

BAB 5

PENUTUP

Pandemi Covid-19 menjadi permasalahan utama yang dialami bagi masyarakat Indonesia. Selama masa pandemic terus berlangsung, pemerintah menjadi garda terdepan dalam memberikan informasi serta edukasi terkait Covid-19 dan penerapannya di era *new normal*. Pemerintah pun menggunakan berbagai jenis media dalam upaya menyebarkan informasi kepada masyarakat. Salah satunya adalah media sosial. Pemerintah Kota Semarang pun menggunakan platform media social Youtube sebagai media komunikasi kepada masyarakat Kota Semarang. Penggunaan media Youtube ini dibuat dengan pendekatan yang lebih kreatif dengan konten berbentuk audio visual.

Program acara Webseries From Home hadir untuk mengisi konten di channel Youtube Semarang Pemkot. Program acara ini ditujukan sebagai konten informasi serta edukasi kepada penonton mengenai bagaimana menghadapi era *new normal* dpada saat pandemic Covid-19 sedang berlansung. Konten ini memberikan gambaran keresahan serta lika-liku yang dialami selama pandemic berlangsung. Disajikan berbentuk konten komedi dan lelucon yang memberikan hiburan kepada masyarakat agar dapat berdamai dengan keadaan. Karena sejatinya, pandemic Covid-19 ini harus dilewati dengan semangat untuk bangkit yang tinggi serta rasa percaya diri.

Dalam pelaksanaannya dimulai dari perencanaan, produksi, hingga pelaksanaan berjalan secara lancar dan program acara dapat ditayangkan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Yaitu mempublikasi program acara Webseries From Home sebanyak 20 episode serta konten pemasaran lainnya. Walaupun dalam pelaksanaannya, ada beberapa kendala yang dialami. Akan tetapi, semuanya telah ditangani secara maksimal oleh Tim Webseries From Home.

Berikut ini adalah kesimpulan dan saran dari program acara serta konten promosi Webseries From Home selama 20 episode.

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dalam karya bidang pembuatan program acara Webseries From Home antara lain:

- Tim Karya Bidang telah berhasil membuat program acara Webseries From Home yang merupakan program acara hiburan yang ditayangkan di Youtube Semarang Pemkot sebanyak 20 episode. Penayangan program acara ini ditayangkan selama 2 musim. Musim pertama 5 minggu yaitu pada tanggal 16 Juni - 16 Juli 2021 dengan penayangan 2x seminggu pada jam 19.00 dan musim kedua 4 minggu yaitu pada tanggal 16 November - 7 Desember 2021 dengan penayangan 3x seminggu pada jam 19.00 untuk. Program acara ini mengangkat topic kehidupan ditengah pandemic Covid-19 terkait keresahan, lika-liku yang dibungkus dengan genre komedi. Durasi dari program acara ini berkisar di 12-20 menit.
- Tim Karya Bidang telah berhasil memproduksi program acara Webseries From Home yang ditayangkan di Youtube Semarang Pemkot dan diketahui oleh khalayak masyarakat kota Semarang serta mendapatkan penilaian yang sangat baik melalui survey evaluasi penonton. Serta, konten webseries ini merupakan salah satu alternatif dalam penyampaian informasi pemerintah/instansi yang memiliki daya tarik serta memiliki unsur dinamis dan kreativitas yang tinggi bagi khalayak penonton.
- Pada karya bidang ini, pembagian tugas dibagi menjadi 2 yaitu tim produksi film dengan *jobdesk* antarlain; sutradara,

penulis naskah, DoP, dan editor video dan tim strategis dengan *jobdesk* antaralain; kemitraan eksternal, perencana media, dan kreator konten.

- Tim kemitraan eksternal telah berhasil menjalin hubungan kerjasama sponsor maupun media yaitu; kerjasama kemitraan yaitu Dinas Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Semarang. Lalu sponsor antaralain; LJS, Terus Terang, Waroeng Overthinking, Lepas bakmi dan kopi, Pelangi, Pragola, Work Food Happy (wfh), dan Kedai Kopi Linting. Dan Media Partner antaralain; Event Detect, BEM Fisip Undip, Eventcampus.co, Event Semarang, Fest, Prambors FM, Delta FM, HMD Ilmu Komunikasi, Pemkot Semarang, dan Info Event.
- Saya sebagai tim kemitraan eksternal berhasil mendapatkan kerjasama sponsor dan media. Untuk kerjasama sponsor antara lain; LJS, Terus Terang, Waroeng Overthinking, dan Lepas Bakmi & Kopi. Lalu untuk kerjasama media yang di capai antaralain; Event Detect, BEM Fisip Undip, Eventcampus.co, Event Semarang, dan Fest.
- Tim media planner telah berhasil melaksanakan tugas dan tanggungjawabnya yaitu sebagai media penyampaian program webseries ini kepada khalayak dengan tercapainya target jumlah penonton dari setiap episodnya sebanyak lebih dari 500 penonton.
- Saya sebagai tim media planner telah berhasil melaksanakan *jobdesknya* dengan melakukan promosi konten Webseries From Home dengan berbagai taktik antara lain manajemen media, aktivasi iklan, media partner, dan *share* dan *persuade* dengan hasil 99 publikasi konten social media, tercapainya 200 *reach* akun disetiap publikasi konten, serta tercapainya target penonton yaitu 500 *viewers*.

- Tim kreator konten telah berhasil melaksanakan tugas dan tanggungjawabnya atas pembuatan/produksi dan mengatur *engagement rate* dari setiap konten media sosial Webseries From Home dengan pencapaiannya yaitu memproduksi konten sebanyak 99 konten dan hasil *engagement rate* sebesar 10,09% dari setiap publikasinya.
- Saya sebagai tim kreator konten telah berhasil melaksanakan jobdesknya dengan membuat/memproduksi konten sebanyak 49 konten dengan perincian tugas sebagai penulis konten, desainer grafis, dan video editor.

5.2. Saran

Setelah melalui berbagai proses pengerjaan bersama Tim, Saya memiliki beberapa saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi sektor pemerintah

Berdasarkan hasil survey kepuasan diketahui bahwa penyampaian informasi melalui konten webseries ini memiliki daya tarik yang tinggi bagi khalayak, oleh karena itu, pemerintah ataupun instansi diharapkan dapat menggunakan konten webseries sebagai salah satu alternatif tayangan dalam memberikan informasi-informasi seputar kebijakan ataupun program pemerintah yang bersifat dinamis dan memiliki unsur kreativitas yang tinggi. Sehingga penonton ataupun khalayak dapat tertarik dan dengan mudah mengetahui informasi kebijakan ataupun program-program-Nya.

2. Bagi sektor niaga/swasta

Bagi sektor niaga/swasta yang akan membuat program acara serupa, diharapkan untuk menggunakan metode pemasaran yang lebih variatif dari segi pemilihan platform

media sosial ataupun konten promosi yang menyesuaikan dengan *trend* sosial. Misalnya; membuat *challenge*/tantangan dan *give away* yang memperebutkan hadiah, memaksimalkan fitur Google dan Instagram Ads. Sehingga program acara webseries perusahaan/brand tersebut berpotensi viral dari media internet ataupun media sosial dengan jumlah *reach* dan *engagement* yang tinggi.

3. Bagi akademis

Diharapkan dengan keberadaan karya bidang; pembuatan program acara Webseries From Home, mampu memberikan kontribusi secara akademis. Baik dari segi produksi film ataupun dari segi strategis. Sehingga dapat dijadikan landasan bagi mahasiswa atau pelajar dalam penulisan dan penyusunan pembuatan program acara webseries atau karya sejenis selanjutnya.