

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melalui proses perencanaan dan pelaksanaan produksi yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, pada bagian ini akan dipaparkan hasil yang diperoleh selama menjalankan proyek konten video *Reels*. Uraian ini mencakup berbagai tahap produksi yang dilalui, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi, sekaligus disertai dengan refleksi dan evaluasi atas proses yang telah dijalankan.

4.1 Gambaran Umum Hasil

Proyek tugas akhir ini menghasilkan lima konten video *Reels* yang diunggah melalui akun Instagram @diskominfoKotasemarang. Konten-konten tersebut dirancang untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap program Pantau Semar. Setiap video memiliki tema yang berbeda, disesuaikan dengan hasil survei dan observasi sebelumnya, agar materi yang disampaikan lebih relevan dengan kebutuhan dan kebiasaan target audiens. Video dikemas dalam durasi singkat dengan gaya visual yang dinamis, memanfaatkan narasi langsung, *motion*, dan *screencast* untuk menjelaskan informasi secara lebih praktis. Proses produksi dilakukan secara bertahap, meliputi pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, dengan mempertimbangkan standar komunikasi visual yang sesuai dengan karakter akun instansi pemerintah. Hasil dari keseluruhan produksi diharapkan tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mendorong partisipasi masyarakat untuk lebih aktif menggunakan fitur-fitur Pantau Semar.

4.2 Analisis Masalah

Permasalahan yang ditemukan berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Diskominfo Kota Semarang, diketahui bahwa masyarakat masih cenderung mengenal Pantau Semar hanya sebatas sebagai alat pemantau lalu lintas. Hal inilah yang menjadi dasar dari penyusunan upaya konten pada proyek tugas akhir ini.

Melalui hasil produksi lima video *Reels* Instagram yang telah dilaksanakan, dapat dikatakan bahwa seluruh konten telah dibuat berdasarkan *brief* yang disusun sebelumnya dan sesuai dengan tema pada masing-masing *Standard Sequence Guide* (SSG) yang telah dirancang. Setiap video dikembangkan dengan pendekatan visual yang disesuaikan dengan kebiasaan konsumsi konten digital oleh masyarakat saat ini, khususnya di platform Instagram. Tema dari kelima video ini dipilih untuk menjadi sarana penyampaian informasi yang lebih ringan dan relevan, agar fitur-fitur dalam program Pantau Semar bisa lebih mudah dikenali dan dipahami oleh masyarakat. Dengan cara ini, diharapkan dapat meningkatnya *awareness* masyarakat terhadap program pantau semar, serta tidak hanya terdengar namanya, tetapi juga benar-benar dimengerti fungsinya dalam kehidupan sehari-hari.



Gambar 4. 1 Diskusi & Wawancara Bersama Pihak Diskominfo Kota Semarang

4.3 Tahap Perancangan

Setelah memahami permasalahan yang ada dan menentukan pendekatan yang akan digunakan, tahap selanjutnya adalah merancang konsep karya yang akan diproduksi. Bagian ini menjelaskan proses perancangan mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi, yang semuanya dilakukan secara bertahap dan terstruktur sesuai tujuan komunikasi yang ingin dicapai.

4.3.1 Tahapan Pra-Produksi

Tahapan pra-produksi merupakan langkah awal dalam perencanaan konten yang meliputi diskusi konsep, penulisan skrip, pemilihan *talent*, dan penyusunan jadwal produksi. Dalam proses ini, penulis melakukan koordinasi langsung bersama tim publikasi dari Diskominfo Kota Semarang, khususnya dengan Alifia Rizkananda, untuk menyesuaikan alur kerja produksi konten dengan kebutuhan pihak klien dan kondisi distribusi media sosial.

Awalnya, proyek konten ini direncanakan untuk didistribusikan dalam waktu dua minggu. Namun atas pertimbangan antrean konten yang sudah terjadwal di akun @diskominfokotasemarang, pihak Diskominfo menyarankan agar waktu publikasi diperpanjang menjadi tiga minggu. Penyesuaian ini disepakati bersama sebagai bentuk adaptasi terhadap jadwal distribusi konten lain yang sudah ada, sekaligus memberi ruang yang lebih proporsional untuk tiap video *Reels* yang diproduksi. Selain penjadwalan, tahapan pra-produksi juga menjadi fase penting dalam menyempurnakan arah dan pendekatan kreatif dari masing-masing konten. Sejumlah perubahan konsep dilakukan berdasarkan hasil diskusi internal maupun penyesuaian dari ide awal. Perubahan tersebut meliputi:

Tabel 4. 1 Perubahan Konsep SSG

Konten	Perubahan	Rancangan Awal SSG	Hasil
Kenapa Harus Cek Dulu Sebelum Pulang?	Bahasa	Menggunakan narasi penuh dalam bahasa Indonesia	Menggunakan narasi campuran bahasa Jawa dan bahasa Indonesia, sesuai permintaan klien
Fitur Pantau Semar yang Jarang Diketahui	Konsep	Mengusung konsep POV dengan dua talent, mengikuti tren video "Gen Z di tahun 2030"	Menggunakan konsep visual pemaparan langsung oleh satu talent, diperkaya dengan gaya tipografi variatif, serta penggunaan variasi angle dan shot untuk memperkuat narasi

Seluruh penyesuaian ini disepakati dan di finalisasi sebelum proses produksi dimulai, sehingga seluruh proses pengambilan gambar mengacu pada konsep baru yang telah ditetapkan.

4.3.2 Tahapan Produksi Video

Setelah tahap pra-produksi disepakati bersama pihak klien, proses selanjutnya adalah produksi konten. Pada bagian ini, penulis mulai merealisasikan konsep yang telah disusun ke dalam bentuk visual, dengan tetap mengacu pada arahan dan hasil diskusi sebelumnya. Berikut adalah gambaran singkat dari proses produksi yang dilakukan.

Tabel 4. 2 Tanggal Pengambilan Gambar

No	Tanggal	Waktu	Lokasi
1.	6 Juni 2025	09.00-11.00	Kampus Sekolah Vokasi Tembalang
2.	10 Juni 2025	15.00-17.30	Taman Indonesia Kaya
3.	13 Juni 2025	10.00-14.00	Kota Lama Semarang
4.	20 Juni 2025	-	Seputar Kota Semarang
5.	14 Juni & 21 Juni 2025	15.00-16.00 & 16.00-17.00	Sekitar Tembalang & Pleburan

Sebelum hari pengambilan gambar, penulis bersama tim melakukan sejumlah persiapan, mulai dari *briefing talent*, pengecekan alat, hingga pembagian tugas teknis untuk memastikan proses produksi berjalan lancar dan sesuai dengan rencana. Selama proses pengambilan gambar, penulis berperan langsung sebagai *cameraman* sekaligus pengarah produksi. Dalam peran ini, penulis bertanggung jawab untuk mengoperasikan kamera, memastikan komposisi visual sesuai dengan naskah, serta mengarahkan *talent* agar setiap adegan berjalan sesuai rencana. Selain itu, penulis juga memastikan peralatan seperti tripod, mikrofon, dan kamera pada *device* Iphone 13 sebagai alat perekam serta dengan kualitas 4k, 30 FPS (*frames per second*), video tetap dalam kondisi optimal selama produksi berlangsung.



Gambar 4. 2 Briefing dengan Talent



Gambar 4. 3 Melakukan Pengambilan Video dengan talent

Pada saat proses pengambilan gambar, penulis menjalankan peran sebagai juru kamera sekaligus memberikan arahan dalam pembuatan video. Tugas sebagai juru kamera mencakup beberapa hal penting sebagai berikut:

- Pengoperasian Kamera
Tanggung jawab utama adalah menjalankan fungsi teknis kamera, termasuk pengaturan fokus, pencahayaan (*exposure*), perbesaran gambar (*zoom*), serta menjaga kestabilan dalam proses perekaman.
- Pemeliharaan Peralatan
Selain menggunakan kamera, penulis juga perlu memastikan seluruh peralatan pendukung seperti tripod, mikrofon, dan perlengkapan tambahan lainnya dalam kondisi layak dan siap digunakan selama produksi.
- Penentuan komposisi dan sudut pengambilan gambar
Pemilihan komposisi visual dan sudut pengambilan gambar dilakukan agar hasil gambar dapat mendukung penyampaian pesan dalam video. Hal ini memerlukan perhatian terhadap keseimbangan elemen visual dalam bingkai



Gambar 4. 4 Contoh Pengambilan Gambar “Eye Level, Medium Shot”

Pengambilan gambar dengan sudut *eye level* dan tipe *medium shot* dipilih agar visual terasa lebih dekat dan natural. Dengan sudut pandang sejajar mata, penonton bisa merasa lebih terhubung seolah sedang diajak berbicara langsung. Sedangkan *medium shot* digunakan supaya ekspresi wajah dan gerakan tubuh bagian atas talent tetap terlihat jelas, tanpa terlalu formal atau terlalu jauh.



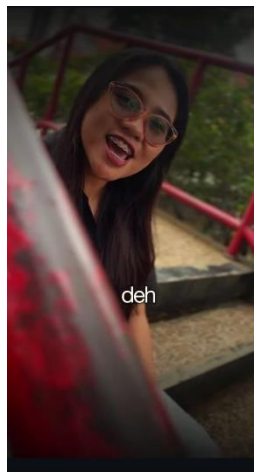
Gambar 4. 5 Contoh Pengambilan Gambar “Low Angle, Medium Close Up”

Pengambilan gambar dengan sudut *low angle* dan tipe *medium close up* digunakan untuk memberikan kesan kuat dan meyakinkan terhadap talent. Dengan posisi kamera yang sedikit lebih rendah, talent tampak lebih dominan atau berwibawa, sedangkan *medium close up* membantu menangkap ekspresi wajah secara detail tanpa kehilangan konteks tubuh bagian atas. Komposisi ini juga dimanfaatkan agar penyampaian pesan terlihat lebih tegas dan fokus.



Gambar 4. 6 Contoh Pengambilan Gambar “ High Angle, Medium Shot”

Pengambilan gambar dengan sudut *high angle* dan tipe *medium shot* digunakan untuk menciptakan kesan lebih ringan, santai, atau memperlihatkan posisi talent dalam ruang secara lebih utuh. Kamera yang diarahkan dari sudut lebih tinggi memberi perspektif seolah penonton mengamati dari atas, sementara *medium shot* tetap menjaga fokus pada interaksi tubuh bagian atas. Komposisi ini cocok digunakan untuk memperlihatkan suasana percakapan atau situasi yang lebih informatif.



Gambar 4. 7 Contoh Pengambilan Gambar “Dutch Angle/Tilted Angle”

Pengambilan gambar dengan teknik *Dutch angle* atau *tilted angle* digunakan untuk memberikan kesan visual yang tidak biasa, sedikit miring, sehingga mampu membangun nuansa dramatis atau menggambarkan situasi yang tidak stabil. Dalam konteks produksi ini, teknik ini dimanfaatkan agar tampilan visual terasa lebih dinamis dan menarik perhatian, terutama untuk memperkuat pesan tertentu dalam narasi.

4.3.2.1 Video 1

Pelaksanaan dari video *Reels* pertama yaitu “Kenapa Harus Cek Dulu Sebelum Pulang?”. Video ini menampilkan situasi sederhana yang menggambarkan pentingnya memeriksa kondisi jalan terlebih dahulu melalui fitur CCTV di aplikasi Pantau Semar sebelum berangkat pulang. Cerita dibawakan dengan alur keseharian yang relevan, tanpa banyak dialog, agar penonton bisa fokus pada pesan utama. Durasi video ini adalah 2 menit 3 detik, dengan latar musik “*Pretty Little Baby*” dari Connie Francis <https://youtu.be/A1MdThqGarI?si=8ItZDX4soBCCQcKr> yang dipilih untuk memberi nuansa hangat dan personal pada narasi visual. *Talent* yang digunakan dalam video ini adalah Alvian Degdya Wibowo, dan Edo Verdiansyah mahasiswa dari jurusan Informasi dan Humas. Adapun perubahan-perubahan pada pengambilan video dalam SSG yaitu :

Tabel 4. 3 Perubahan Pengambilan Video dari SSG 1

Perubahan	Rancangan Awal SSG	Hasil
Durasi	Ada penyesuaian durasi antara rencana awal di <i>Standard Sequence Guide</i> dengan durasi akhir video yang sudah diproduksi.	Durasi yang telah dituliskan oleh penulis dalam <i>Standart Sequence Guide</i> (SSG) yaitu berdurasi 1 menit 55 detik. Akan tetapi

		dalam implementasi video tersebut selama 2 menit 3 detik
--	--	--

4.3.2.2 Video 2

Implementasi dari video *Reels* kedua berjudul “Fitur Pantau Semar yang Jarang Diketahui”. Video ini membahas beberapa fitur dalam aplikasi Pantau Semar yang selama ini kurang mendapat perhatian dari masyarakat. Konten disajikan dalam format pemaparan visual yang lebih terarah, dengan gaya pengambilan gambar dan ukuran frame yang bervariasi di setiap bagian agar penyampaian terasa lebih dinamis dan tidak monoton. Dalam proses pengambilan gambar, digunakan beberapa teknik sudut kamera, yaitu *Eye Level (Normal Angle)* untuk menampilkan interaksi yang lebih natural, serta *High Angle* pada bagian tertentu untuk memberikan perspektif yang berbeda terhadap situasi yang dijelaskan. *Medium shot* dipilih sebagai komposisi utama untuk menjaga fokus pada ekspresi talent sekaligus tetap memperlihatkan konteks visual di sekitarnya.

Total durasi video ini adalah 1 menit 50 detik, dan menggunakan musik latar “*Somebody That I Used to Know*” dari Gotye <https://youtu.be/8UVNT4wvIGY?si=1D3uudEMABr14qE1>. Talent yang digunakan dalam video ini adalah Aldilla Aurorara Rahma, mahasiswa dari jurusan Informasi dan Humas.

Tabel 4. 4 Perubahan Pengambilan Video dari SSG 2

Perubahan	Rancangan Awal SSG	Hasil
Durasi	Ada penyesuaian durasi antara rencana awal di <i>Standard Sequence Guide</i> dengan durasi akhir video yang sudah diproduksi.	Durasi yang telah dituliskan oleh penulis dalam <i>Standart Sequence Guide (SSG)</i> yaitu berdurasi 2 menit 20 detik. Akan tetapi dalam implementasi video tersebut selama 1 menit 50 detik

4.3.2.3 Video 3

Video ketiga berjudul SSG “Tips Praktis Pantau Semar” berisi pemaparan mengenai cara-cara sederhana dalam memanfaatkan fitur-fitur di aplikasi Pantau Semar secara lebih efektif. Konsep penyampaiannya masih menggunakan pendekatan pemaparan visual, dengan gaya pengambilan gambar dan ukuran *frame* yang bervariasi di setiap segmen agar isi konten tetap menarik dan tidak membosankan. Dalam pengambilan gambar, digunakan kombinasi beberapa sudut kamera seperti *Eye Level (Normal Angle)* untuk kesan netral, *High Angle* untuk menunjukkan sudut pandang lebih luas, *Low Angle* untuk memberikan kesan kuat atau fokus pada objek tertentu, serta *Dutch Angle (Tilted Angle)* untuk menambahkan kesan dinamis pada beberapa bagian visual. Dari segi komposisi, digunakan beberapa variasi *shot* seperti *Medium Close Up (MCU)* untuk menangkap ekspresi wajah talent, *Medium Shot (MS)* untuk menampilkan interaksi, *Full Shot* agar seluruh tubuh talent dan latar dapat terlihat utuh, dan *Long Shot (LS)* untuk memperlihatkan konteks ruang dalam adegan tertentu.

Total durasi video ini adalah 2 menit 2 detik, dengan latar musik “*Bang Bang*” oleh K’NAAN ft. Adam Levine https://youtu.be/bFoFN9Sbk2w?si=2Qciy_ws81MePjPB. *Talent* dalam video ini masih diperankan oleh Aldilla Aurorara Rahma, mahasiswa dari jurusan Informasi dan Humas.

Tabel 4. 5 Perubahan Pengambilan Video dari SSG 3

Perubahan	Rancangan Awal SSG	Hasil
Durasi	Ada penyesuaian durasi antara rencana awal di <i>Standard Sequence Guide</i> dengan durasi akhir video yang sudah diproduksi.	Durasi yang telah dituliskan oleh penulis dalam <i>Standart Sequence Guide</i> (SSG) yaitu berdurasi 2 menit 0 detik. Akan tetapi dalam implementasi video tersebut selama 2 menit 3 detik

4.3.2.4 Video 4

Video keempat ini mengangkat tema perbandingan antara dua platform utama program Pantau Semar, yaitu versi aplikasi dan versi website. Konten disajikan dalam bentuk pemaparan visual yang menjelaskan kelebihan masing-masing platform, agar masyarakat bisa menentukan mana yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Konsep penyampaian informasi masih menggunakan pendekatan visual dinamis, dengan pengambilan gambar dan ukuran *frame* yang berbeda-beda di setiap segmen. Dalam proses shooting, digunakan *Eye Level* (*Normal Angle*) untuk situasi percakapan yang netral, serta *Low Angle* untuk menampilkan kesan dominan pada bagian penekanan informasi.

Variasi *shot* yang digunakan meliputi *Medium Close Up* (MCU) untuk menangkap ekspresi dan detail penjelasan, *Medium Shot* (MS) untuk interaksi antartalent, serta *Long Shot* (LS) untuk memperlihatkan keseluruhan adegan secara lebih luas. Video ini berdurasi 2 menit 6 detik dan menggunakan musik latar “*People Get Up And Drive Your Funky Soul*” oleh James Brown <https://youtu.be/Nl-RVIdTUVI?si=sZ4yQQzmqCUn30zd>. Adapun *talent* yang berperan dalam video ini adalah Zabania Adelia dan Zahra Adzubillaan.

Tabel 4. 6 Perubahan Pengambilan Video dari SSG 4

Perubahan	Rancangan Awal SSG	Hasil
Durasi	Ada penyesuaian durasi antara rencana awal di <i>Standard Sequence Guide</i> dengan durasi akhir video yang sudah diproduksi.	Durasi yang telah dituliskan oleh penulis dalam <i>Standart Sequence Guide</i> (SSG) yaitu berdurasi 2 menit 20 detik. Akan tetapi dalam implementasi video tersebut selama 2 menit 6 detik
Talent	Pada perencanaan awal, pengambilan video untuk konten SSG 4 dirancang hanya menggunakan satu talent.	Dalam pelaksanaannya, dilakukan perubahan menjadi dua talent.

4.3.2.5 Video 5

Video kelima berjudul “Seberapa Kenal Warga dengan Pantau Semar” mengambil pendekatan yang lebih observatif dengan menyajikan wawancara langsung kepada warga Kota Semarang. Dalam

video ini, warga ditanya secara spontan mengenai apakah mereka mengetahui program Pantau Semar atau belum. Tujuan dari konten ini adalah untuk menangkap respon jujur sekaligus melihat sejauh mana tingkat kesadaran publik terhadap keberadaan dan manfaat program tersebut. Video ini berdurasi 2 menit 6 detik dan diiringi dengan musik latar “*Good Lord*” dari Lecrae <https://youtu.be/Bbiimg8Q9is?si=6zyJt3UGzxPy6pdq>.

Proses wawancara dipandu oleh Aldilla Aurora Rahma, yang juga menjadi talent dalam beberapa video sebelumnya. Pengambilan gambar dilakukan menggunakan sudut *Eye Level* (Normal Angle) untuk menciptakan kesan sejajar dan setara antara penonton dan narasumber. Komposisi yang digunakan dominan pada *Medium Close Up* (MCU) agar ekspresi wajah dan respon warga bisa ditangkap secara lebih jelas tanpa kehilangan konteks latar.

Tabel 4. 7 Perubahan Pengambilan Video dari SSG 5

Perubahan	Rancangan Awal SSG	Hasil
Durasi	Ada penyesuaian durasi antara rencana awal di <i>Standard Sequence Guide</i> dengan durasi akhir video yang sudah diproduksi.	Durasi yang telah dituliskan oleh penulis dalam <i>Standart Sequence Guide (SSG)</i> yaitu berdurasi 2 menit 20 detik. Akan tetapi dalam implementasi video tersebut selama 2 menit 12 detik

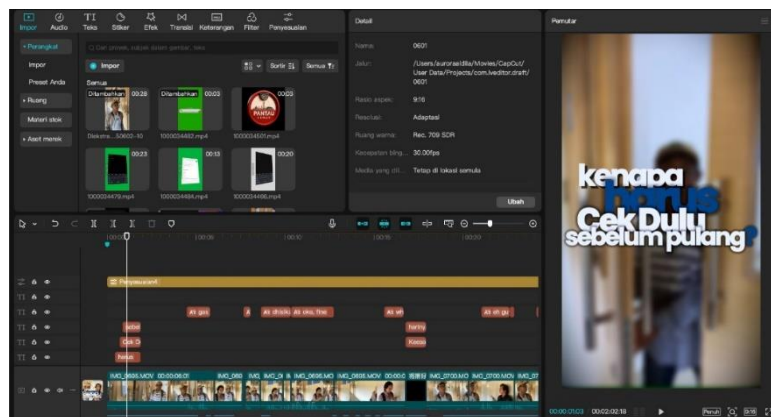
4.3.3 Tahapan Pasca Produksi

Setelah proses pengambilan gambar selesai dilakukan, tahap berikutnya masuk ke proses pasca produksi. Pada bagian ini, penulis mulai menyusun hasil rekaman menjadi satu kesatuan video yang utuh. Prosesnya mencakup penyuntingan visual, penyesuaian audio, serta penambahan elemen pendukung seperti teks dan musik latar. Semua langkah ini dilakukan untuk memastikan video siap dipublikasikan dan mudah dipahami oleh audiens.

4.3.3.1 Video Reels Instagram 1



Gambar 4. 8 Cover SSG Konten 1



Gambar 4. 9 Proses Penyuntingan Video Reels Instagram 1

Proses editing video ini dilakukan menggunakan dua aplikasi utama, yaitu CapCut dan Canva. Canva digunakan untuk membuat *cover* atau sampul video, serta sebagai pendukung visual untuk beberapa bagian *screencast* yang membutuhkan tampilan layar tertentu.

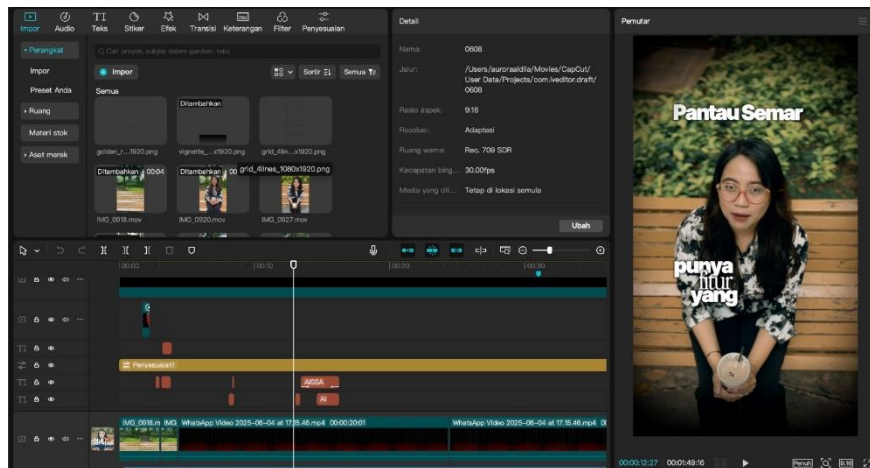
Sementara itu, keseluruhan proses penyuntingan video dikerjakan melalui CapCut. Pada bagian awal video, penulis menambahkan teks judul “Kenapa Harus Cek Dulu Sebelum Pulang?” sebagai *highlight* pembuka. Teks tersebut menggunakan *font Poppins Bold* dengan jarak antar huruf yang sengaja dirapatkan untuk mengikuti tren desain *cover* video *Reels* di Instagram yang saat ini banyak digunakan.

Penulis juga menambahkan efek suara (SFX) yang berunsur komedi pada beberapa bagian visual, menyesuaikan dengan konsep konten yang ringan dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Untuk memperjelas informasi, caption teks ditambahkan terutama pada bagian yang menyampaikan manfaat atau fitur dalam program Pantau Semar. Selain itu, penggunaan *keyshot* diterapkan untuk memberikan efek gerak yang halus pada elemen tertentu, dan transisi antar adegan dipilih secara selektif agar tampilan tetap rapi dan tidak berlebihan. Tidak semua bagian menggunakan efek transisi otomatis atau *template* bawaan, agar alur visual tetap konsisten dan nyaman diikuti. Pada akhir video, penulis menggunakan transisi *fade out* untuk penutupan adegan, yang kemudian dilanjutkan dengan *bumper* berisi logo Pantau Semar. Di bagian tersebut juga disisipkan *voice over* dari penulis sendiri yang mengucapkan tagline, “Pantau Kota Semarang, Pantau Semar!”, sebagai penutup sekaligus penguat identitas konten.

4.1.3.2 Video Reels Instagram 2



Gambar 4. 10 Cover SSG Konten 2



Gambar 4. 11 Proses Penyuntingan Video Reels Instagram 2

Pada bagian awal video, penulis menerapkan teknik hook visual berdurasi 1–2 detik untuk menarik perhatian penonton sejak awal. Setelah itu, ditampilkan caption teks dengan kombinasi beberapa jenis font , seperti *Poppins*, *Made Avenue*, dan *Apple Garamond*, yang disusun dengan tata letak bervariasi mengikuti gaya *typography-style*

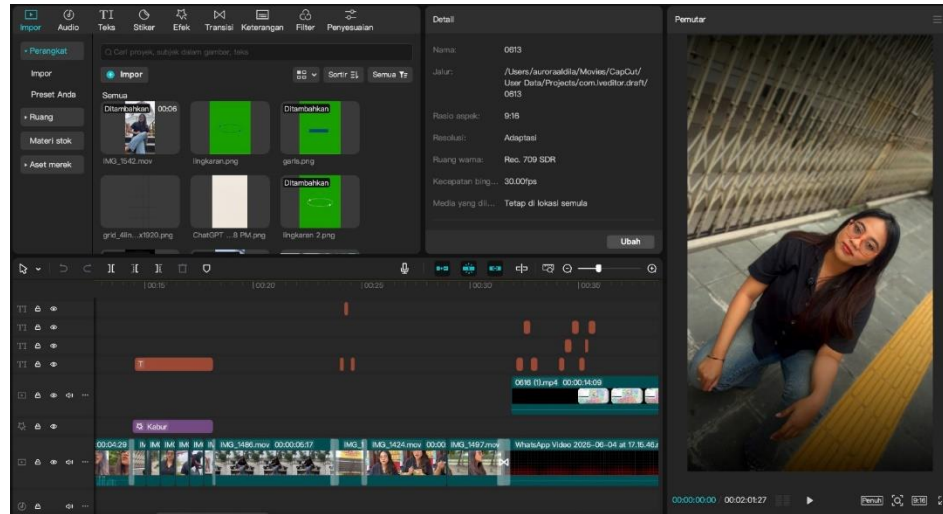
yang saat ini banyak digunakan dalam konten *Reels* Instagram. Penggunaan gaya ini tidak hanya memberi kesan estetik, tetapi juga membantu membedakan informasi penting dalam visual secara lebih dinamis. Efek ini memberikan tampilan yang lebih kekinian dan relevan dengan gaya konsumsi konten audiens muda di media sosial.

Selanjutnya, ditampilkan potongan *screen recorder* yang menunjukkan secara langsung tampilan fitur seperti AISSA dan Pantau Banjir dalam aplikasi Pantau Semar. Elemen ini digunakan untuk memperjelas penjelasan sekaligus menambahkan konteks visual yang konkret terhadap fitur yang sedang dibahas. Di bagian akhir video, penulis kembali menggunakan bumper penutup berisi logo Pantau Semar, disertai *voice over* yang mengucapkan *tagline* “Pantau Kota Semarang, Pantau Semar!” sebagai penegas identitas konten dan penutup narasi secara keseluruhan.

4.1.3.3 Video *Reels* Instagram 3



Gambar 4. 12 Cover SSG Konten 3



Gambar 4. 13 Proses Penyuntingan Video Reels Instagram 3

Pada video ini, penulis membuka dengan hook visual menggunakan teknik *speed ramp* yang disesuaikan dengan efek suara (SFX) yang dinamis, untuk menciptakan ritme yang langsung menarik di detik awal. Setelah itu, ditampilkan caption dengan *gaya typography-style* yang terdiri dari kombinasi *font* seperti *Helvetica Neue*, *Made Avenue*, dan *Apple Garamond*, yang disusun secara variatif untuk menjaga visual tetap segar dan mengikuti tren desain konten *Reels* saat ini. Memasuki detik ke-14 hingga 18, ditampilkan judul utama video “Tips Praktis Pantau Semar” dengan latar belakang *talent* yang diblur secara halus. Efek blur ini digunakan untuk memberi penekanan visual pada judul tanpa mengganggu penonton pada gambar.

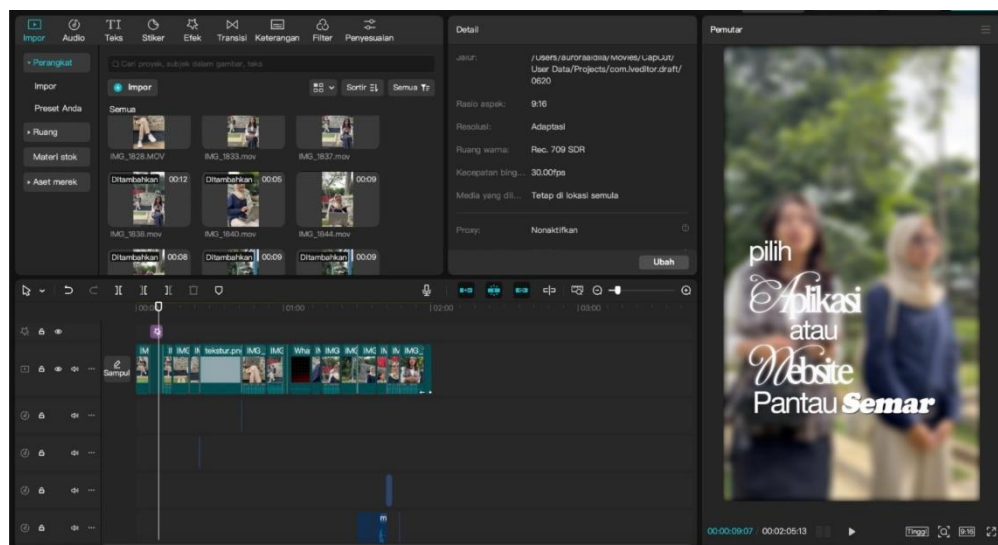
Selanjutnya, video menyisipkan *screen recorder* yang menampilkan beberapa fitur utama dalam aplikasi, seperti Pantauan Kota Lama, Lalu Lintas, dan Pelayanan Publik. Elemen ini digunakan untuk memberikan penjelasan visual secara langsung agar lebih mudah

dipahami oleh audiens. Sebagai penutup, video menampilkan bumper closing berupa logo Pantau Semar, disertai *voice over* dengan *tagline* “Pantau Kota Semarang, Pantau Semar!” sebagai penegasan identitas visual konten.

4.1.3.4 Video Reels Instagram 4



Gambar 4. 14 Cover SSG Konten 4



Gambar 4. 15 Proses Penyuntingan Video Reels Instagram 4

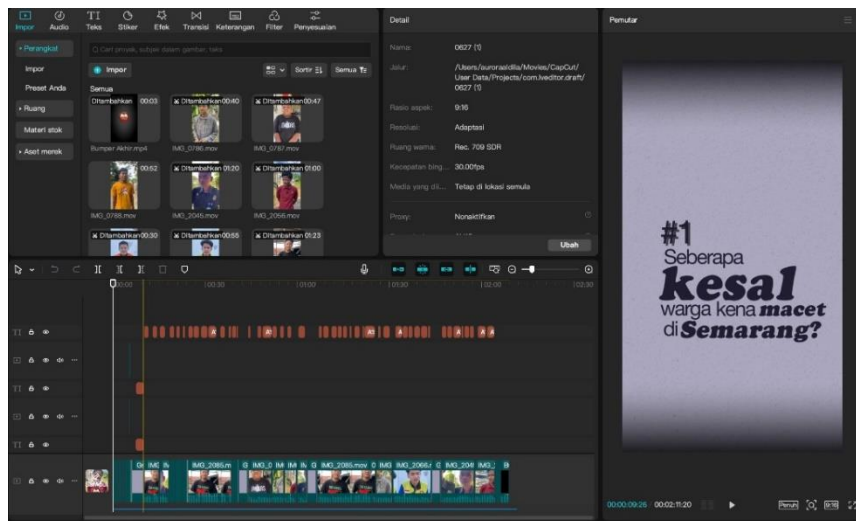
Pada detik awal video, penulis menerapkan *hook* visual menggunakan teknik *keyshot* yang diarahkan untuk melakukan fokus atau *zoom* secara halus pada talent saat sedang berbicara. Teknik ini ditujukan agar perhatian penonton langsung tertuju pada poin pembuka yang disampaikan. Sepanjang penjelasan, juga digunakan gaya *typography-style* untuk menampilkan teks yang mendampingi narasi secara visual. Kemudian pada detik ke-7 hingga 11, ditampilkan judul utama “Pilih Aplikasi atau Website Pantau Semar” dengan kombinasi *font Helvetica, Cooper, dan Affair*, di mana huruf kapital “A” dan “W” masing-masing menggunakan *font Affair* sebagai elemen penekanan visual yang memberi kesan elegan dan menonjol.

Memasuki detik ke-15, video menampilkan visual perbandingan tampilan antara aplikasi dan website secara langsung. Tampilan aplikasi divisualisasikan melalui simulasi pada perangkat mobile, sedangkan versi website ditampilkan melalui tampilan desktop. Tujuannya adalah agar penonton bisa melihat langsung perbedaan antarmuka dari kedua platform tersebut. Sebagai penutup, seperti pada video sebelumnya, digunakan bumper *closing* yang menampilkan logo Pantau Semar disertai *voice over* bertuliskan *tagline* “Pantau Kota Semarang, Pantau Semar!”.

4.1.3.5 Video Reels Instagram 5



Gambar 4. 16 Cover SSG Konten 5



Gambar 4. 17 Proses Penyuntingan Video Reels Instagram 5

Di awal video, penulis menampilkan beberapa cuplikan wajah warga sebagai *hook* visual, untuk langsung menarik perhatian dan membangun rasa penasaran penonton. Setelah itu, ditampilkan *caption* sesuai judul konten, yaitu “Seberapa Kenal Warga dengan Pantau Semarang”, disertai logo program sebagai elemen penguat identitas visual.

Dalam video ini, suara penanya maupun pertanyaan tidak disisipkan dalam bentuk audio. Sebagai gantinya, setiap pertanyaan ditampilkan dalam bentuk teks pada layar terpisah sebelum masing-masing jawaban. Pendekatan ini digunakan agar alur konten tetap sederhana dan mudah diikuti, serta memungkinkan penonton langsung memahami konteks jawaban warga. Setiap jawaban warga ditampilkan dengan *subtitle* teks, untuk memperjelas isi percakapan sekaligus meningkatkan aksesibilitas. Penempatan *subtitle* juga disesuaikan agar tidak mengganggu visual utama dan tetap nyaman dibaca. Sebagai penutup, video menggunakan *bumper closing* berupa logo Pantau Semar dengan *voice over tagline* “Pantau Kota Semarang, Pantau Semar!”.

Tabel 4. 8 Jadwal dan Link Publikasi

No	Judul Konten	Tanggal Publikasi	Waktu	Link Publikasi
1.	Kenapa Harus Cek Dulu Sebelum Pulang?	Kamis, 12 Juni 2025	16.00	https://www.instagram.com/reel/DKywV30x7Kk/?igsh=ZXRYcm12bWU5aDE4
2.	Fitur Pantau Semar yang Jarang Diketahui	Selasa, 17 Juni 2025	15.00	https://www.instagram.com/reel/DK_m669Rj_m/?igsh=bzNmdHRlaHYxZmFn
3.	Tips Praktis Pantau Semar	Sabtu, 21 Juni 2025	17.00	https://www.instagram.com/reel/DLKj4E-StR_/?igsh=MWxocHY3eGR5bWRzeQ
4.	Pilih Aplikasi atau Website Pantau Semar	Selasa, 24 Jun 2025	15.00	https://www.instagram.com/reel/DLRwC2eR3WN/?igsh=NW1ka29xYzltYzJw
5.	Seberapa Kenal Warga dengan Pantau Semar?	Sabtu, 28 Juni 2025	17.00	https://www.instagram.com/reel/DLca4efycnu/?igsh=MWV0a3o2bjVIMTd2ZA

Dalam mendistribusikan lima video Reels, penulis mempertimbangkan waktu publikasi yang disesuaikan dengan kebiasaan audiens di Instagram. Penentuan jadwal tayang tidak dilakukan secara acak, melainkan berdasarkan referensi laporan tren media sosial dari *Hootsuite Global Social Media Trends Report 2025*. Laporan tersebut menunjukkan bahwa waktu dengan tingkat keterlibatan tinggi di Instagram adalah pada hari Selasa pukul 15.00–19.00, Kamis pukul 16.00–17.00, dan Sabtu pukul 11.00 atau 17.00. Oleh karena itu, penulis menyesuaikan jadwal publikasi konten secara strategis, yakni pada hari Selasa pukul 15.00, Kamis pukul 16.00, dan Sabtu pukul 17.00. Penyesuaian ini bertujuan untuk memaksimalkan peluang konten dilihat, direspons, dan diterima oleh lebih banyak pengguna, dan dalam proses produksi konten video *Reels* untuk program Pantau Semar, penulis tidak secara khusus menciptakan atau menggunakan hashtag sebagai identitas kampanye digital. Namun demikian, penguatan pesan program tetap dilakukan melalui pendekatan lain, yaitu dengan menyisipkan *tagline* yang konsisten pada bagian bumper penutup setiap video, sebagaimana telah dijelaskan dalam pembahasan masing-masing konten sebelumnya. *Tagline* tersebut berbunyi “Pantau Kota Semarang, Pantau Semar!”

Tagline ini difungsikan sebagai penanda sekaligus penguat identitas program agar lebih mudah dikenali oleh audiens. Penggunaan *tagline* secara konsisten dinilai lebih relevan dengan format visual dan narasi yang digunakan dalam proyek ini, serta tetap mendukung pencapaian tujuan komunikasi, khususnya dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap program Pantau Semar.

4.4 Pembahasan Hasil

Proyek tugas akhir ini memiliki tujuan utama yaitu meningkatkan *awareness* Masyarakat terhadap program Pantau Semar melalui produksi konten video *Reels* di Instagram. Untuk mengetahui sejauh mana proyek ini berjalan secara efektif, penulis menggunakan dua indikator keberhasilan. Indikator pertama adalah hasil *review* dari pihak klien, yaitu Diskominfo Kota Semarang, yang memberikan masukan terhadap kualitas konten serta kesesuaian pesan yang disampaikan. Indikator kedua diperoleh

melalui penyebaran post-survei kepada masyarakat, untuk melihat apakah konten yang dibuat mampu membantu meningkatkan *awareness* terhadap fitur-fitur dalam program Pantau Semar.

4.4.1 Hasil Review Video dari Pihak Client

Review dari pihak klien diperoleh melalui sesi diskusi langsung bersama Alifia Rizkananda selaku perwakilan tim publikasi Diskominfo Kota Semarang. Dalam sesi tersebut, klien menyampaikan tanggapan umum terhadap hasil produksi lima video *Reels* yang telah dipublikasikan di akun Instagram resmi @diskominfokotasemarang.

Secara keseluruhan, klien memberikan apresiasi terhadap alur penyampaian konten yang dianggap sudah cukup komunikatif dan sesuai dengan gaya penyajian khas media sosial. Menurutnya, pemilihan visual, penggunaan narasi ringan, serta pemilihan musik latar yang tidak mengganggu justru membuat konten terasa lebih hidup dan mudah diterima audiens. Klien juga menilai bahwa setiap konten sudah berhasil menyampaikan inti pesan secara efektif, terutama dalam menjelaskan fitur-fitur yang sebelumnya kurang dikenal oleh masyarakat. Beberapa konten yang melibatkan narasi langsung serta *footage screencast* dari aplikasi Pantau Semar dianggap sebagai pendekatan yang tepat karena memperjelas fungsi dan manfaat dari fitur tersebut. Terkait aspek teknis, klien menyarankan agar di masa mendatang, pemilihan ukuran teks dan kecepatan transisi bisa lebih diperhatikan agar informasi lebih mudah ditangkap, terutama ketika ditonton dalam durasi singkat. Meski demikian, secara umum klien merasa puas dengan keseluruhan proses, mulai dari perencanaan, eksekusi, hingga hasil akhir konten yang dipublikasikan

Tabel 4. 9 Overview Insight Konten

No	Judul	Reach	View	Likes	Comment	Share
1.	Kenapa Harus Cek Dulu Sebelum Pulang?	4.291	6.089	73	7	80

2.	Fitur Pantau Semar yang Jarang Diketahui	2.839	4.087	36	6	67
3.	Tips Praktis Pantau Semar	6.139	8.000	48	8	75
4.	Pilih Aplikasi atau Website Pantau Semar	3.240	4.761	44	5	91
5.	Seberapa Kenal Warga dengan Pantau Semar?	5.290	8.323	52	5	181

Sebagai data pendukung dari proses produksi konten, penulis juga mencatat hasil *insight* dari lima video *Reels* yang dipublikasikan melalui akun Instagram @diskominfokotasemarang. Meskipun *insight* ini bukan menjadi indikator utama keberhasilan proyek, data ini tetap digunakan untuk melihat sejauh mana konten dapat menjangkau audiens dan seperti apa interaksi yang terjadi selama periode distribusi. Data *insight* ini dicatat per tanggal 7 Juli 2025.

Dari hasil yang tercatat, video berjudul “Seberapa Kenal Warga dengan Pantau Semar?” menjadi konten dengan angka *view* (8.323) dan jumlah dibagikan (*share*: 181) tertinggi dibandingkan konten lainnya. Sementara itu, video “Tips Praktis Pantau Semar” memperoleh jangkauan (*reach*: 6.139) yang paling tinggi. Dari sisi interaksi, semua konten menunjukkan jumlah *likes* dan komentar yang bervariasi, dengan konten pertama “Kenapa Harus Cek Dulu Sebelum Pulang?” mencatat jumlah *likes* tertinggi (73). Data ini menunjukkan bahwa tiap konten memiliki daya tarik yang berbeda-beda tergantung pada topik, penyajian visual, dan momentum publikasinya. Misalnya, video yang melibatkan wawancara warga cenderung memiliki tingkat penyebaran yang lebih tinggi, sedangkan video dengan pendekatan edukatif visual cenderung menarik dari sisi *reach* dan *engagement* awal. Namun, penulis tidak menjadikan angka-angka tersebut sebagai tolok ukur keberhasilan secara mutlak, mengingat keberhasilan proyek ini tetap ditentukan. Data *insight* ini hanya digunakan sebagai pelengkap untuk melihat bagaimana konten diterima secara umum di platform tempat konten tersebut disebar.

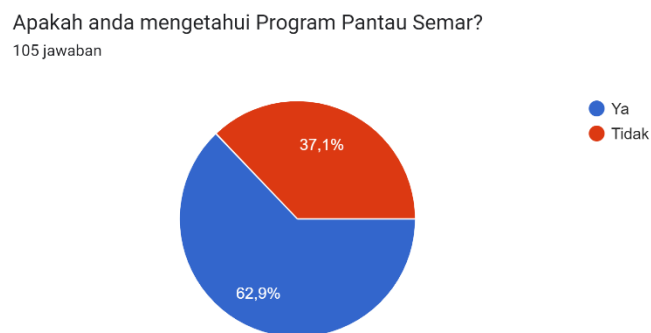
4.4.2 Hasil Post Survei

Setelah mendapatkan tinjauan dari pihak klien terkait hasil produksi konten, penulis juga melakukan evaluasi dari sisi penerimaan masyarakat terhadap informasi yang telah disampaikan. Survei post-proyek dilakukan secara daring untuk mengukur tingkat *awareness* masyarakat setelah publikasi konten di Instagram. Survei ini disebarakan melalui akun pribadi penulis dan akun resmi Diskominfo Kota Semarang menggunakan fitur Instagram *Story* yang menyertakan tautan langsung menuju formulir.



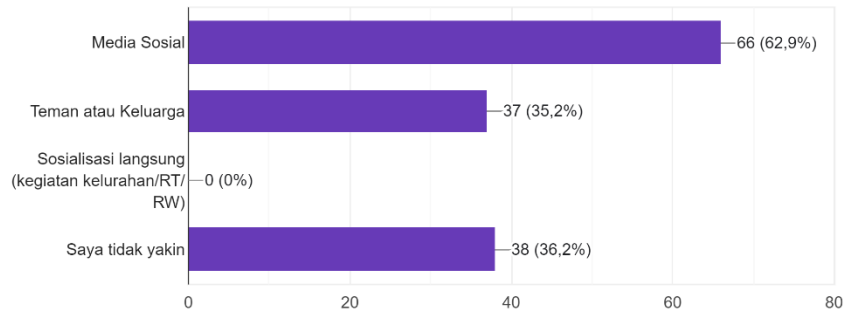
Gambar 4. 18 *screenshot penyebaran survei post projek di akun diskominfo kota semarang*

Adapun hasil dari penyebaran survei ini didasarkan pada tanggapan responden selama periode distribusi konten sebagai berikut:



Gambar 4. 19 *Grafik diagram awareness mengenai program Pantau Semar*

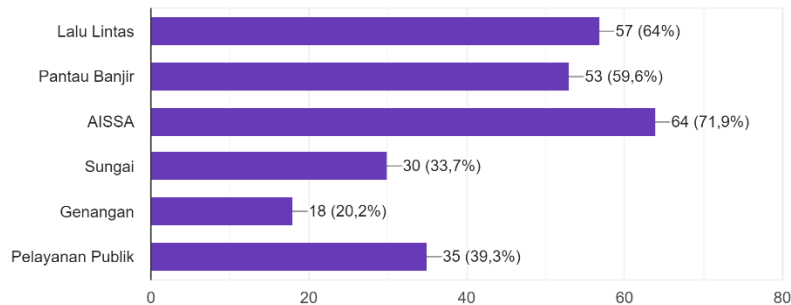
Jika ya, dari mana anda dapat mengetahui program pantau semar? (pilih semua yang relevan)
105 jawaban



Gambar 4. 20 Grafik mengenai dari mana mengetahui program Pantau Semar

Berdasarkan hasil dari post-survei yang sudah disebar, sebanyak 62,9% responden menyatakan sudah mengetahui program Pantau Semar, sedangkan 37,1% lainnya belum mengetahui program tersebut. Selanjutnya pertanyaan mengenai dari mana mereka pertama kali mengetahui tentang program Pantau Semar. Dari jawaban yang masuk, mayoritas menyebutkan media sosial sebagai sumber informasi awal, yaitu sebesar 62,9%. Selain itu, ada juga yang mengetahui dari teman atau keluarga 35,2%, dan untuk jawaban tidak yakin sebesar 36,2%.

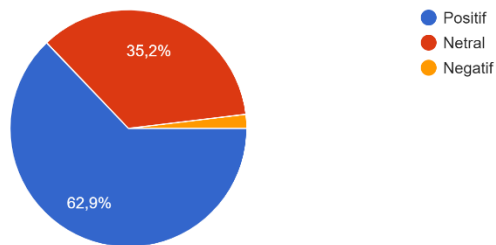
Fitur apa saja mengenai Pantau Semar yang anda ketahui setelah melihat konten video ? (pilih lebih dari satu jika relevan)
89 jawaban



Gambar 4. 21 Grafik mengenai fitur apa saja yang diketahui masyarakat

Selanjutnya untuk pertanyaan mengenai fitur apa saja yang diketahui mengenai program Pantau Semar setelah melihat konten, untuk fitur AISSA sebesar 71,9% yang menjadi jawaban paling tinggi, fitur Lalu Lintas sebanyak 64%, fitur Pantau Banjir sebesar 59,6%, pada fitur Pelayanan Publik sebesar 39,3% dan Sungai sebesar 33,7%, lalu diurutan terakhir ada fitur genangan sebesar 20,2%.

Bagaimana anda menggambarkan kesan umum anda terhadap program pantau semar setelah melihat konten mereka di media sosial?
105 jawaban

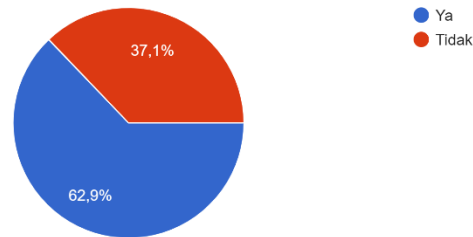


Gambar 4. 22 Grafik mengenai Kesan umum Masyarakat terhadap program Pantau Semar setelah melihat konten

Selanjutnya pada pertanyaan mengenai bagaimana kesan umum masyarakat terkait Pantau Semar setelah melihat konten di *Reels* Instagram. Dimana sebanyak 62,9% menyatakan kesan yang positif, lalu 35,2% menyatakan kesan netral, dan negatif sebanyak 1,9%.

Apakah konten yang diunggah tentang Pantau Semar pada akun Diskominfo Kota Semarang sudah bersifat informatif?

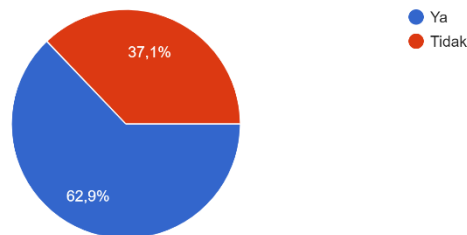
105 jawaban



Gambar 4. 23 Grafik diagram hasil penilaian audiens terkait program pantau semar bersifat informatif

Apakah melalui pengunggahan konten tersebut sudah dapat dikatakan efektif dalam meningkatkan awareness terhadap program pantau semar?

105 jawaban

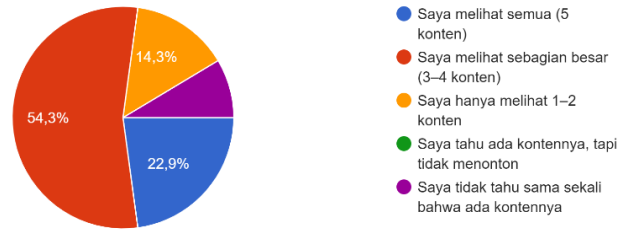


Gambar 4. 24 Grafik diagram hasil penilaian audiens terkait efektif tidaknya dalam meningkatkan awareness program Pantau Semar melalui konten

Berdasarkan pada grafik diagram diatas terkait apakah konten tentang Pantau Semar yang telah diunggah bersifat informatif. Dimana mayoritas audiens menyatakan Ya bersifat informatif sebesar 62,9%, lalu jawaban Tidak sebesar 37,1%. Selanjutnya pertanyaan terkait apakah melalui pengunggahan konten dapat efektif dalam meningkatkan *awareness* program Pantau Semar sebanyak 62,9% atau sebesar 66

responden yang menyatakan Ya, lalu sebanyak 39 responden atau sebesar 37,1% menyatakan tidak.

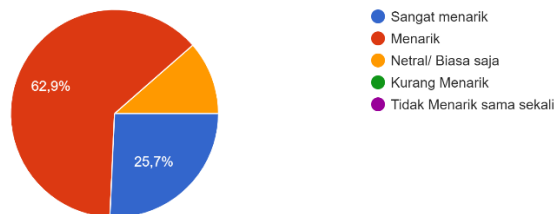
seberapa banyak yang Anda lihat konten tentang Pantau Semar yang dibagikan melalui Instagram?
105 jawaban



Gambar 4. 25 grafik diagram intensitas dalam melihat konten program Pantau Semar

Selanjutnya pertanyaan terkait seberapa banyak audiens lihat konten tentang Pantau Semar yang dibagikan sebesar 54,3% menjawab melihat 3-4 konten, 22,9%% melihat semua (5) konten, sebanyak 14,3% melihat 1-2 konten, dan sebesar 8,6% menyatakan tidak tahu sama sekali jika ada kontennya.

Seberapa menarik anda melihat konten Pantau Semar yang dibuat oleh diskominfo kota semarang di instagram?
105 jawaban

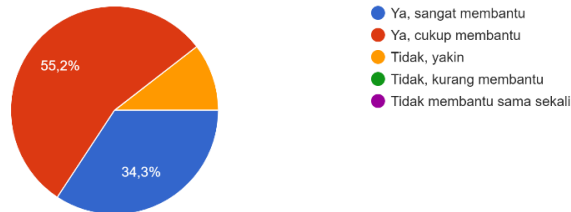


Gambar 4. 26 Grafik diagram penilaian seberapa menarik konten yang telah dibuat

Selanjutnya pada hasil survei post proyek diatas dengan pertanyaan seberapa menarik anda melihat konten Pantau Semar yang dibuat dengan sebesar 62,9%

menyatakan menarik, 25,7% menyatakan sangat menarik, sebesar 11,4% menyatakan netral/bisa saja

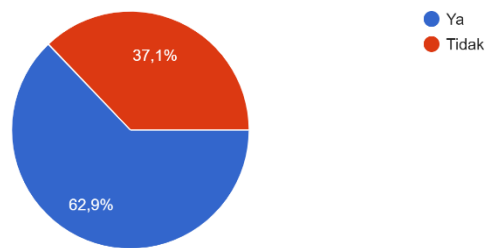
Apakah konten yang dibuat membantu anda memahami fitur-fitur yang dapat digunakan
105 jawaban



Gambar 4. 27 Grafik diagram seberapa membantu konten untuk memahami penggunaan fitur Pantau Semar

Berdasarkan pada grafik diagram diatas mengenai pertanyaan apakah konten yang dibuat membantu memahami fitur-fitur yang dapat digunakan sebesar 55,2% menyatakan cukup membantu, lalu 34,3% menyatakan sangat membantu, dan 10,5% menyatakan tidak yakin.

Melalui pengunggahan konten, apakah anda merasa tertarik untuk mengakses atau menggunakan pantau semar?
105 jawaban



Gambar 4. 28 Grafik diagram ketertarikan Masyarakat untuk menggunakan atau mengakses Pantau Semar

Pertanyaan selanjutnya yaitu mengenai apakah audiens tertarik untuk menggunakan pantau semar setelah menonton konten. Dimana sebesar 62,9% menyatakan Ya yang artinya tertarik, lalu sebesar 37,1% menyatakan tidak yakin.

Setelah seluruh konten video dipublikasikan dan survei post-proyek disebar, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menunjukkan peningkatan *awareness* terhadap program Pantau Semar. Hal ini terlihat dari jumlah responden yang menyatakan telah mengetahui keberadaan program tersebut, serta lebih memahami fitur-fitur layanan yang sebelumnya belum banyak diketahui. Konten yang diproduksi dinilai cukup membantu dalam menyampaikan informasi secara sederhana dan mudah dipahami, sehingga mampu menarik perhatian masyarakat secara lebih luas. Selain peningkatan *awareness*, sebagian responden juga menyampaikan bahwa mereka merasa lebih tertarik untuk mencoba mengakses layanan Pantau Semar, baik melalui aplikasi maupun versi website. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi konten melalui media sosial dapat memberikan dampak positif terhadap pemahaman dan keterlibatan masyarakat terhadap layanan publik digital.

4.4.3 Analisis Perbandingan Survei

Setelah memperoleh hasil dari survei pra-proyek dan survei post-proyek, langkah selanjutnya adalah membandingkan tingkat *awareness* masyarakat terhadap program Pantau Semar sebelum dan sesudah penyebaran konten di media sosial. Perbandingan ini bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi peningkatan pemahaman masyarakat setelah melihat konten yang diproduksi.

Pra-survei dilakukan pada tanggal 18–22 Maret 2025, dengan total responden sebanyak 105 responden. Hasilnya menunjukkan bahwa 41% responden menyatakan telah mengetahui tentang program Pantau Semar. Angka ini menjadi acuan awal dalam mengukur tingkat *awareness* masyarakat sebelum dilakukan distribusi konten. Sementara itu, pelaksanaan survei post proyek dilakukan tidak lama setelah seluruh konten video dipublikasikan, yaitu pada tanggal 8–11 Juli 2025. Keputusan ini didasarkan pada prinsip *recency effect* dan *memory decay*, yang menjelaskan bahwa

memori seseorang terhadap informasi baru cenderung lebih kuat dalam waktu dekat setelah eksposur, dan akan menurun seiring berjalannya waktu (Murre & Dros, 2015). Maka, untuk memperoleh data yang akurat mengenai dampak konten terhadap tingkat awareness, survei dilakukan dalam jangka waktu sesingkat mungkin setelah intervensi media sosial. Hasil dari post-survei menunjukkan adanya peningkatan, yaitu sebanyak 62,9% responden menyatakan telah mengetahui program Pantau Semar.

Penghitungan *awareness* dilakukan menggunakan rumus persentase sederhana:

$$\text{Tingkat Awareness} = \frac{\text{Jumlah Responden yang mengetahui}}{\text{Total Responden}} \times 100$$

Dari perbandingan ini, terlihat adanya kenaikan sebesar 21,9% dalam tingkat *awareness* masyarakat terhadap program Pantau Semar dalam rentang waktu sekitar tiga bulan. Meskipun angka tersebut tidak dijadikan satu-satunya indikator keberhasilan, namun data ini dapat menjadi pendukung bahwa upaya distribusi konten informasi melalui media sosial berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap layanan publik digital ini

4.5 Hambatan & Solusi

Selama proses produksi konten video, penulis menghadapi beberapa hambatan teknis dan operasional yang memerlukan penyesuaian di lapangan. Hambatan pertama terjadi pada saat proses pengambilan gambar, yaitu *clip-on wireless* yang sebelumnya dipersiapkan untuk merekam suara talent tiba-tiba tidak berfungsi secara optimal, sehingga menyebabkan audio tidak terekam dengan jelas. Untuk mengatasi hal tersebut, penulis memanfaatkan perangkat *handphone* lain sebagai alat perekam suara tambahan.

Hambatan kedua adalah keterlambatan kedatangan *talent* yang dijadwalkan untuk pengambilan gambar. Hal ini sempat mengganggu alur waktu produksi karena proses pengambilan gambar menjadi tertunda. Sebagai solusi, penulis kemudian mengatur kembali jadwal dengan meminta *talent* hadir satu jam lebih awal dari waktu pengambilan gambar sebenarnya.

4.6 Sustainability

Salah satu bentuk keberlanjutan dari proyek ini diwujudkan melalui transfer pengetahuan (*transfer of knowledge*) yang dilakukan penulis kepada pihak klien yaitu, Alifia Rizkananda selama proses produksi dan penyuntingan video. Penulis tidak hanya menyerahkan hasil akhir berupa konten, tetapi juga memberikan paparan teknis terkait metode produksi yang digunakan khususnya teknik visual dalam penggunaan gaya tipografi yang variatif. Teknik ini dinilai efektif oleh pihak klien dalam memperkuat penyampaian pesan, serta untuk diadaptasi dalam produksi konten-konten serupa di masa mendatang. Selain itu, bentuk sustainabilitas lain juga hadir dari keterlibatan langsung perwakilan klien, yaitu Alifia Rizkananda, yang turut memantau proses produksi secara langsung di lapangan. Keterlibatan ini tidak hanya meningkatkan pemahaman pihak klien terhadap alur produksi, tetapi juga menjadi bentuk kolaborasi aktif yang mendukung keberlanjutan gaya dan pendekatan produksi pada proyek-proyek selanjutnya yang dikelola oleh Diskominfo Kota Semarang.



Gambar 4. 29 Pemaparan Metode Produksi Konten Kepada Klien Bentuk Transfer Ilmu