

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan hasil dari gambaran umum permasalahan serta pelaksanaan proyek tugas akhir yang telah dilakukan. Pembahasan disusun berdasarkan teori dan metode yang digunakan dalam Tugas Akhir, meliputi analisis masalah serta proses pembuatan proyek tugas akhir dalam bentuk produksi media *public relations* pada kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop*. Produksi media *public relations* dalam proyek ini diwujudkan melalui pembuatan media publikasi berupa Banner, poster digital, dan *Video after event* yang digunakan sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat melalui media sosial, khususnya Instagram.

Proyek tugas akhir ini dilaksanakan sebagai upaya untuk meningkatkan *awareness* terhadap kegiatan yang diselenggarakan oleh Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan. Melalui produksi media yang dirancang secara strategis dan komunikatif, diharapkan informasi mengenai kegiatan workshop dapat menjangkau audiens yang lebih luas serta meningkatkan keterlibatan publik. Adapun proses pembuatan proyek tugas akhir ini terdiri dari tiga tahapan utama dalam produksi media *public relations*, yaitu tahap pra produksi, produksi, dan pascaproduksi. Setiap tahapan dilakukan secara sistematis mulai dari perencanaan konsep media, proses pembuatan dan distribusi konten, hingga evaluasi hasil publikasi yang telah dilakukan.

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan merupakan salah satu komunitas pendidikan nonformal yang aktif menyelenggarakan berbagai kegiatan edukatif bagi anak-anak. Kegiatan yang dilaksanakan meliputi pembelajaran literasi, aktivitas kreatif, serta workshop berbasis keterampilan. Salah satu program yang dirancang adalah *Creativepreneur Kids Workshop*, yaitu kegiatan yang bertujuan untuk

mengembangkan kreativitas dan mengenalkan nilai kewirausahaan kepada anak sejak dini.

Namun demikian, berdasarkan hasil observasi terhadap media sosial Instagram komunitas, diketahui bahwa publikasi kegiatan yang dilakukan belum optimal. Hal ini terlihat dari tingkat interaksi audiens yang masih rendah serta tidak konsisten pada setiap unggahan. Beberapa konten hanya memperoleh jumlah tayangan dan interaksi yang terbatas jika dibandingkan dengan jumlah pengikut akun. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media publikasi yang digunakan belum mampu menarik perhatian audiens secara maksimal, sehingga informasi mengenai kegiatan komunitas belum tersebar secara luas. Dampak dari kondisi ini adalah rendahnya tingkat awareness masyarakat terhadap kegiatan yang diselenggarakan, termasuk kegiatan Creativepreneur Kids Workshop.

Lebih lanjut, keterbatasan jumlah dan konsistensi konten yang dipublikasikan menyebabkan data insight yang diperoleh belum dapat menggambarkan efektivitas strategi komunikasi secara menyeluruh. Hal ini menunjukkan bahwa diperlukan pengembangan strategi konten yang tidak hanya bersifat insidental, tetapi juga berkelanjutan (*sustainable content production*) agar komunikasi publik dapat berjalan secara konsisten dan terukur.

Oleh karena itu, keberlanjutan konten dalam penelitian ini diarahkan melalui perancangan produksi media *public relations* yang terstruktur, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pascaproduksi. Strategi ini tidak hanya berfokus pada pembuatan satu kali unggahan, tetapi juga pada pengembangan format konten yang dapat digunakan secara berulang serta konten publikasi kegiatan yang dirancang untuk mendukung peningkatan awareness secara bertahap dan konsisten di media sosial, khususnya Instagram Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan.

4.2 Analisis Masalah

Berdasarkan gambaran permasalahan yang telah diuraikan, dapat dianalisis bahwa performa konten yang dipublikasikan masih belum optimal. Hal ini ditunjukkan melalui jumlah tayangan, *likes*, *komentar*, dan *share* yang relatif rendah serta tidak konsisten pada setiap unggahan. Beberapa konten hanya memperoleh respons audiens dalam jumlah terbatas dibandingkan dengan jumlah pengikut akun.

Selain itu, hasil analisis menunjukkan bahwa jenis konten, penyajian visual, serta kelengkapan caption memiliki pengaruh terhadap tingkat perhatian audiens. Konten yang bersifat dokumentasi kegiatan cenderung mendapatkan respons lebih tinggi dibandingkan konten poster informatif, namun secara keseluruhan interaksi audiens masih belum stabil. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik konten yang dipublikasikan belum merata pada seluruh jenis unggahan.

Rendahnya interaksi tersebut mengindikasikan bahwa penyampaian informasi melalui Instagram belum sepenuhnya efektif dalam menjangkau audiens. Kondisi ini berdampak pada belum optimalnya tingkat *awareness* masyarakat terhadap kegiatan yang dilaksanakan oleh komunitas, termasuk program *Creativepreneur Kids Workshop*. Dengan kata lain, informasi mengenai kegiatan belum sepenuhnya dikenal, dipahami, dan diperhatikan oleh audiens secara luas.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan adanya penguatan komunikasi melalui produksi media *public relations* yang lebih terencana dan menarik, sehingga informasi kegiatan dapat tersampaikan dengan lebih efektif kepada audiens Instagram komunitas.

4.3 Proses Pelaksanaan Karya Project

4.3.1 Tahap Pra-Produksi Media *Public relations* pada *Creativepreneur Kids Workshop*

Tahap pra-produksi merupakan tahap awal dalam proses produksi media *public relations* yang berfokus pada perencanaan dan pengonsepan media publikasi sebelum dilakukan proses produksi. Tahap ini menjadi bagian penting karena menentukan arah komunikasi, pesan yang akan disampaikan, serta konsep visual dari media yang akan

diproduksi. Dalam proyek *Creativepreneur Kids Workshop*, tahap pra produksi dilakukan untuk memastikan bahwa media *public relations* yang dihasilkan mampu menyampaikan informasi kegiatan secara efektif serta meningkatkan *awareness* masyarakat. Pada tahap ini, penulis melakukan beberapa proses perencanaan yang meliputi penentuan ide, penyusunan konsep komunikasi, serta perancangan desain media publikasi yang akan digunakan, yaitu banner dan poster digital.

4.3.1.1 Pra-Produksi Banner

Pada tahap pra-produksi banner, penulis melakukan perancangan media yang digunakan sebagai sarana komunikasi visual secara langsung pada kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop*. Banner memiliki fungsi penting dalam kegiatan *Public relations* karena berperan sebagai media informasi yang dapat menarik perhatian audiens sekaligus memperkuat identitas visual kegiatan. Oleh karena itu, desain banner dirancang agar mampu menyampaikan informasi secara jelas, menarik, dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Proses perancangan banner diawali dengan menentukan informasi utama yang akan ditampilkan, seperti nama kegiatan, waktu dan tempat pelaksanaan, identitas penyelenggara, serta narasumber kegiatan. Informasi tersebut kemudian disusun berdasarkan prinsip hirarki visual agar audiens dapat membaca informasi utama dengan lebih mudah. Konsep visual banner disesuaikan dengan tema kegiatan, yaitu kreativitas dan kewirausahaan anak, sehingga menggunakan warna-warna cerah, ilustrasi anak, serta elemen visual yang ramah anak.

Pada tahap revisi desain banner, terdapat beberapa perubahan visual yang dilakukan berdasarkan evaluasi desain awal. Perubahan pertama terletak pada informasi kegiatan, khususnya bagian visual produk workshop. Pada desain awal, gambar produk yang digunakan masih terlihat kurang fokus dan terlalu ramai sehingga informasi mengenai aktivitas workshop belum terlihat jelas. Setelah revisi, gambar produk diganti dengan visual hasil kerajinan yang lebih spesifik dan lebih jelas untuk menunjukkan aktivitas kreativitas anak dalam kegiatan

Creativepreneur Kids Workshop. Perubahan ini dilakukan agar audiens lebih mudah memahami konsep kegiatan hanya melalui tampilan visual Banner.

Perubahan kedua terdapat pada tampilan foto narasumber. Pada desain awal, foto narasumber terlihat kurang menyatu dengan keseluruhan konsep visual Banner karena pencahayaan dan komposisi warna yang kurang seimbang. Setelah revisi, foto narasumber diganti dengan foto yang memiliki pencahayaan lebih cerah dan warna yang lebih sesuai dengan color palette desain. Perubahan ini membuat tampilan banner terlihat lebih harmonis dan menarik secara visual.

Selain itu, penulis juga melakukan penyesuaian pada tata letak elemen visual dan penggunaan warna agar desain terlihat lebih seimbang. Penggunaan warna oranye, kuning, hijau muda, dan krem tetap dipertahankan untuk menciptakan kesan ceria, hangat, dan ramah anak. Pemilihan warna tersebut sesuai dengan teori warna menurut Suriyanto Rustan (2017) yang menyatakan bahwa warna dalam desain grafis tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga mampu membangun suasana dan menarik perhatian audiens. Penggunaan warna cerah pada banner bertujuan untuk memperkuat karakter kegiatan edukatif dan kreatif bagi anak-anak.

Revisi desain juga dilakukan pada aspek tipografi dan keterbacaan informasi. Penempatan teks pada desain akhir dibuat lebih rapi dan proporsional sehingga informasi seperti tanggal, waktu, dan lokasi kegiatan dapat lebih mudah dibaca oleh audiens. Hal ini sesuai dengan prinsip desain *balance* dan *emphasis* menurut Lidwell, Holden, dan Butler (2023) di mana elemen visual harus disusun secara seimbang serta mampu menonjolkan informasi utama dalam desain.

Selain perubahan visual, revisi juga dilakukan pada kesesuaian informasi kegiatan, khususnya pada bagian tanggal pelaksanaan workshop. Pada desain awal, tanggal kegiatan masih menggunakan tanggal 25 April 2026, sedangkan pada desain akhir diperbarui menjadi 2 Mei 2026 sesuai dengan jadwal pelaksanaan terbaru penyelenggara. Perubahan ini dilakukan agar informasi yang disampaikan kepada audiens tetap akurat dan tidak menimbulkan kesalahan informasi. Dalam konteks *public relations*, ketepatan informasi menjadi aspek penting karena media publikasi tidak hanya berfungsi menarik perhatian audiens, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang harus mampu menyampaikan pesan secara jelas dan terpercaya kepada masyarakat.

Melalui proses revisi tersebut, desain Banner akhir dinilai lebih komunikatif,

menarik, dan mampu merepresentasikan identitas kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop* secara lebih efektif. Banner tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga menjadi bagian dari strategi produksi media *Public relations* dalam meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap kegiatan Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan.



Gambar 4. 1 Proses Perancangan Design awal banner



Gambar 4. 2 Design akhir banner

4.3.1.2 Pra-Produksi Poster

Pada tahap perancangan media poster, penulis membuat media publikasi digital yang digunakan untuk menyampaikan informasi kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop* melalui platform Instagram. Poster dipilih sebagai media publikasi karena mampu menyampaikan informasi secara visual, singkat, dan menarik sehingga lebih mudah menjangkau audiens media sosial, khususnya kalangan usia muda. Dalam konteks *Public relations*, poster berfungsi sebagai media publikasi digital yang membantu meningkatkan *Awareness* masyarakat terhadap kegiatan yang diselenggarakan oleh Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan.

Proses perancangan poster diawali dengan menentukan informasi utama yang akan ditampilkan, seperti nama kegiatan, deskripsi singkat kegiatan, tujuan kegiatan, waktu dan tempat pelaksanaan, serta identitas narasumber dan penyelenggara. Informasi tersebut kemudian disusun dengan memperhatikan prinsip hirarki visual agar audiens dapat memahami isi poster secara lebih mudah dan terstruktur.

Pada tahap revisi desain poster, terdapat beberapa perubahan visual dan informasi yang dilakukan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi visual. Perubahan pertama terlihat pada bagian judul kegiatan. Pada desain awal, judul poster menggunakan tulisan “Creativepreneur Kids Seminar dan Workshop Edukasi Kewirausahaan Sejak Dini” dengan ukuran teks yang cukup panjang sehingga tampilan terlihat lebih padat. Pada desain revisi, judul disederhanakan menjadi “*Creativepreneur Kids Workshop*” agar lebih ringkas, mudah dibaca, dan mampu menjadi pusat perhatian audiens. Perubahan ini sesuai dengan prinsip *emphasis* menurut Lidwell, Holden, dan Butler (2023) yang menjelaskan bahwa suatu desain harus mampu menonjolkan informasi utama agar lebih mudah ditangkap oleh audiens.

Perubahan berikutnya terdapat pada visual produk workshop. Pada desain awal, gambar produk yang digunakan masih kurang jelas dan tampak terlalu ramai sehingga belum merepresentasikan hasil kegiatan secara spesifik. Setelah revisi,

visual produk diganti dengan gambar hasil kerajinan yang lebih jelas dan terfokus, seperti aksesoris dan kerajinan tangan yang akan dibuat peserta workshop. Perubahan ini bertujuan agar audiens lebih mudah memahami bentuk aktivitas kreatif yang dilakukan dalam kegiatan tersebut.

Selain itu, revisi juga dilakukan pada foto narasumber kegiatan. Pada desain awal, foto narasumber memiliki pencahayaan yang kurang menyatu dengan keseluruhan tone warna poster. Pada desain revisi, foto narasumber diganti dengan foto yang memiliki pencahayaan lebih cerah dan warna yang lebih harmonis dengan color palette desain. Hal ini membuat tampilan poster terlihat lebih seimbang dan profesional secara visual.

Penyesuaian juga dilakukan pada informasi kegiatan, khususnya pada bagian tanggal pelaksanaan workshop. Pada desain awal, poster masih menggunakan tanggal 25 April 2026, sedangkan pada desain revisi diperbarui menjadi 2 Mei 2026 sesuai jadwal terbaru kegiatan. Perubahan ini dilakukan untuk menjaga akurasi informasi agar pesan yang disampaikan kepada masyarakat tidak menimbulkan kesalahan informasi. Dalam teori *Public relations* menurut Cutlip, Center, dan Broom (2013) media komunikasi harus mampu menyampaikan informasi secara jelas, akurat, dan terpercaya kepada publik.

Dari segi visual, poster tetap menggunakan kombinasi warna oranye, kuning, krem, hijau muda, dan hijau toska untuk mempertahankan identitas visual kegiatan. Penggunaan warna cerah tersebut bertujuan menciptakan kesan ramah anak, kreatif, dan menyenangkan. Hal ini sesuai dengan teori warna menurut Surianto Rustan (2017) yang menyatakan bahwa warna dalam desain grafis tidak hanya berfungsi sebagai unsur estetika, tetapi juga mampu membangun suasana dan menarik perhatian audiens.

Selain warna, revisi desain juga memperhatikan unsur tipografi dan ruang (space). Pada desain revisi, penempatan teks dibuat lebih rapi dengan jarak antar elemen yang lebih proporsional sehingga poster terlihat tidak terlalu padat dan informasi menjadi lebih mudah dibaca. Menurut Surianto Rustan (2017),

penggunaan ruang dalam desain grafis bertujuan menciptakan keseimbangan visual dan membantu audiens memahami informasi secara lebih nyaman.

Melalui proses revisi tersebut, desain poster akhir dinilai lebih komunikatif, informatif, dan menarik secara visual dibandingkan desain sebelumnya. Poster tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi kegiatan, tetapi juga sebagai bagian dari strategi digital *public relations* dalam meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap kegiatan edukatif Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan.



Gambar 4. 3 Proses perancangan design awal poster



Gambar 4. 4 Design akhir poster

4.3.1.3 Pra Produksi *Video after event*

Tahap Tahap pra produksi merupakan tahap awal dalam proses pembuatan *Video after event Creativepreneur Kids Workshop*. Pada tahap ini, penulis melakukan perencanaan konsep video sebagai dasar dalam proses pengambilan gambar dan editing video. Perencanaan dilakukan agar video yang dihasilkan memiliki alur yang runtut, komunikatif, dan sesuai dengan tujuan publikasi kegiatan melalui media sosial Instagram.

Konsep *Video after event* dirancang dengan menampilkan rangkaian kegiatan secara berurutan sesuai rundown acara, mulai dari briefing panitia dan narasumber, registrasi peserta, pembukaan kegiatan, sambutan, sesi edukasi kewirausahaan, ice breaking, praktik pembuatan aksesoris, hingga dokumentasi penutup kegiatan. Penyusunan konsep berdasarkan rundown bertujuan agar audiens dapat memahami jalannya kegiatan secara lebih jelas dan terstruktur ketika menonton video. Menurut Herbert Zettl (2015), video merupakan media audiovisual yang tersusun dari unsur visual, audio, gerak, dan editing yang saling mendukung dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Oleh karena itu,

penyusunan alur video menjadi penting agar informasi kegiatan dapat tersampaikan secara efektif.

Pada tahap ini, penulis juga telah menyusun (SSG) sebagai pedoman produksi video. SSG berfungsi untuk menentukan urutan scene, kebutuhan footage, jenis pengambilan gambar, durasi visual, serta penggunaan musik dan transisi yang akan digunakan dalam *Video after event*. Penyusunan SSG membantu proses produksi menjadi lebih terarah karena setiap scene yang dibutuhkan telah direncanakan sebelumnya. Selain itu, penyusunan SSG juga membantu menjaga konsistensi storytelling visual sehingga alur video tetap runtut dan tidak membingungkan audiens.

Penulis juga telah menentukan konsep visual video dengan menggunakan tone warna cerah dan hangat untuk menyesuaikan karakter kegiatan anak-anak yang edukatif dan kreatif. Penggunaan visual yang cerah bertujuan menciptakan kesan menyenangkan serta menarik perhatian audiens media sosial. Hal ini sesuai dengan teori warna menurut Suriyanto Rustan (2017) yang menyatakan bahwa warna dalam desain visual tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga mampu membangun suasana dan memperkuat penyampaian pesan kepada audiens.

Dalam tahap pra-produksi, penulis juga menentukan penggunaan backsound musik "*Strong One*" yang memiliki nuansa *upbeat* dan energik agar video terlihat lebih dinamis dan tidak monoton ketika dipublikasikan melalui Instagram Reel. Pemilihan musik dilakukan untuk mendukung suasana kegiatan yang aktif, kreatif, dan menyenangkan sehingga mampu meningkatkan ketertarikan audiens terhadap video.

Perencanaan pengambilan gambar dilakukan dengan menentukan beberapa teknik shot seperti *Straight-On Angle* untuk memperlihatkan aktivitas peserta secara natural, *High Angle* untuk menunjukkan suasana kegiatan secara menyeluruh, serta close-up shot untuk memperlihatkan detail hasil kerajinan peserta workshop. Menurut Joseph V. Mascelli (2010), teknik pengambilan gambar

dan angle kamera memiliki fungsi penting dalam membangun komposisi visual dan membantu menyampaikan pesan secara lebih efektif kepada audiens.

Melalui tahap pra produksi yang terencana, proses pengambilan footage selama kegiatan berlangsung dapat dilakukan secara lebih terstruktur sehingga mendukung proses editing *Video after event* menjadi lebih efektif dan sesuai dengan konsep visual yang telah dirancang sebelumnya. Selain berfungsi sebagai dokumentasi kegiatan, *Video after event* juga menjadi bagian dari strategi Digital *Public relations* untuk meningkatkan *Awareness* masyarakat terhadap kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop* Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan.

Tabel 4. 1 Tabel Standard Sequence Guide *Video after event*

Judul Video : <i>Creativepreneur Kids Workshop</i> Durasi : 1 Menit 54 Detik Platform : Instagram Reel				
No	Deskripsi	Sound On Tape	Musik	Durasi
1	Opening video menampilkan briefing panitia dan narasumber sebelum kegiatan dimulai. Visual memperlihatkan persiapan tim untuk memastikan kegiatan berjalan dengan baik. Scene ini digunakan sebagai pembuka untuk memberikan gambaran awal proses pelaksanaan kegiatan.	-	Backsound “Strong One” mulai dimainkan dengan tempo upbeat dan energik untuk menarik perhatian audiens sejak awal video.	00:00– 00:10

2	Menampilkan suasana registrasi dan persiapan peserta sebelum kegiatan dimulai. Visual memperlihatkan peserta anak-anak mulai berkumpul bersama panitia dan pendamping kegiatan.	-	Musik tetap dimainkan dengan tempo ringan dan ceria untuk membangun suasana positif.	00:08– 00:16
3	Menampilkan narasumber memberikan penjelasan mengenai kegiatan workshop kepada peserta. Pengambilan gambar menggunakan <i>Straight-On Angle</i> agar aktivitas terlihat natural dan komunikatif.	-	Musik sedikit diperlambat volumenya agar fokus visual tetap pada aktivitas penyampaian materi.	00:16– 00:28
4	Menampilkan ekspresi peserta saat mendengarkan materi workshop. Close-up shot digunakan untuk memperlihatkan antusiasme dan fokus peserta selama kegiatan berlangsung.	-	Musik upbeat tetap dipertahankan untuk menjaga mood video tetap aktif dan menyenangkan.	00:28– 00:0 6

5	Menampilkan proses praktik pembuatan kerajinan tangan oleh peserta workshop. Visual memperlihatkan anak-anak mulai membuat aksesoris dan phone strap secara langsung.	-	Musik “Strong One” mulai memasuki bagian yang lebih dinamis untuk mendukung suasana kreatif kegiatan.	00:36– 00:50
6	Menampilkan detail hasil kerajinan peserta menggunakan close-up shot untuk memperlihatkan bentuk dan warna hasil karya secara lebih jelas.	-	Musik tetap stabil dengan nuansa ceria dan hangat.	00:50– 00:58
7	Menampilkan suasana keseluruhan kegiatan menggunakan <i>High Angle</i> shot untuk memperlihatkan jumlah peserta dan kondisi workshop secara menyeluruh.	-	Musik tetap dimainkan untuk menjaga ritme video agar tidak monoton.	00:58– 01:08
8	Menampilkan interaksi antara peserta dan narasumber saat proses pendampingan pembuatan kerajinan	-	Musik tetap upbeat dengan tempo stabil untuk menjaga suasana menyenangkan.	01:08– 01:18

	berlangsung. Scene menunjukkan komunikasi aktif selama workshop.			
9	Menampilkan beberapa potongan aktivitas peserta secara bergantian menggunakan transisi sederhana agar video terlihat dinamis dan menarik saat ditonton melalui Instagram.	-	Musik memasuki bagian chorus sehingga energi video terasa lebih meningkat.	01:18– 01:28
10	Menampilkan hasil karya peserta yang telah selesai dibuat. Visual difokuskan pada ekspresi bangga dan senang peserta ketika menunjukkan hasil kerajinannya.	-	Musik tetap ceria dan energik untuk memperkuat suasana positif kegiatan.	01:28– 01:38
11	Menampilkan dokumentasi bersama antara peserta, narasumber, dan panitia kegiatan menggunakan wide shot untuk memperlihatkan kebersamaan seluruh peserta workshop.	-	Musik mulai memasuki bagian ending secara perlahan agar transisi menuju penutup terasa lebih halus.	01:38– 01:48

12	Closing video menampilkan suasana akhir kegiatan dan penutup video sebagai akhir dari dokumentasi <i>Creativepreneur Kids Workshop</i> .	“Creativepreneur Kids, belajar berkarya dan berwirausaha.”	-	01:48– 01:5 4
----	--	--	---	---------------------

4.3.2 Tahap Produksi Media *Public relations* pada *Creativepreneur Kids Workshop*

4.3.2.1 Penggunaan Banner sebagai Media Informasi Kegiatan

Banner pada kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop* digunakan sebagai media informasi yang ditempatkan di lokasi pelaksanaan kegiatan. banner berfungsi untuk menyampaikan informasi mengenai nama kegiatan, identitas penyelenggara, serta tema kegiatan kepada khalayak yang berada di sekitar lokasi pelaksanaan.

Banner memuat informasi utama seperti nama kegiatan, identitas komunitas, serta visual pendukung yang dirancang untuk menarik perhatian audiens. Kehadiran Banner pada saat kegiatan berlangsung memiliki peran penting sebagai media *public relations*, karena tidak hanya memberikan informasi secara langsung kepada peserta, tetapi juga memperkuat identitas visual kegiatan di lingkungan sekitar.

Selain itu, banner juga berfungsi sebagai elemen visual yang mendukung suasana kegiatan agar terlihat lebih terorganisir dan profesional. Penggunaan warna, tipografi, serta tata letak yang telah dirancang pada tahap pra produksi terlihat diaplikasikan secara nyata pada Banner yang digunakan di lapangan. Hal ini menunjukkan bahwa media yang diproduksi tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga memiliki fungsi praktis dalam mendukung kelancaran kegiatan.

Secara keseluruhan, penggunaan banner dalam kegiatan.

Creativepreneur Kids Workshop menjadi salah satu bentuk implementasi media *Public relations* yang efektif dalam menyampaikan informasi secara visual serta meningkatkan *Awareness* masyarakat terhadap kegiatan yang diselenggarakan oleh Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan.



Gambar 4. 7 Banner sebagai media informasi kegiatan

4.3.2.2 Penyebaran Poster Di Instagram Dan Whatsapp

Penyebaran poster kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop* telah dilakukan melalui platform digital, khususnya Instagram dan WhatsApp, sebagai bagian dari strategi media *Public relations* dalam meningkatkan *Awareness* masyarakat terhadap kegiatan yang diselenggarakan oleh Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan. Tahap ini menjadi salah satu langkah penting dalam proses produksi karena berfungsi sebagai media utama dalam menyampaikan informasi kegiatan kepada audiens secara luas sebelum pelaksanaan event berlangsung.

Poster yang telah dirancang pada tahap pra produksi kemudian dipublikasikan melalui akun Instagram komunitas pada rentang waktu pukul 19.00–21.00 WIB, yang merupakan waktu aktif pengguna media sosial (prime time). Pemilihan waktu tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa pada jam tersebut audiens cenderung sudah selesai beraktivitas sehingga memiliki waktu lebih untuk mengakses dan berinteraksi dengan konten media sosial. Dengan demikian, unggahan poster diharapkan dapat menjangkau audiens secara lebih optimal dan

memperoleh tingkat interaksi yang lebih tinggi.

Selain itu, penyebaran juga dilakukan melalui WhatsApp dengan cara membagikan poster ke berbagai grup dan kontak yang relevan, sehingga informasi kegiatan dapat tersebar secara lebih luas dan cepat di lingkungan masyarakat.



Gambar 4. 5 Publikasi poster melalui Instagram

Sumber :https://www.instagram.com/p/DXp_NLuGZBY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=NTc4MTIwNjQ2YQ==

Proses penyebaran poster tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi kegiatan, tetapi juga sebagai upaya untuk menarik perhatian audiens melalui visual yang dirancang secara menarik dan komunikatif. Desain poster yang memuat informasi penting seperti nama kegiatan, waktu pelaksanaan, lokasi, serta konsep kegiatan diharapkan dapat membangun ketertarikan masyarakat untuk mengetahui lebih lanjut dan berpartisipasi dalam kegiatan tersebut.

Selanjutnya, caption pada unggahan media sosial telah disusun oleh penulis sebagai bagian dari strategi komunikasi media. Penyusunan caption dilakukan dengan mengacu pada isi visual poster agar tercipta keselarasan pesan antara elemen visual dan verbal. Caption dirancang dengan memuat informasi utama kegiatan, meliputi nama kegiatan, waktu pelaksanaan, lokasi, serta ajakan kepada audiens untuk berpartisipasi atau menghadiri kegiatan. Selain itu, gaya penulisan caption disesuaikan dengan karakteristik komunikasi media sosial yang bersifat informatif, ringkas, dan persuasif,

sehingga dapat mendukung efektivitas penyampaian informasi kepada audiens.

Lebih lanjut, dalam pelaksanaannya penulis melakukan observasi terhadap respons audiens sebagai bentuk evaluasi awal efektivitas media publikasi yang digunakan. Respons audiens pada unggahan poster di Instagram ditunjukkan melalui interaksi berupa likes, komentar, terhadap konten yang dipublikasikan. Berdasarkan gambar tersebut insight Instagram komunitas, unggahan poster sudah memperoleh sebanyak 112 likes. Dengan demikian, respons yang diperoleh menunjukkan bahwa penyebaran poster tidak hanya berfungsi sebagai tahap distribusi informasi, tetapi juga menjadi bagian dari strategi komunikasi Public Relations yang mampu mendorong interaksi serta meningkatkan awareness masyarakat terhadap kegiatan Creativepreneur Kids Workshop.



Gambar 4. 6 Publikasi poster melalui WhatsApp

4.3.2.3 Pengambilan Gambar Dan Video (Publikasi Dan Dokumentasi)

Penulis telah melakukan pengambilan gambar dan video pada kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop* dilakukan secara menyeluruh selama pelaksanaan event sebagai bagian penting dalam proses produksi media *Public relations*. Kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi, tetapi juga sebagai sumber utama dalam menghasilkan konten publikasi, khususnya *Video after event* yang akan digunakan untuk memperkuat penyebaran informasi kepada masyarakat luas.

Seluruh rangkaian kegiatan didokumentasikan secara visual, mulai dari proses registrasi peserta, pembukaan acara, penyampaian materi, hingga kegiatan praktik pembuatan aksesoris oleh peserta. Pengambilan gambar dilakukan dengan tujuan untuk menangkap momen-momen penting serta interaksi yang terjadi selama kegiatan, sehingga dapat menggambarkan suasana kegiatan secara nyata dan menarik. Hasil dokumentasi ini nantinya akan menjadi bahan utama dalam proses pengolahan konten media publikasi.

Hasil pengambilan gambar dan video yang diperoleh kemudian melalui tahap pemilahan dan pengolahan untuk menghasilkan konten *Video after event* yang berkualitas. Proses ini membutuhkan ketelitian dalam memilih footage yang relevan agar pesan yang ingin disampaikan dapat tersusun dengan baik. Dengan adanya dokumentasi yang lengkap dan terencana, konten video yang dihasilkan diharapkan mampu menjadi media publikasi yang efektif dalam menunjukkan keberhasilan kegiatan serta meningkatkan *Awareness* masyarakat terhadap *Creativepreneur Kids Workshop*.

Secara keseluruhan, kegiatan pengambilan gambar dan video tidak hanya menjadi bagian dari dokumentasi, tetapi juga merupakan elemen penting dalam strategi *Public relations* yang bertujuan untuk memperkuat citra positif komunitas serta memperluas informasi kegiatan melalui media visual yang menarik dan komunikatif.

1. Teknik Straight On Angle (Eye Level)

Pada dokumentasi briefing kegiatan, teknik pengambilan gambar yang digunakan adalah *Straight-On Angle* atau eye level, yaitu posisi kamera sejajar dengan objek yang direkam. Penggunaan sudut pengambilan gambar ini menghasilkan visual yang natural dan realistis sehingga proses briefing panitia dapat terlihat secara jelas. Teknik ini digunakan untuk memperlihatkan aktivitas koordinasi antar panitia sebelum kegiatan dimulai agar audiens dapat memahami suasana persiapan kegiatan secara lebih nyata.

Dalam proses pengambilan gambar, kamera diarahkan sejajar dengan panitia yang sedang melakukan briefing sehingga interaksi, komunikasi, dan ekspresi antar anggota tim dapat terlihat dengan baik. Penggunaan *Straight-On Angle* membantu menciptakan kesan komunikatif dan tidak berlebihan karena objek ditampilkan sebagaimana kondisi sebenarnya. Selain itu, sudut pengambilan gambar ini juga membuat audiens merasa lebih dekat dengan suasana kegiatan karena tampilan visual menyerupai sudut pandang mata manusia secara langsung.

Dokumentasi briefing digunakan untuk menunjukkan bahwa kegiatan dipersiapkan secara terorganisir dan profesional. Visual yang memperlihatkan proses koordinasi panitia membantu membangun citra positif terhadap pelaksanaan kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop*. Selain itu, footage briefing juga berfungsi sebagai bagian pembuka dalam *Video after event* agar alur cerita video terlihat lebih runtut, dimulai dari tahap persiapan hingga pelaksanaan kegiatan berlangsung.



Gambar 4. 8 Teknik Pengambilan *Straight-On Angle (Eye Level)*

2. Teknik *High Angle*

Pada dokumentasi kegiatan ice breaking, teknik pengambilan yang digunakan adalah *High Angle*, yaitu posisi kamera berada lebih tinggi dari objek dan diarahkan ke bawah. Teknik ini digunakan untuk memperlihatkan keseluruhan aktivitas peserta secara lebih luas sehingga suasana kegiatan dapat terlihat dengan jelas dalam satu frame.

Penggunaan *High Angle* bertujuan untuk menangkap suasana interaktif dan antusiasme peserta selama mengikuti permainan atau aktivitas kelompok. Dengan sudut pengambilan gambar dari atas, kamera mampu memperlihatkan posisi peserta, pola aktivitas kelompok, serta interaksi antar peserta dan panitia secara menyeluruh.

Teknik ini membantu menciptakan visual yang lebih dinamis karena memperlihatkan pergerakan peserta secara lebih jelas dibandingkan pengambilan gambar biasa.

Selain itu, penggunaan *High Angle* membuat suasana kegiatan terlihat lebih hidup dan ramai sehingga mampu membangun kesan bahwa workshop berlangsung aktif dan menyenangkan. Dokumentasi ini juga membantu menunjukkan keterlibatan peserta dalam kegiatan sehingga audiens dapat

melihat bahwa peserta tidak hanya mendengarkan materi, tetapi juga ikut berpartisipasi secara langsung dalam aktivitas workshop.

Dalam *Video after event* , footage ice breaking digunakan untuk menciptakan ritme visual yang lebih menarik dan tidak monoton. Visual yang memperlihatkan peserta bergerak, tertawa, dan berinteraksi membantu membangun suasana positif sehingga video terasa lebih komunikatif dan menarik ketika dipublikasikan melalui media sosial Instagram



Gambar 4. 9 Teknik Pengambilan *High Angle*

3. Teknik *Overhead Shot*

Pada dokumentasi praktik pembuatan aksesoris, teknik pengambilan gambar yang digunakan adalah *Overhead Shot*, yaitu posisi kamera berada tepat di atas objek dan diarahkan secara vertikal ke bawah. Teknik ini digunakan untuk memperlihatkan keseluruhan proses pembuatan aksesoris secara lebih detail dan menyeluruh.

Dalam proses pengambilan gambar, kamera difokuskan pada area meja kerja peserta sehingga alat, bahan, dan proses penyusunan aksesoris dapat terlihat dengan jelas. Penggunaan *Overhead Shot* membantu audiens melihat detail aktivitas tangan peserta saat membuat karya serta memperlihatkan tahapan proses pembuatan aksesoris secara lebih terstruktur.

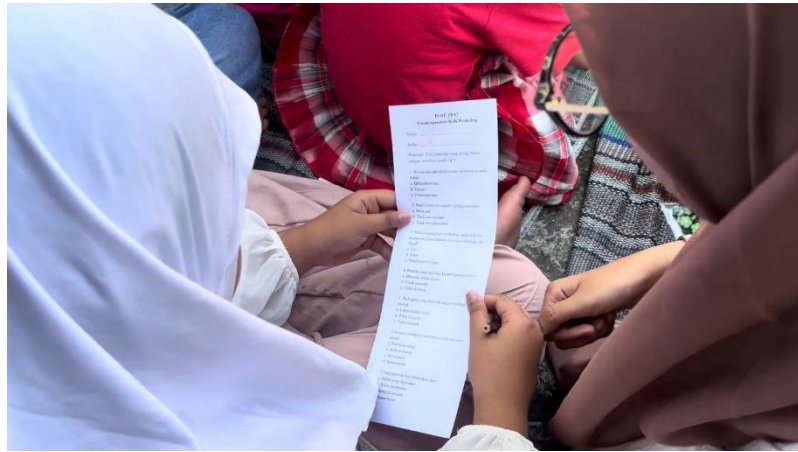
Teknik ini dipilih karena sangat sesuai digunakan pada dokumentasi kegiatan praktik atau kerajinan tangan. Sudut pengambilan gambar dari atas membantu menciptakan fokus visual pada aktivitas utama yang sedang dilakukan sehingga detail proses kreativitas peserta dapat terlihat lebih menarik. Selain itu, penggunaan *Overhead Shot* juga membuat hasil visual terlihat lebih estetik dan variatif dalam *Video after event* .

Dokumentasi praktik pembuatan aksesoris bertujuan untuk menunjukkan proses kreativitas peserta selama workshop berlangsung. Visual yang memperlihatkan aktivitas peserta secara detail membantu membangun kesan bahwa kegiatan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga memberikan pengalaman praktik secara langsung kepada peserta. Selain itu, footage ini juga membantu meningkatkan daya tarik visual *Video after event* karena menampilkan detail aktivitas yang unik dan tidak monoton saat dipublikasikan melalui media sosial Instagram.



Gambar 4. 10 Teknik Pengambilan *Overhead Shot*

4. Over the Shoulder Shot



Gambar 4.11 Teknik Pengambilan Over the Shoulder

Gambar tersebut menunjukkan penerapan teknik *Over-the-Shoulder* dalam proses dokumentasi kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop*. Teknik ini dilakukan dengan menempatkan kamera di belakang atau di atas bahu subjek sehingga sebagian tubuh subjek terlihat pada bingkai gambar, sementara objek utama yang menjadi fokus tetap dapat terlihat dengan jelas.

Pada gambar tersebut, kamera diarahkan dari belakang peserta yang sedang memperhatikan dan mengisi lembar kuis kegiatan. Penggunaan teknik *Over-the-Shoulder Shot* bertujuan untuk menampilkan sudut pandang yang lebih dekat dengan aktivitas peserta sehingga audiens dapat melihat secara langsung proses keterlibatan peserta dalam kegiatan. Selain itu, teknik ini juga membantu menciptakan kesan interaktif dan memberikan gambaran yang lebih nyata mengenai suasana pembelajaran yang berlangsung.

Penerapan teknik *Over-the-Shoulder Shot* pada dokumentasi ini digunakan untuk memperlihatkan aktivitas peserta saat mengerjakan lembar evaluasi setelah mengikuti materi edukasi kewirausahaan. Melalui sudut pengambilan gambar tersebut, informasi mengenai partisipasi peserta dapat tersampaikan dengan lebih jelas sekaligus memperkuat unsur dokumentasi dalam publikasi kegiatan

4.3.3 Tahap Pasca Produksi Media Public Relation Pada *Creativepreneur Kids Workshop*

4.3.3.1 Editing *Video after event*

Pada tahap pasca produksi, penulis telah melakukan proses editing *Video after event* kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop* menggunakan aplikasi CapCut. Pemilihan aplikasi tersebut dilakukan karena CapCut memiliki fitur editing yang cukup lengkap dan mudah digunakan untuk proses penyusunan video publikasi media sosial, seperti pemotongan video, pengaturan transisi, penambahan teks, musik, color grading, serta sinkronisasi audio dan visual. Melalui proses editing ini, seluruh footage hasil dokumentasi kegiatan disusun menjadi *Video after event* yang lebih terstruktur, menarik, dan informatif.

Dalam proses penyusunan video after event, salah satu aspek teknis yang digunakan adalah penentuan format video. Format yang digunakan dalam Video After Event ini adalah format landscape. Format video landscape merupakan format video dengan orientasi horizontal yang memiliki rasio aspek 16:9. Format ini secara umum digunakan dalam produksi video digital karena mampu menampilkan bidang pandang yang lebih luas dibandingkan format vertikal. Penggunaan format landscape memungkinkan objek dan aktivitas dalam satu frame terekam secara lebih menyeluruh, sehingga sangat sesuai untuk dokumentasi kegiatan yang melibatkan banyak peserta serta interaksi dalam satu ruang.

Selain itu, format landscape juga banyak digunakan pada berbagai platform media digital seperti YouTube dan publikasi video formal karena memberikan kesan visual yang lebih stabil, profesional, dan sinematik. Dengan karakteristik tersebut, format landscape dinilai efektif dalam mendukung penyampaian informasi visual secara lengkap dan mudah dipahami oleh audiens.

Video after event yang dihasilkan memiliki durasi 1 menit 54 detik dengan format landscape. Pada proses editing, penulis juga menerapkan shot scene grouping

(SSG) yang sebelumnya telah dirancang pada tahap pra produksi agar susunan visual video lebih terarah dan memiliki alur cerita yang jelas. Penerapan SSG dilakukan dengan mengelompokkan beberapa adegan berdasarkan rangkaian kegiatan, mulai dari suasana pembukaan kegiatan, penyampaian materi workshop, proses praktik pembuatan aksesoris, interaksi peserta, hingga penutup kegiatan. Penyusunan adegan secara berurutan tersebut dilakukan agar informasi kegiatan dapat tersampaikan dengan lebih sistematis dan mudah dipahami oleh audiens.

Pemilihan format landscape dilakukan agar tampilan visual video terlihat lebih luas dan optimal dalam menampilkan keseluruhan aktivitas kegiatan, terutama pada saat pengambilan gambar yang melibatkan banyak peserta dan interaksi di dalam ruangan. Selain itu, format landscape juga memberikan kesan lebih sinematik sehingga video terlihat lebih profesional sebagai media publikasi kegiatan komunitas. Menurut Pratista (2017), komposisi visual dalam video memiliki peran penting dalam membangun kenyamanan audiens ketika melihat alur gambar dan informasi yang ditampilkan. Oleh karena itu, penggunaan format landscape dipilih untuk membantu menampilkan suasana kegiatan secara lebih menyeluruh dan visual yang lebih nyaman dilihat audiens.

Durasi video yang tidak terlalu panjang dipilih agar informasi yang disampaikan tetap padat, jelas, dan tidak membosankan bagi audiens media sosial. Dalam durasi 1 menit 54 detik tersebut, video dirancang untuk menampilkan rangkaian kegiatan secara singkat namun tetap representatif. Hal tersebut disesuaikan dengan karakteristik media sosial Instagram yang cenderung mengutamakan konten visual singkat, menarik, dan mudah dikonsumsi audiens. Menurut Tuten dan Solomon (2018), konten visual media sosial yang singkat dan informatif memiliki peluang lebih besar dalam mempertahankan perhatian audiens. Pendapat tersebut juga diperkuat oleh Miles (2019) yang menjelaskan bahwa video dengan penyampaian visual yang ringkas lebih efektif dalam menarik perhatian pengguna Instagram.

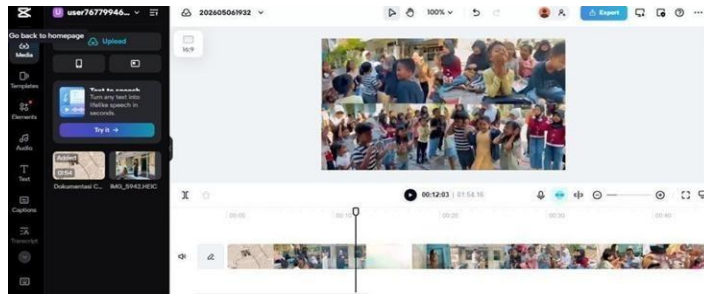
Selain itu, pada proses editing penulis juga menambahkan background, transisi, teks informasi kegiatan, serta color adjustment. Background yang digunakan adalah

“*Strong One*”, yang dipilih karena memiliki karakter musik instrumental dengan tempo upbeat dan energik. Penggunaan backsound ini bertujuan untuk membangun suasana yang lebih dinamis, ceria, serta sesuai dengan karakter kegiatan Creativepreneur Kids Workshop, sehingga mampu memperkuat emosi visual dalam video.

Transisi yang digunakan adalah jenis fade in–fade out serta cut to cut. Transisi fade digunakan pada perpindahan antar bagian kegiatan untuk memberikan kesan halus dan tidak abrupt, sedangkan cut to cut digunakan pada adegan dengan ritme cepat agar alur video tetap dinamis dan sesuai dengan dokumentasi kegiatan yang bersifat langsung. Selanjutnya, color adjustment dilakukan melalui peningkatan brightness, contrast, dan saturation (color grading sederhana) untuk menghasilkan tampilan visual yang lebih cerah, tajam, dan konsisten antar footage. Penyesuaian ini bertujuan untuk menyamakan kualitas pencahayaan dari setiap adegan sehingga hasil akhir video terlihat lebih estetik, profesional, dan nyaman dilihat oleh audiens.

Teks informasi kegiatan juga ditambahkan sebagai penegasan informasi agar audiens dapat memahami konteks setiap adegan yang ditampilkan, seperti nama kegiatan, aktivitas yang sedang berlangsung, serta pesan utama dari dokumentasi video.

Melalui proses editing tersebut, *Video after event* tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi kegiatan, tetapi juga menjadi media publikasi yang mampu menampilkan keseluruhan kegiatan secara menarik, informatif, dan terstruktur. Dengan penerapan konsep visual yang sesuai serta penyusunan alur video yang sistematis, *Video After Event* diharapkan mampu membantu meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop* dan Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan melalui media sosial Instagram.



Gambar 4.12 Proses Editing *video after event*

4.3.3.2 Distribusi Pengunggahan *Video after event*

Setelah proses editing selesai dan video telah sesuai dengan konsep yang direncanakan, tahap selanjutnya adalah distribusi dan pengunggahan *Video after event* melalui media sosial Instagram Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan. Proses ini menjadi langkah penting dalam menyebarkan hasil kegiatan kepada audiens yang lebih luas. Pengunggahan video dilakukan dengan memperhatikan beberapa aspek pendukung, seperti penentuan waktu publikasi agar konten dapat menjangkau lebih banyak audiens, serta penyusunan caption yang informatif dan menarik. Caption yang digunakan berisi penjelasan singkat mengenai kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop*, serta menggambarkan suasana dan tujuan dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Selain itu, penggunaan hashtag juga dimanfaatkan untuk membantu memperluas konten agar dapat ditemukan oleh pengguna Instagram lainnya.

Melalui proses distribusi ini, *Video after event* tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi kegiatan, tetapi juga sebagai media publikasi yang mampu menampilkan keseruan dan nilai positif dari workshop kepada masyarakat. Konten yang diunggah diharapkan dapat menarik perhatian audiens, sehingga informasi mengenai kegiatan dapat tersebar lebih luas dan meningkatkan *Awareness* tentang *Creativepreneur Kids Workshop* serta Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan.



Gambar 4.13 Publikasi *video after event*

Sumber : https://www.instagram.com/reel/DX3YtyLRymu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=NTc4MTIwNjQ2YQ==

4.3.3.2 Pembuatan Modul

Sebagai salah satu luaran yang dihasilkan dalam pelaksanaan Tugas Akhir ini, penulis menyusun sebuah e-modul berjudul *Strategi Creative Content dalam Meningkatkan Awareness Kegiatan Edukasi Kewirausahaan melalui Instagram Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan*. Penyusunan e-modul dilakukan pada tahap pasca produksi sebagai tindak lanjut dari proses produksi dan publikasi media yang telah dilaksanakan selama program *Creativepreneur Kids Workshop*.

Proses penyusunan e-modul diawali dengan melakukan evaluasi terhadap media publikasi yang telah diproduksi, meliputi poster digital, konten Reels Instagram, video after event, serta dokumentasi kegiatan. Evaluasi tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk konten, strategi penyampaian pesan, serta elemen visual yang efektif dalam mendukung publikasi kegiatan melalui media sosial Instagram. Tahap berikutnya adalah penyusunan materi e-modul yang disesuaikan dengan kebutuhan Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan dalam mengelola media sosial sebagai sarana publikasi dan komunikasi. Materi yang disusun mencakup konsep awareness, pemanfaatan Instagram sebagai media publikasi, strategi *creative content*, jenis-jenis konten Instagram, penyusunan caption, serta rekomendasi perencanaan

konten yang dapat diterapkan secara berkelanjutan.

Setelah seluruh materi terkumpul, penulis melakukan proses perancangan visual e-modul menggunakan aplikasi Canva. Pada tahap ini dilakukan penyusunan tata letak (*layout*), pemilihan tipografi, penggunaan elemen visual, serta penyesuaian warna yang selaras dengan karakter kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop*. Perancangan visual dilakukan dengan mempertimbangkan aspek keterbacaan, konsistensi desain, dan kemudahan pemahaman materi oleh pengguna. Tahap akhir dalam penyusunan e-modul adalah proses penyuntingan dan finalisasi. Pada tahap ini dilakukan pemeriksaan kembali terhadap isi materi, kesesuaian desain, serta konsistensi penyajian informasi. Setelah seluruh proses selesai, e-modul disimpan dalam format digital (PDF) dan diserahkan kepada Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan sebagai panduan dalam mengelola konten Instagram untuk mendukung publikasi kegiatan komunitas secara lebih terstruktur dan berkelanjutan.

4.4 Evaluasi Key Performance Indicator

Tabel 4. 2 Evaluasi *Key Performance Indicator*

Poster Creativerpreneur Kids Workshop					
<i>Likes</i>		<i>Comments</i>	<i>Share</i>	<i>Reached</i>	Keterangan
Target	≥12	≥5	≥5	-	-
Capaian	115	13	66	656	Tercapai

https://www.instagram.com/p/DXp_NLuGZBY/?igsh=MXF6aGp1cnR2Y3NxNw==

← Insight postingan ↗



28 April pada 07:57

115 13 66 8 0


Berdasarkan hasil Instagram Insight, konten poster berhasil menjangkau 656 akun serta memperoleh 115 likes, 13 comments, dan 66 shares. Hasil tersebut menunjukkan bahwa media publikasi mampu menjangkau audiens yang cukup luas sekaligus memperoleh respons positif dari pengguna Instagram. Dibandingkan dengan rata-rata performa konten sebelumnya yang hanya memperoleh 8 likes, 0 komentar, dan 1 share, konten poster menunjukkan peningkatan interaksi audiens yang signifikan.

Data reach menunjukkan bahwa informasi mengenai *Creativepreneur Kids Workshop* berhasil disampaikan kepada 656 akun, sedangkan tingginya jumlah likes, comments, dan shares menunjukkan bahwa sebagian audiens tidak hanya melihat konten, tetapi juga memberikan respons terhadap informasi yang dipublikasikan. Hal ini mengindikasikan bahwa desain visual yang lebih konsisten, pemilihan warna yang menarik, serta penyajian informasi yang lebih jelas mampu meningkatkan efektivitas media publikasi dalam menjangkau audiens dan mendukung awareness masyarakat


<i>Video after event</i>						
<i>Likes</i>		<i>Comments</i>	<i>Share</i>	<i>Tayangan</i>	<i>Reached</i>	<i>Keterangan</i>
Target	≥12	≥5	≥5	≥400	-	-
Capaian	77	18	11	985	714	Tercapai


<https://www.instagram.com/reel/DX3YtyLRymu/?igsh=MWMwZDcyODI5ejRmZQ==>


← Insight reel ⋮





After Event – Creativepreneur Kids Workshop ✨...
3 Mei · Durasi 1:55


77


18


11


5


0

Ringkasan ⓘ

Tayangan 985

Waktu nonton 1 jam 54 menit 27 detik

Berdasarkan hasil Instagram Insight, Video after event berhasil menjangkau 714 akun dan memperoleh 985 tayangan, 77 likes, 18 comments, serta 11 shares. Hasil tersebut menunjukkan bahwa video mampu menjangkau audiens secara luas sekaligus memperoleh interaksi yang positif.

Dibandingkan dengan rata-rata tayangan Reels sebelumnya yang hanya 327 tayangan, Video after event mengalami peningkatan menjadi 985 tayangan, sehingga terjadi peningkatan sebesar 658 tayangan. Selain itu, video juga berhasil menjangkau 854 akun, yang menunjukkan bahwa informasi mengenai *Creativepreneur Kids Workshop* diterima oleh banyak pengguna Instagram.

Peningkatan performa tersebut didukung oleh penyajian visual dokumentasi kegiatan, penggunaan SSG, backsound, serta alur cerita yang tersusun secara sistematis sehingga mampu menarik perhatian audiens. Tingginya jumlah tayangan, jangkauan, serta interaksi menunjukkan bahwa Video after event efektif sebagai media publikasi dalam mendukung penyebaran informasi dan awareness masyarakat terhadap kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop*.

Berdasarkan hasil KPI tersebut, dapat diketahui bahwa produksi media *public relations* melalui Instagram pada kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop* telah mampu meningkatkan performa konten dibandingkan beberapa konten sebelumnya pada akun Instagram Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan konsep visual yang lebih menarik, penyajian informasi yang lebih terstruktur, serta dokumentasi kegiatan yang interaktif dapat membantu meningkatkan perhatian audiens terhadap informasi kegiatan komunitas. Dengan demikian, publikasi

media melalui Instagram dinilai mampu meningkatkan penyebaran informasi sekaligus *Awareness* masyarakat tentang kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop*.

4.5 Evaluasi Mitra

Berdasarkan hasil pelaksanaan Tugas Akhir, kerja sama dengan Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan sebagai mitra berjalan dengan baik dan mendukung proses produksi media *public relations* yang dilakukan. Mitra berperan aktif dalam penyediaan informasi kegiatan, dokumentasi, serta koordinasi selama proses perencanaan hingga publikasi media. Dukungan tersebut berkontribusi terhadap keberhasilan produksi media yang ditunjukkan melalui peningkatan *insight* akun Instagram dan tercapainya target KPI pada konten yang dipublikasikan. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang dapat ditingkatkan, seperti konsistensi pengelolaan konten Instagram, ketepatan waktu dalam penyediaan materi publikasi, serta keterlibatan dalam proses evaluasi konten. Dengan adanya peningkatan pada aspek tersebut, pengelolaan media publikasi diharapkan dapat berjalan lebih optimal dan mendukung peningkatan *awareness* masyarakat terhadap program dan kegiatan yang diselenggarakan oleh Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan.

4.6 Hambatan dan Solusi

Tabel 4.3 Hambatan dan Solusi

No	Hambatan	Solusi
1	Proses revisi desain poster dilakukan beberapa kali karena adanya penyesuaian informasi kegiatan serta kebutuhan visual yang sesuai dengan format Instagram.	Meningkatkan koordinasi dengan pihak komunitas agar proses persetujuan konten lebih cepat.
2	Penentuan konsep visual memerlukan beberapa penyesuaian agar sesuai dengan karakter kegiatan.	Menggunakan referensi desain yang relevan dan melakukan evaluasi konsep visual.
3	Dokumentasi foto dan video kegiatan masih	Melakukan briefing dan

	terbatas sehingga tidak semua momen terekam.	memprioritaskan pengambilan momen penting kegiatan.
4	Kondisi lapangan yang dinamis memengaruhi proses pengambilan konten.	Menyesuaikan teknik pengambilan gambar dengan kondisi di lapangan.
5	Proses editing <i>Video After Event</i> membutuhkan waktu yang cukup lama.	Menggunakan referensi editing dan menyusun alur video secara terstruktur

4.7 Keberlanjutan

Keberlanjutan dalam Tugas Akhir ini diwujudkan tidak hanya melalui publikasi media digital, tetapi juga melalui penyusunan e-modul berjudul *Strategi Creative Content dalam Meningkatkan Awareness Kegiatan Edukasi Kewirausahaan melalui Instagram Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan*. E-modul tersebut disusun sebagai luaran keberlanjutan program yang dapat digunakan oleh Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan sebagai panduan dalam mengelola dan mengembangkan konten media sosial secara mandiri setelah kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop* selesai dilaksanakan.

Penyusunan e-modul dilakukan pada tahap pasca produksi berdasarkan hasil evaluasi terhadap media publikasi yang telah diproduksi dan dipublikasikan selama pelaksanaan program, yaitu poster digital, konten Reels Instagram, video after event, serta dokumentasi kegiatan. Hasil evaluasi tersebut kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi jenis konten, strategi penyampaian pesan, serta bentuk visual yang efektif dalam mendukung penyebaran informasi dan meningkatkan awareness audiens terhadap kegiatan komunitas.

E-modul memuat materi mengenai konsep awareness di media sosial, pemanfaatan Instagram sebagai media publikasi komunitas, strategi *creative content*, jenis-jenis konten yang dapat digunakan, panduan visual konten, penyusunan caption, serta

rekomendasi kalender konten yang dapat diterapkan secara berkelanjutan. Materi tersebut disusun berdasarkan kebutuhan Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan dalam mengelola media sosial sebagai sarana komunikasi, edukasi, dan publikasi kegiatan.

Selain melalui e-modul, keberlanjutan program juga didukung oleh media publikasi yang telah diproduksi selama pelaksanaan kegiatan, seperti poster digital, konten Reels Instagram, video after event, dan dokumentasi kegiatan. Media tersebut tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi program, tetapi juga dapat dimanfaatkan kembali sebagai arsip digital dan bahan publikasi untuk mendukung aktivitas komunikasi komunitas di masa mendatang.

Dengan adanya e-modul dan media publikasi tersebut, diharapkan hasil dari kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop* tidak hanya berhenti pada pelaksanaan program, tetapi dapat terus memberikan manfaat bagi Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan dalam mengelola media sosial secara berkelanjutan. Selain itu, keberadaan luaran tersebut diharapkan dapat membantu meningkatkan awareness masyarakat terhadap berbagai kegiatan edukatif yang diselenggarakan oleh komunitas serta memperluas jangkauan informasi kepada audiens yang lebih luas.