

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Proses pembuatan video**

##### **4.1.1 Pra produksi**



**Gambar 4.1 Koordinasi bersama Kepala Dinas Perpustakaan dan Kearsipan  
Kabupaten Blora  
(Doc. Pribadi)**

Pada tanggal 4 Maret 2025 telah dilakukan observasi kepada pihak Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora terkait dengan perizinan dan koordinasi untuk melaksanakan proyek tugas akhir bersama dengan perwakilan kepala Dinas dan Kepala Bidang Perpustakaan serta waktu pelaksanaanya.

Pada tanggal 20 Mei 2025 proses pembuatan surat izin telah dilakukan melalui admin program studi hingga fakultas untuk melengkapi berkas perizinan pada instansi terkait



**Gambar 4.2 Koordinasi Bersama Pemeran Dan Briefing Script  
(Doc. Pribadi)**

Pada tanggal 24 Mei 2025 dilaksanakan koordinasi bersama dengan tim dan pemeran untuk melakukan pemaparan script video dan penjelasan mengenai alur pengambilan gambar pada saat waktu *shooting* telah dimulai. Para pemeran mendapatkan pengarahan langsung oleh penulis untuk menjelaskan setiap detail yang akan dibahas dan pemeran lakukan untuk mendukung jalannya proses pengambilan video.

Pada tanggal 3 Juni 2025 penulis telah menyerahkan surat kepada pihak dinas untuk perizinan pengambilan proyek tugas akhir di instansi tersebut sesuai aturan administrasi yang berlaku (Standar Operasional Prosedur).

Dalam proses pembuatan video tentunya berbagai macam peralatan dibutuhkan untuk mendukung proses pengambilan setiap bagian video yang dibutuhkan guna mendapatkan hasil yang maksimal. Berikut perlengkapan yang dipersiapkan adalah 3 buah *smartphone* yaitu Iphone 13 dan Iphone Xr sebagai kamera utama, Huawei Nova 3i (sebagai rekaman audio)), serta stand holder untuk penyangga kamera *smartphone* pada saat pengambilan video. Pengambilan video dilaksanakan selama 3 hari sesuai dengan jadwal kesepakatan kedua belah pihak.

#### 4.1.2 Produksi

Pada tahap produksi, penulis melakukan pengambilan bagian setiap video secara langsung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora yang

beralamat di Jl. A. Yani (Kompleks taman sarbini) Kabupaten Blora, Jawa Tengah, 58211 (Gedung layanan perpustakaan daerah) pada tanggal 18 Juni 2025 Pukul 09.00-13.00 bersama dengan Bapak M. Toha Mustofa, S.Si, M.Kes selaku kepala dinas instansi terkait. Di hari pertama pengambilan video ini memfokuskan pada point yang tertera pada sequence guidance yang telah disusun untuk mengetahui sejarah instansi serta penjelasan informasi umum terkait instansi, visi misi, tugas, program inovatif, dan layanan. Penulis juga mendapatkan kesempatan untuk meliput kegiatan wisata literasi oleh rombongan pengunjung yang hadir untuk melaksanakan *room tour* secara gratis.



**Gambar 4.3 Pengambilan Video Promosi  
(Doc. Pribadi)**

Dalam proyek ini, penulis menggunakan teknik pengambilan video metode sinematografi dan wawancara secara langsung kepada narasumber yang telah disasarkan sesuai dengan kebutuhan informasi menggunakan ukuran portrait menyesuaikan dengan rasio aspek 9:16 atau 1080x1920 pixel konten Tiktok. Sudut kamera yang diambil memfokuskan pada pengambilan objek secara langsung untuk memudahkan penyesuaian suara dengan objek yang berbicara namun tetap menggabungkan sisi sinematik setiap bangunan yang diambil sebagai footage.



**Gambar 4.4 Pengambilan Video Dengan Metode Wawancara  
(Doc. Pribadi)**

Pada hari kedua pada tanggal 19 Juni 2025 video dilaksanakan di lokasi yang sama dengan narasumber dan bidang berbeda yaitu bidang perpustakaan dan gedung pelayanan perpustakaan. Pada sesi kedua ini, penulis langsung mendapatkan informasi bersama dengan bapak Setyo Pujiono, S.Sn selaku kepala bidang perpustakaan dimana penulis melakukan *shooting* dengan metode wawancara dilanjut dengan pengambilan bagian video gedung perpustakaan, wawancara bersama pustakawan, pemustaka (pengunjung), dan melakukan tour ruangan di setiap lantai untuk mengetahui fasilitas apa saja yang dapat dimasukan sebagai bahan konten. Pada hari kedua ini banyak pengambilan video yang dilakukan untuk memperjelas kembali perspektif masyarakat mengenai fasilitas yang boleh dinikmati masyarakat dengan syarat ketentuan tertentu bersama kesepakatan dari dinas, maupun fasilitas yang boleh digunakan secara langsung.



**Gambar 4.5 Pengambilan Video Sarana Prasarana dan Layanan  
(Doc. Pribadi)**

Pada hari ketiga tanggal 20 Juni 2025, penulis melakukan pengambilan video pada gedung depo arsip Kabupaten Blora yang beralamat berbeda dari gedung perpustakaan yaitu beralamat di Jl. Gor Ketangar, Karangjati, Kabupaten Blora, Jawa Tengah, 58252 (Depo Arsip Daerah). Pada sesi ini penulis langsung didampingi oleh Ibu Gartini, S.Sos, MA selaku kepala bidang kearsipan beserta sub coordinator dan pegawai untuk melakukan wawancara terkait dengan tugas bidang kearsipan, dan berbagai macam informasi yang dibutuhkan sesuai *sequence guidance* yang telah disusun diatas.

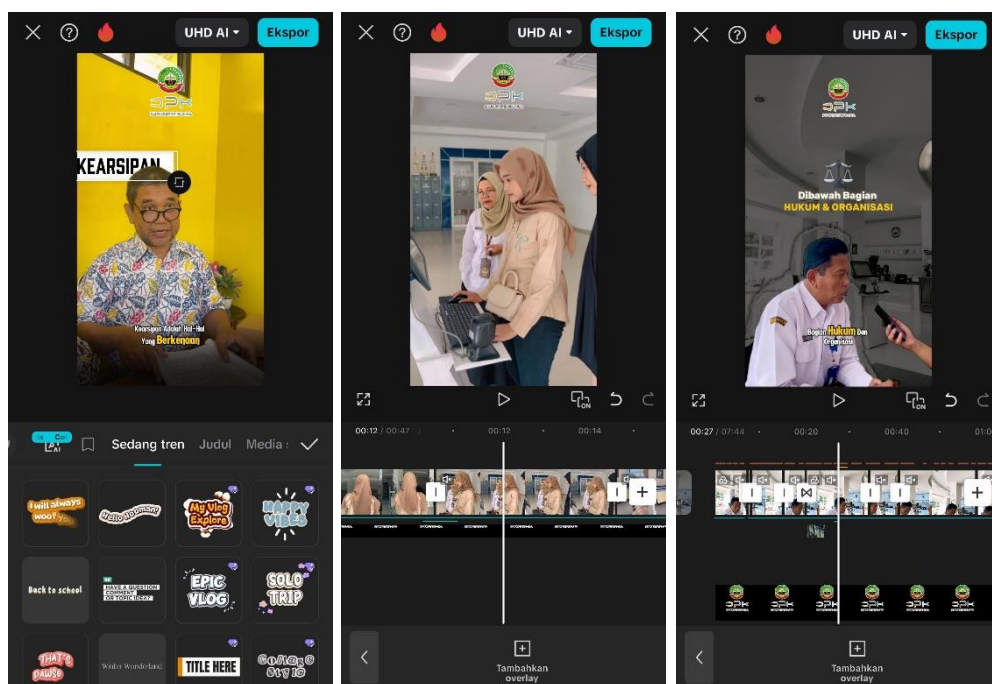


**Gambar 4.6 Pengambilan Video dan Wawancara bersama bidang kearsipan di depo arsip Kabupaten Blora  
(Doc. Pribadi)**

Dalam setiap proses pengambilan video, penulis menggunakan pemeran sebagai penunjuk kemudahan interpretasi informasi kepada penonton nantinya. Para pemeran akan melakukan tugasnya sebagai pemandu untuk menunjukkan apa saja yang dilakukan seperti pembuatan kartu anggota, *room tour* lantai, pemanfaatan fasilitas yang ada sehingga nantinya pemeran ini diharapkan menjadi kemudahan perspektif penonton ketika mengunjungi tempat ini. Dalam video ini, penulis bukan hanya memfokuskan pada program kerja dinas namun juga mengenai layanan perpustakaan sehingga output yang dikeluarkan bukan hanya sekedar video formal wawancara, namun juga menonjolkan sisi wisata literasi yang bisa dinikmati oleh semua pengunjung terutama sebagai seorang pemustaka. Pengambilan video dilaksanakan dengan total selama 3 hari di dua tempat yang berbeda yaitu gedung perpustakaan dan depo kearsipan Kabupaten Blora hingga tanggal 20 Juni 2024

#### 4.1.3 Pasca produksi

Pada tahap ini masuk dalam proses *editing* dari hasil pengambilan video di tahap produksi yang telah diambil. Penulis menggunakan *smartphone* dalam melakukan *editing* video, penyempurnaan suara, pemberian *voice over*, pembuatan *thumbnail* video hingga pengaturan filter menggunakan 2 aplikasi yaitu *Capcut* dan *Canva premium* dalam mendukung pembuatan desainnya.

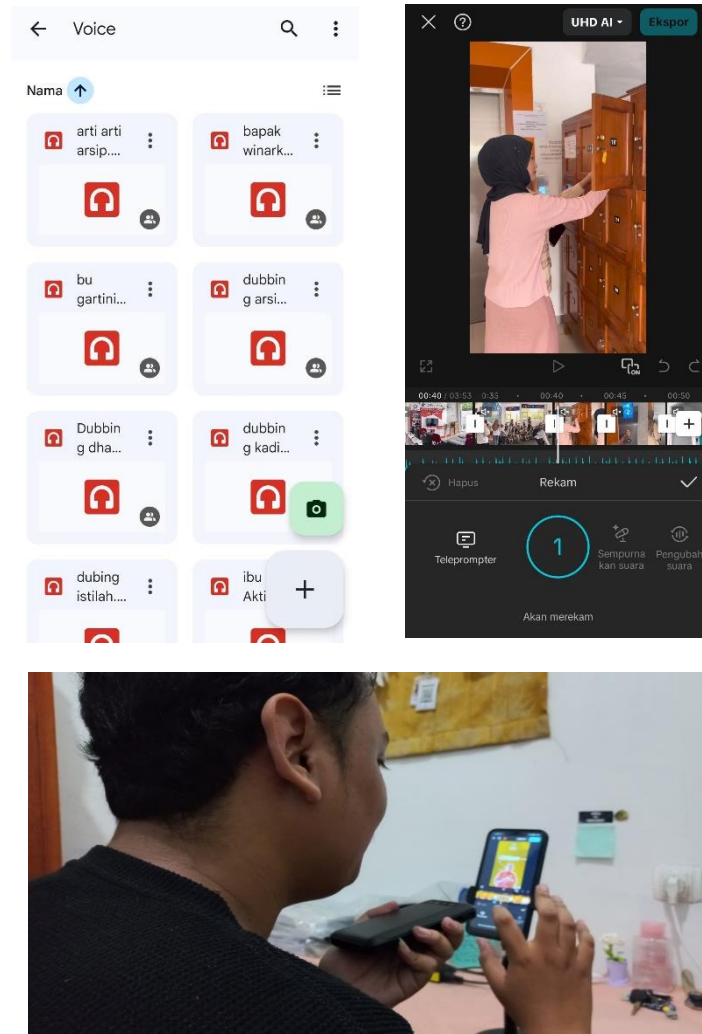


**Gambar 4.7 Tahap *Editing* Video Promosi Menggunakan Aplikasi Cap Cut (Doc. Pribadi)**

Disini penulis melakukan proses *editing* untuk pemotongan video inti, pemberian *colour grading*, transisi, keterangan teks/tulisan, suara musik atau *background*, dan efek animasi pada video untuk mempermudah penyampaian informasi serta pemberian logo resmi instansi agar lebih menyesuaikan dengan aturan konten yang telah dibuat. Video dimuat dalam resolusi HD (1080p) dengan format *portrait*.

Tahap selanjutnya adalah penyesuaian suara dengan musik. Dalam tahap ini penulis melakukan proses penyesuaian rekaman suara dengan video yang telah diambil dengan metode penyempurnaan suara menggunakan fitur Capcut premium dan menggunakan *adobe enhance podcast* dalam mengurangi hingar pada suara yang telah diambil. Proses *voice over* (VO) merupakan tahapan penting dalam penyempurnaan sebuah karya audio visual, terutama setelah melalui tahap penyuntingan (*editing*). VO berfungsi sebagai penambah informasi, penjelas narasi, sekaligus penguat pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. Pada konteks pembuatan *video company profile* Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora, VO digunakan untuk memastikan setiap visual yang ditampilkan tidak hanya dapat dilihat, tetapi juga dipahami secara jelas melalui penjelasan suara yang terstruktur. Hal ini menjadi esensial mengingat video memiliki peran strategis dalam menyampaikan informasi institusional kepada masyarakat luas.

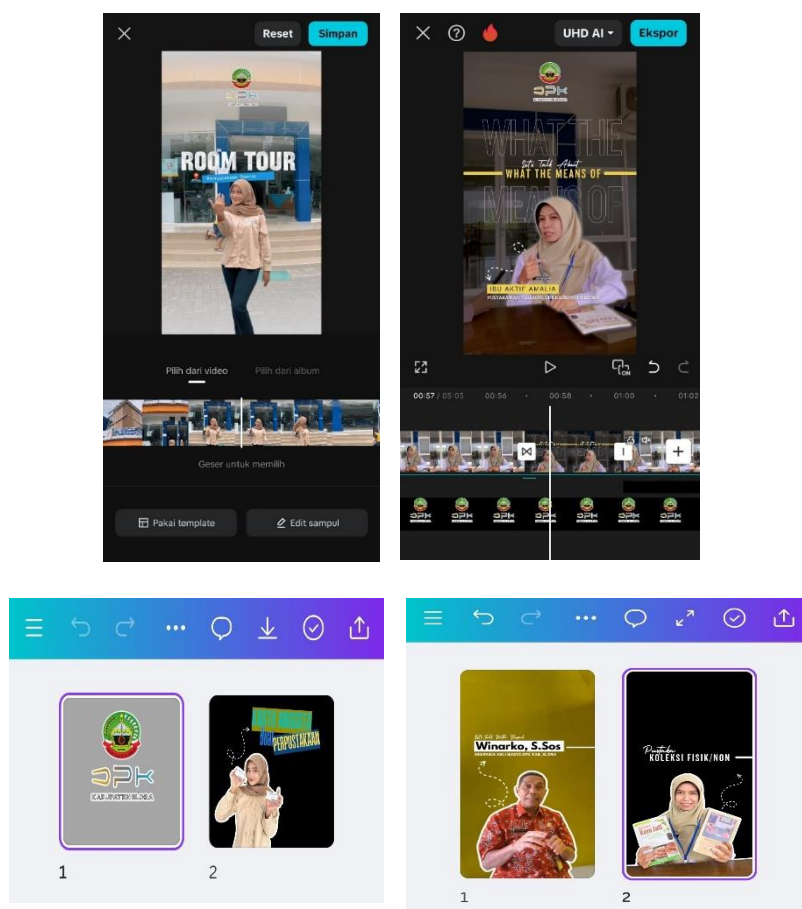
Dalam implementasinya, seluruh video yang diproduksi diberikan sentuhan VO, namun terdapat perbedaan intensitas dan cakupan penggunaannya. Dari keseluruhan 10 video yang dihasilkan, 2 diantaranya diberikan VO secara penuh dari awal hingga akhir. Kedua video tersebut adalah *video room tour* yang mendeskripsikan fasilitas perpustakaan secara rinci, serta video pembuatan kartu anggota yang menjelaskan prosedur layanan secara komprehensif. Pemilihan dua video ini untuk diberikan VO penuh didasarkan pada kebutuhan penjelasan mendetail, sehingga audiens dapat memahami alur informasi dengan lebih mudah.



**Gambar 4.8 Tahap Voice over dan Penyesuaian suara  
(Doc. Pribadi)**

Sementara itu, delapan video lainnya diberikan VO secara parsial, terutama pada bagian intro. VO pada segmen pembuka berfungsi untuk memperkenalkan topik yang akan ditayangkan sekaligus memberikan gambaran singkat mengenai isi video. Dengan demikian, meskipun tidak disertai VO secara menyeluruh, visual yang ditampilkan tetap dapat dipahami karena narasi awal sudah memberikan konteks kepada penonton. Strategi ini juga menjaga agar durasi narasi tidak terlalu panjang sehingga audiens dapat tetap fokus pada isi visual utama.

Secara keseluruhan, penerapan VO dalam produksi video ini bukan sekadar pelengkap, melainkan elemen komunikasi yang bersifat informatif dan persuasif. Kehadiran VO membantu memperjelas tindakan atau aktivitas yang ditampilkan dalam video, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat diterima secara lebih efektif oleh masyarakat. Dengan demikian, kombinasi antara visual yang menarik dan VO yang komunikatif menghasilkan produk audio visual yang tidak hanya estetis, tetapi juga edukatif dan fungsional bagi upaya *branding* instansi.



**Gambar 4.9 Pembuatan Sampul Video  
(Doc. Pribadi)**

Dalam produksi konten audio visual, pembuatan sampul video atau *thumbnail* merupakan tahapan penting yang tidak dapat diabaikan. *Thumbnail* berfungsi sebagai representasi visual pertama yang dilihat audiens sebelum memutuskan untuk menonton sebuah video. Oleh karena itu, proses perancangan

sampul harus dilakukan secara terencana dengan memperhatikan aspek estetika, keterbacaan, serta relevansi dengan isi video. Dalam konteks ini, setiap video yang diproduksi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora diberikan sampul khusus yang dirancang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan di dalamnya.

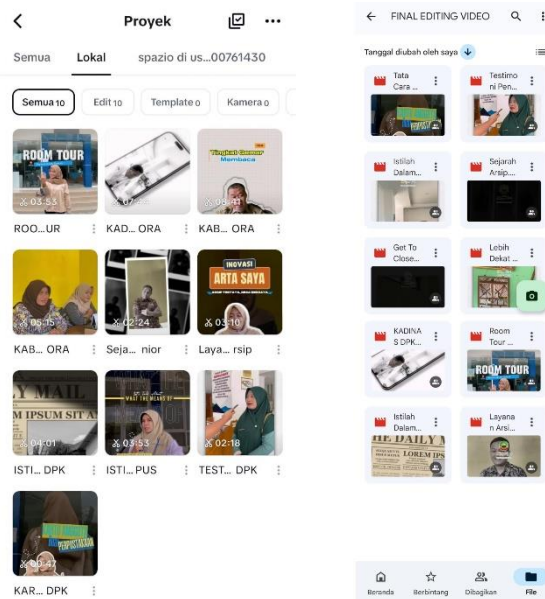
Penerapan *thumbnail* pada sepuluh video yang diunggah tidak hanya bertujuan untuk mempercantik tampilan, tetapi juga menjadi strategi komunikasi visual yang efektif. Dalam praktiknya, pembuatan sampul dilakukan menggunakan aplikasi CapCut Premium dan Canva Premium, yang menawarkan berbagai fitur desain profesional, mulai dari template, tipografi, hingga pengaturan warna yang lebih fleksibel. Pemanfaatan kedua aplikasi tersebut memungkinkan terciptanya desain sampul yang menarik, informatif, serta konsisten dengan isi video, sehingga audiens tidak mengalami misleading visual.

Penggunaan *thumbnail* dapat dipahami melalui perspektif *eye-catching visual* dan *visual persuasion*, di mana daya tarik visual berperan besar dalam menentukan minat audiens untuk melakukan klik (*click-through rate*). Dengan menyelaraskan desain sampul pada kesepuluh video melalui dukungan aplikasi *CapCut Premium* dan *Canva Premium*, instansi tidak hanya meningkatkan kemungkinan ditonton, tetapi juga membangun identitas visual yang konsisten. Hal ini berdampak positif terhadap penguatan *branding* institusi, karena audiens dapat dengan mudah mengenali konten resmi yang diproduksi.

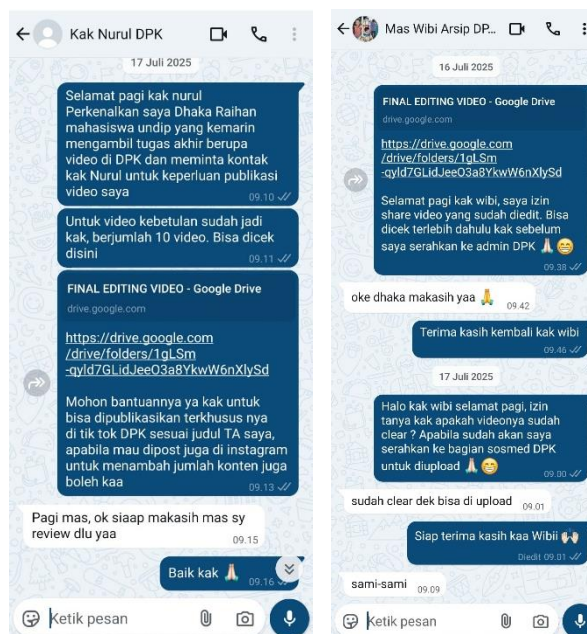
Pemberian keterangan tulisan atau *subtitle* pada video merupakan salah satu strategi yang digunakan untuk memudahkan masyarakat dengan keterbatasan pendengaran dalam mengakses informasi. Melalui penambahan teks, pesan yang disampaikan dalam video dapat tetap dipahami meskipun audiens tidak mendengarkan audio secara langsung. Proses ini juga memastikan bahwa informasi yang terkandung dalam video bersifat inklusif serta dapat menjangkau lapisan masyarakat yang lebih luas, tanpa terkendala hambatan sensorik. Upaya ini sejalan dengan amanat Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, yang menegaskan bahwa setiap warga negara berhak untuk memperoleh informasi secara adil.

Selain itu, penyediaan penerjemah bahasa isyarat menjadi langkah penting dalam mendukung aksesibilitas informasi publik. Penerjemah berperan sebagai penghubung antara pesan yang disampaikan pembuat video dengan masyarakat penyandang disabilitas, sehingga pesan tetap tersampaikan secara utuh. Hal ini juga sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas yang menekankan pentingnya pemenuhan hak penyandang disabilitas untuk mendapatkan informasi dan komunikasi yang setara dengan masyarakat umum. Dengan adanya penerjemah, video tidak hanya sekadar menjadi media informasi, tetapi juga sarana pemberdayaan kelompok masyarakat dengan keterbatasan pendengaran agar tetap memiliki hak yang sama dalam memperoleh pengetahuan.

Lebih jauh lagi, kombinasi antara keterangan tulisan dan penerjemah memperkuat prinsip inklusivitas dalam komunikasi publik. Upaya ini sejalan dengan misi pelayanan publik yang berorientasi pada keadilan akses informasi bagi seluruh masyarakat tanpa diskriminasi. Dengan demikian, penggunaan subtitle dan penerjemah bukan hanya sekadar pelengkap, tetapi merupakan bagian integral dari strategi penyebaran informasi yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat yang beragam, sesuai dengan semangat *no one left behind* yang tercermin dalam Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs).



**Gambar 4.10 Tampilan Finalisasi Proyek Video & Unggahan Drive**  
(Doc. Pribadi)



**Gambar 4.11 Koordinasi Hasil Video Finalisasi Bersama Bidang Media Sosial Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora**  
(Doc. Pribadi)

Tahap ini merupakan proses akhir dalam proyek yang telah diambil. Koordinasi lebih lanjut terkait dengan konten dilaksanakan bersama setiap masing masing bidang (perpustakaan dan kearsipan) serta bersama bidang media sosial Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora dalam mendapatkan perizinan untuk diunggah dalam akun sosial media Tiktok instansi. *Output* yang dihasilkan berupa 10 video konten promosi, baik promosi layanan, sarana prasarana, kinerja, program kerja, struktural, serta istilah yang ada sesuai dengan jenis masing masing video yang telah dibuat.

Hasil dari proyek tugas akhir ini bertujuan dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai layanan dan sarana prasarana yang telah disediakan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora untuk umum. Video difokuskan pada pembuatan konten yang ringan dalam mengemas setiap informasi yang disampaikan agar mudah diterima oleh masyarakat. Pemilihan instansi dinas sebagai sasaran proyek ini karena instansi bukan hanya berperan dalam memberikan pelayanan saja namun juga mengelola banyak informasi untuk masyarakat terutama dalam bidang perpustakaan yang sesuai dengan program studi penulis. Perizinan yang telah dilaksanakan sangat memudahkan penulis karena tidak memerlukan berkas administrasi lain selain surat resmi universitas dan proposal yang telah disusun sedemikian rupa dengan arahan yang jelas oleh petugas yang berkoordinasi dengan penulis.

Sesuai dengan pendahuluan, sebuah instansi juga membutuhkan media promosi yang kreatif, efektif, serta menarik untuk mudah dipahami masyarakat karena terdapat gabungan antara visual, audio, dengan tulisan dalam satu hasil. *Output* yang dihasilkan bukan hanya video saja namun juga sejauh mana masyarakat tahu tentang layanan dan sarana prasarana yang ada di dalam instansi yang bisa dimanfaatkan secara publik. Adanya video ini juga diharapkan dapat meningkatkan *branding* profile instansi sehingga seluruh elemen didalamnya dapat diakses melalui video video tersebut.

Video promosi yang telah dibuat dengan jumlah 10 video memiliki judul, tema, dan pesan visual yang berbeda sesuai dengan *standard sequence guide* yang telah dibuat yaitu :

1. **Lebih Dekat dengan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora Bersama Kepala Dinas.** Video ini menampilkan sosok Kepala Dinas sebagai representasi utama lembaga. Kehadiran narasi visual yang memperkenalkan pimpinan instansi memiliki peran strategis dalam membangun kepercayaan publik, karena figur pimpinan mencerminkan identitas, visi, dan arah kebijakan organisasi. Melalui pendekatan personal, video ini mampu menumbuhkan kedekatan emosional antara institusi dengan masyarakat. Selain itu, penyajian Kepala Dinas dalam video juga memperlihatkan keseriusan instansi dalam menjalankan fungsi pelayanan publik. Visualisasi wawancara atau penyampaian langsung dari pimpinan menjadi sarana komunikasi resmi yang menghubungkan informasi birokratis dengan audiens dalam format yang lebih sederhana, menarik, dan mudah dipahami.
2. **Get to Know Bidang Perpustakaan.** Video ini menyajikan pengenalan lebih dalam mengenai bidang perpustakaan, mencakup layanan, fungsi, serta program-program yang dikelola. Narasi visual yang digunakan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai peran perpustakaan sebagai pusat informasi, pendidikan, sekaligus ruang literasi. Dengan penyajian visual yang detail, audiens dapat memahami peran strategis perpustakaan di tengah perkembangan digital. Selain itu, penggunaan visual berupa dokumentasi layanan dan aktivitas pengunjung akan memperkuat pesan bahwa perpustakaan bukan hanya tempat peminjaman buku, tetapi juga sarana pembelajaran sepanjang hayat. Dengan demikian, video ini memiliki kontribusi signifikan dalam meningkatkan citra positif institusi.

3. **Get to Know Bidang Kearsipan.** Video ini berfokus pada bidang kearsipan yang seringkali kurang dikenal masyarakat dibandingkan bidang perpustakaan. Narasi visual menampilkan fungsi arsip sebagai memori kolektif daerah yang memiliki nilai historis, yuridis, dan administratif. Dengan pengemasan yang sederhana, masyarakat diajak memahami peran kearsipan dalam mendukung tata kelola pemerintahan yang transparan dan akuntabel. Melalui representasi visual, penonton diajak melihat bagaimana arsip dikelola secara sistematis dan profesional. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya kearsipan, sekaligus mengurangi stigma bahwa arsip hanya sebatas dokumen statis tanpa nilai praktis.
4. **Istilah dalam Perpustakaan.** Video ini menghadirkan konten edukatif mengenai istilah-istilah dasar dalam perpustakaan. Penggunaan pesan visual yang sederhana namun informatif bertujuan untuk memperkenalkan kosakata teknis kepada masyarakat luas, khususnya generasi muda. Dengan demikian, konten tidak hanya bersifat hiburan, tetapi juga meningkatkan literasi informasi. Pendekatan visual berbasis teks, grafis, dan contoh nyata akan memperkuat pemahaman penonton. Strategi ini penting agar audiens lebih akrab dengan istilah yang digunakan dalam praktik perpustakaan sehari-hari, sehingga mereka tidak merasa asing saat memanfaatkan layanan.
5. **Istilah dalam Kearsipan.** Sama halnya dengan bidang perpustakaan, video ini memperkenalkan istilah-istilah yang umum digunakan dalam praktik kearsipan. Pesan visual yang ditampilkan menekankan pentingnya pemahaman dasar terminologi kearsipan agar masyarakat dapat lebih terlibat dalam pengelolaan dokumen pribadi maupun organisasi. Visualisasi berupa contoh arsip, alur penyimpanan, serta penggunaan istilah sederhana membantu menjembatani kesenjangan pengetahuan antara praktisi arsip dan masyarakat umum. Hal ini diharapkan dapat mendorong tumbuhnya

kesadaran kolektif tentang pentingnya arsip dalam kehidupan sosial dan pemerintahan.

6. **Layanan dan Program Kearsipan.** Video ini menampilkan berbagai layanan dan program yang disediakan bidang kearsipan. Pesan visual yang ditampilkan menekankan keterbukaan akses, transparansi layanan, serta dukungan terhadap tata kelola arsip yang profesional. Hal ini penting sebagai bagian dari upaya menciptakan pelayanan publik yang berkualitas. Narasi visual yang memadukan testimoni pegawai dan dokumentasi layanan akan menegaskan bahwa kearsipan bukan hanya pekerjaan administratif, tetapi juga layanan yang memiliki nilai manfaat langsung bagi masyarakat. Dengan demikian, citra bidang kearsipan dapat lebih dikenal dan diapresiasi.
7. **Bagaimana Cara Membuat Kartu Anggota Perpustakaan.** Video ini bersifat instruksional, berfokus pada panduan langkah demi langkah pembuatan kartu anggota perpustakaan. Pesan visual disusun secara sistematis agar penonton dapat mengikuti prosedur dengan mudah. Dengan format yang ringkas dan jelas, video ini berfungsi sebagai media edukasi publik. Selain mempermudah masyarakat, video ini juga mendukung transparansi layanan, karena prosedur yang ditampilkan mengurangi potensi miskomunikasi. Visualisasi ini sekaligus meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap profesionalitas layanan perpustakaan.
8. **Room tour.** Video ini memperkenalkan fasilitas fisik perpustakaan melalui format *room tour*. Pesan visual yang disampaikan bertujuan untuk memberikan pengalaman virtual kepada audiens, sehingga mereka merasa lebih dekat dengan ruang perpustakaan meskipun belum berkunjung langsung. Dengan memperlihatkan tata ruang, koleksi, dan fasilitas pendukung, video ini menegaskan bahwa perpustakaan merupakan ruang publik yang nyaman, modern, dan inklusif. Strategi visual semacam ini

berperan penting dalam menarik minat kunjungan, terutama dari kalangan generasi muda.

9. **Testimoni Pengunjung.** Video ini menampilkan testimoni pengunjung sebagai bentuk komunikasi persuasif. Testimoni memiliki kekuatan retorika yang tinggi karena berasal dari pengalaman nyata pengguna layanan. Pesan visual ini memberikan validasi sosial bahwa perpustakaan dan kearsipan memberikan manfaat langsung bagi masyarakat. Selain itu, penggunaan testimoni sebagai bagian dari narasi visual memperkuat citra positif instansi. Audiens akan lebih percaya ketika pesan disampaikan oleh sesama pengguna, dibandingkan hanya melalui komunikasi formal dari lembaga.

10. **Wawancara Bersama Pegawai Terlama di Instansi.** Video ini menghadirkan wawancara dengan staf terlama sebagai representasi pengalaman, dedikasi, dan kontinuitas organisasi. Pesan visual yang ditampilkan mencerminkan nilai historis serta loyalitas pegawai terhadap instansi. Hal ini memperlihatkan bahwa keberhasilan organisasi juga ditopang oleh sumber daya manusia yang konsisten dan berpengalaman. Selain memberikan perspektif internal, narasi visual wawancara ini juga membangun kedekatan emosional dengan audiens. Melalui cerita dan pengalaman staf senior, penonton dapat memahami perjalanan institusi dari masa ke masa, sehingga citra organisasi semakin otentik dan humanis.

Video-video tersebut dipublikasikan melalui laman akun sosial media Tiktok **@perpusdablora**. Selama tahap pra produksi penulis tidak mengalami hambatan baik secara waktu maupun keterbatasan izin karena koordinasi awal yang dilaksanakan serta komunikasi tindak lanjut terus dilakukan hingga waktu pengambilan bahan video tiba. Pegawai maupun pimpinan yang ada memberikan arahan dan informasi yang jelas kepada penulis untuk menyesuaikan dengan aturan yang berlaku serta bimbingan yang intens selama proses berlangsung.

Pemeran yang dilibatkan dalam proses pembuatan video merupakan rekan organisasi penulis yang berperan menjadi model informatif untuk menjadi sudut pandang pengunjung yang ingin menggunakan sarana prasarana dan memanfaatkan layanan yang ada sehingga penonton mudah memposisikan dirinya ketika berada dalam situasi yang sama dengan mendapatkan informasi yang tersedia dari apa yang dilakukan oleh pemeran. Tahap produksi merupakan tahap lanjut dari proses pra-produksi dalam mengolah video yang ada agar sesuai dengan tema yang telah disusun.



**Gambar 4.12 Publikasi Salah Satu Video Konten Promosi**  
(sumber : Tiktok @perpusdablora)

Tahap pascaproduksi dalam pembuatan konten audio visual tidak berhenti pada proses *editing*, rendering, maupun penambahan *voice over*, tetapi juga meliputi strategi publikasi dan evaluasi performa konten setelah diunggah pada platform media sosial. Pada konteks ini, unggahan video pada akun TikTok resmi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora (@perpusdablora) menjadi bagian integral dari pascaproduksi, karena melalui platform tersebut konten dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan demikian, analisis hasil unggahan merupakan langkah penting untuk menilai sejauh mana tujuan komunikasi dan *branding* institusi dapat tercapai.

Setelah konten diunggah ke laman TikTok, akun @perpusdablora menunjukkan peningkatan signifikan dari sisi jumlah pengikut. Sebelumnya akun ini hanya memiliki 58 pengikut, namun setelah beberapa konten diunggah jumlah pengikut meningkat lebih dari dua kali lipat, yakni menjadi 127 pengikut. Peningkatan ini mencerminkan adanya perhatian dan ketertarikan masyarakat terhadap konten yang dipublikasikan, serta mengindikasikan peran pascaproduksi dalam membangun daya tarik institusi melalui optimalisasi media sosial.

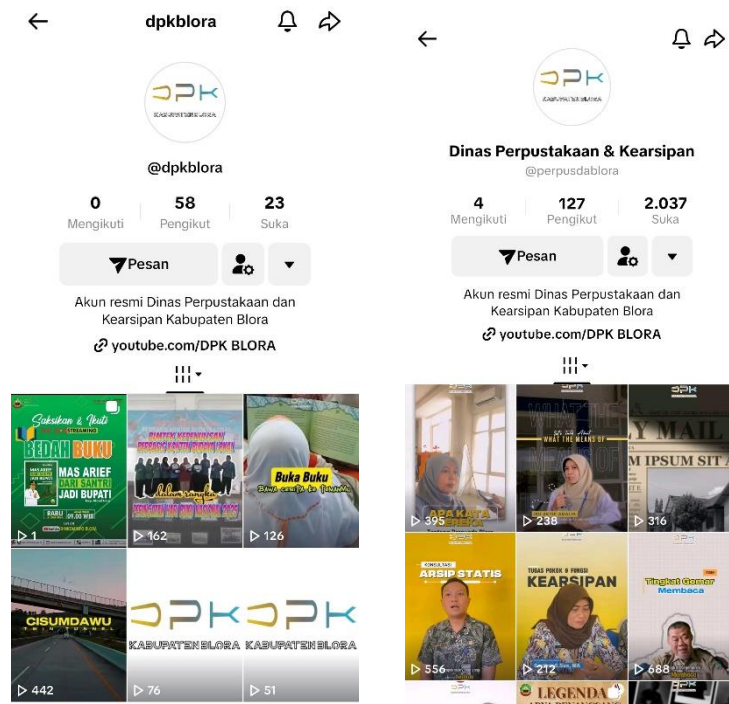
Selain peningkatan pengikut, indikator interaksi lainnya juga mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Jumlah tanda suka (*likes*) yang semula hanya 23, meningkat tajam menjadi lebih dari 2037 (akumulasi total). Lonjakan ini menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menonton, tetapi juga memberikan bentuk apresiasi yang nyata terhadap konten yang diproduksi. Dari perspektif komunikasi digital, jumlah tanda suka dapat menjadi indikator awal bahwa pesan visual dan narasi yang dikemas dalam video mampu menyentuh preferensi serta kebutuhan informasi masyarakat.

Lebih jauh, metrik keterlibatan lain seperti jumlah dibagikan (*share*) juga menunjukkan peningkatan berarti. Sebelum konten diunggah secara terstruktur, tidak terdapat aktivitas berbagi, namun setelah unggahan terbaru, jumlah share mencapai lebih dari 16 kali. Fakta ini mengindikasikan bahwa konten yang diproduksi tidak hanya diterima secara pasif, melainkan juga dianggap memiliki nilai informasi atau hiburan yang layak untuk disebar ke jejaring sosial audiens.

Hal ini memperkuat posisi TikTok sebagai medium strategis dalam meningkatkan jangkauan informasi institusi.

Dari sisi jumlah tayangan (*views*), terjadi peningkatan yang sangat signifikan. Jika sebelumnya tidak ada konten yang mencapai 1.000 tayangan, maka setelah unggahan konten terbaru jumlah penayangan berhasil menembus angka lebih dari 4.481 kali. Peningkatan *views* ini menunjukkan bahwa algoritma TikTok merespons positif terhadap konten yang diproduksi, dengan memberikan visibilitas lebih besar di beranda audiens. Hal ini sejalan dengan strategi konten berbasis audio visual yang relevan, singkat, dan menarik sesuai dengan karakteristik pengguna TikTok.

Dengan demikian, proses pascaproduksi tidak hanya berfokus pada aspek teknis pengolahan video, melainkan juga mencakup evaluasi performa konten yang telah dipublikasikan. Peningkatan pengikut, tanda suka, jumlah *share*, dan *views* menunjukkan adanya efektivitas dalam strategi pascaproduksi yang diterapkan. Hasil ini membuktikan bahwa optimalisasi media sosial, khususnya TikTok, dapat menjadi instrumen yang efektif dalam mendukung upaya *branding* Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora, sekaligus meningkatkan interaksi positif antara institusi dan masyarakat.



**Gambar 4.13** laman Akun Tiktok Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora sebelum dan sesudah publikasi konten  
(sumber : Tiktok @perpusdablora)

*Insight* dari produksi video promosi yang diberikan adalah sebagai berikut :

- Jumlah penonton : video promosi ini telah mendapatkan 4.481+ view yang merupakan akumulasi dari 10 video yang telah diupload dalam laman akun sosial media Tiktok @perpusdablora
- Jumlah suka : untuk jumlah suka dari penonton mendapatkan akumulasi total 2037. Ini menunjukkan nilai positif dari penonton yang melihat konten video promosi tersebut.
- Share : total video dibagikan terhitung sejak satu minggu diunggah dalam laman akun Tiktok, jumlah video dibagikan telah mencapai lebih dari 16 kali dan mendapatkan komentar positif dari berbagai kalangan masyarakat
- Platform unggahan : video promosi ini difokuskan diunggah pada laman akun Tiktok secara keseluruhan. Dalam platform lain, beberapa konten video juga diunggah seperti instagram dan youtube sebagai edukasi kepada

masyarakat secara umum. 10 video yang telah disusun oleh penulis secara menyeluruh telah diunggah di laman akun Tiktok @perpusdablora.

Tahap pascaproduksi konten tidak hanya berhenti pada publikasi dan analisis statistik media sosial, tetapi juga melibatkan evaluasi kepuasan audiens sebagai bentuk umpan balik. Evaluasi ini dilakukan melalui survei yang bertujuan untuk mengukur sejauh mana masyarakat merasa terbantu dan mendapatkan manfaat dari konten video yang diunggah pada akun TikTok @perpusdablora. Melalui survei ini, instansi memperoleh data yang lebih mendalam terkait persepsi masyarakat, sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam perbaikan dan pengembangan konten berikutnya.

Survei dilakukan dengan melibatkan 30 responden yang dipilih secara terbuka melalui penyebaran formulir daring. Formulir tersebut dibagikan dalam bentuk tautan yang dapat diakses oleh masyarakat dan juga disertakan kode QR (scan) agar lebih memudahkan partisipasi. Metode ini memungkinkan jangkauan responden yang lebih luas, serta memberikan fleksibilitas bagi masyarakat untuk mengisi survei kapan saja sesuai dengan ketersediaan waktu mereka.

Instrumen yang digunakan dalam survei terdiri dari dua jenis pertanyaan, yakni skala Likert dan pertanyaan terbuka dalam bentuk isian paragraf. Pertanyaan dengan skala Likert digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan masyarakat secara kuantitatif terhadap aspek tertentu, misalnya kejelasan informasi, daya tarik visual, serta relevansi konten dengan kebutuhan pengguna. Sementara itu, pertanyaan terbuka memungkinkan responden untuk memberikan masukan secara lebih bebas dan mendetail, sehingga menghasilkan data kualitatif yang memperkaya hasil analisis.

Hasil survei menunjukkan bahwa lebih dari 80% responden menyatakan puas terhadap informasi yang disampaikan dalam video. Angka ini merefleksikan bahwa mayoritas audiens menilai konten yang diunggah sudah mampu memenuhi kebutuhan informasi mereka. Tingginya tingkat kepuasan ini juga menjadi indikator bahwa strategi penyajian konten, baik dari sisi visual, *voice over*, maupun

relevansi tema, telah berjalan efektif dalam mendukung fungsi komunikasi institusional.

Lebih jauh, data dari pertanyaan terbuka memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai persepsi masyarakat. Beberapa responden menyampaikan bahwa video memberikan pemahaman baru mengenai layanan perpustakaan, sementara yang lain menilai bahwa penggunaan TikTok sebagai media publikasi merupakan inovasi yang sesuai dengan perkembangan zaman. Temuan ini menunjukkan bahwa konten tidak hanya dipandang informatif, tetapi juga relevan dengan gaya konsumsi informasi masyarakat modern.

Kendati demikian, hasil survei juga memunculkan beberapa catatan kritis dari responden. Beberapa diantaranya menyarankan agar durasi video dibuat lebih singkat agar tidak mengurangi fokus penonton, serta memperbanyak variasi konten untuk menjaga keberlanjutan minat audiens. Masukan ini menjadi penting sebagai dasar untuk penyempurnaan konten berikutnya, sehingga produksi video dapat semakin efektif dalam menjangkau masyarakat

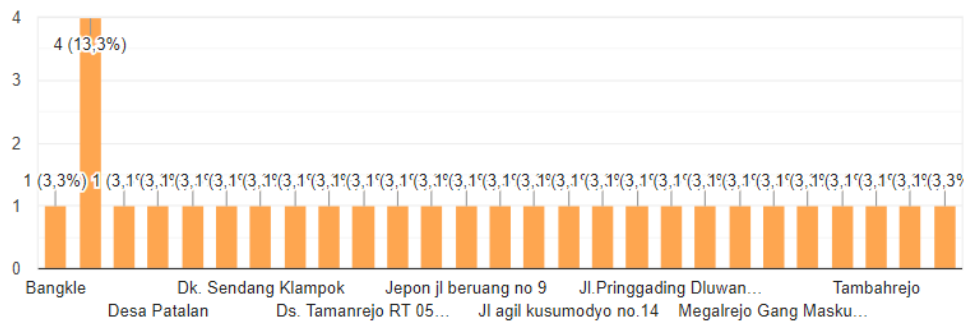
Dari perspektif akademik, pelaksanaan survei ini menunjukkan penerapan prinsip evaluasi partisipatif, di mana masyarakat sebagai audiens dilibatkan secara langsung dalam menilai kualitas produk komunikasi publik. Melalui mekanisme ini, instansi memperoleh gambaran yang lebih objektif mengenai efektivitas strategi komunikasi yang dijalankan, sekaligus meningkatkan transparansi serta akuntabilitas layanan publik.

Dengan demikian, survei kepuasan masyarakat menjadi bagian integral dari tahapan pascaproduksi konten. Pencapaian tingkat kepuasan lebih dari 80% mengindikasikan keberhasilan strategi produksi dan publikasi video yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora. Di sisi lain, kritik dan saran yang muncul dari responden menjadi modal penting dalam upaya inovasi dan pengembangan konten yang lebih berkualitas di masa mendatang.. Data menunjukkan sebagai berikut :

Alamat

 Salin diagram

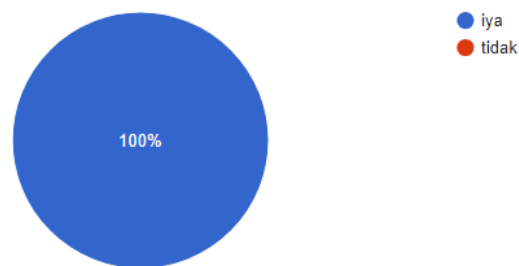
30 jawaban



Punya akun tik tok ?

 Salin diagram

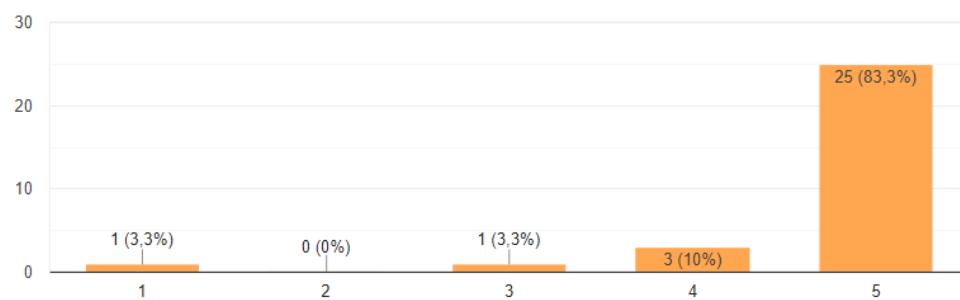
30 jawaban



Apakah anda puas dengan kejelasan pesan atau informasi yang disampaikan dalam 10 video konten TikTok @perpusdablora ?

 Salin diagram

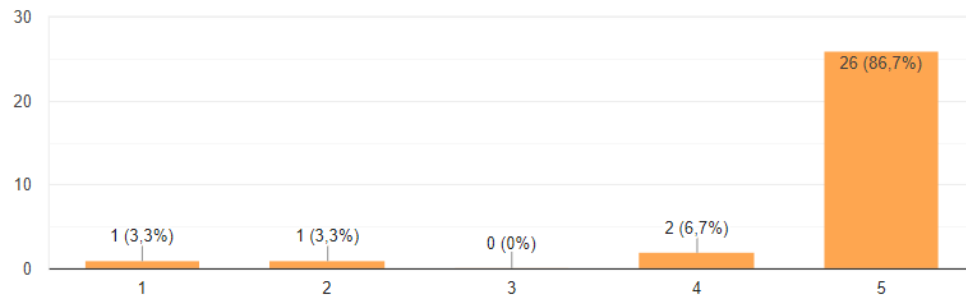
30 jawaban



Apakah anda puas dengan tampilan dan kreativitas 10 video konten yang telah diunggah dalam TikTok @perpusdablora ?

[Salin diagram](#)

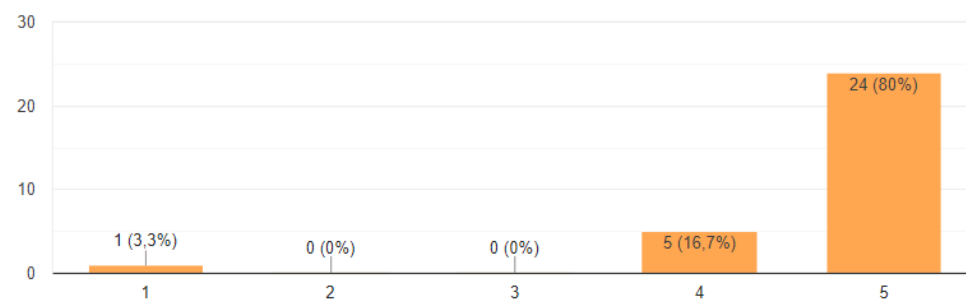
30 jawaban



Apakah 10 video tersebut memuaskan anda dalam mendapatkan informasi yang belum pernah anda ketahui sebelumnya mengenai Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora ?

[Salin diagram](#)

30 jawaban

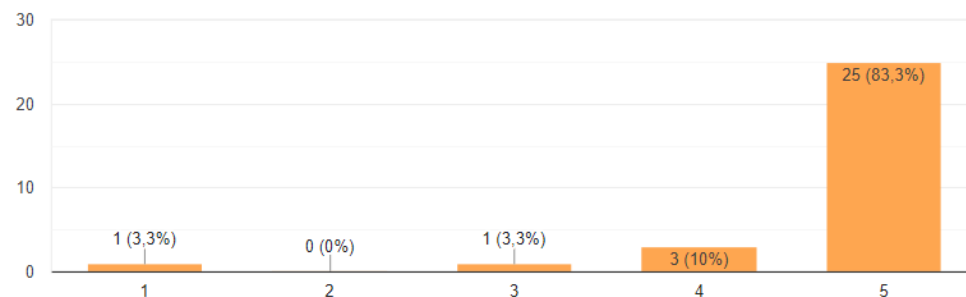


Ac

Apakah anda puas dengan relevansi konten TikTok @perpusdablora terhadap minat anda tentang literasi, arsip, dan perpustakaan ?

[Salin diagram](#)

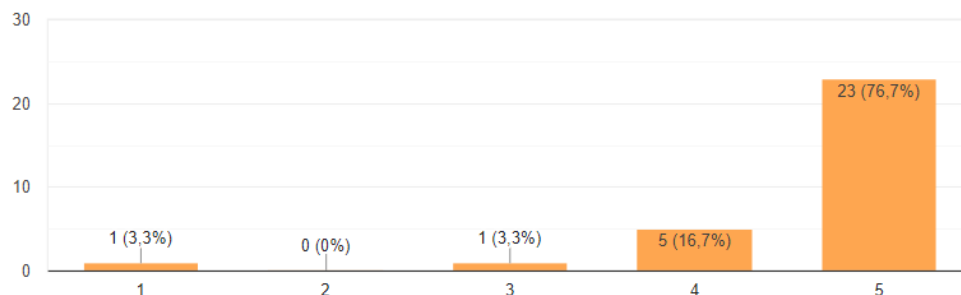
30 jawaban



Apakah anda puas dengan unggahan konten mengenai perbedaan perpustakaan dan kearsipan yang ada di Dinas Peprustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora ?

 Salin diagram

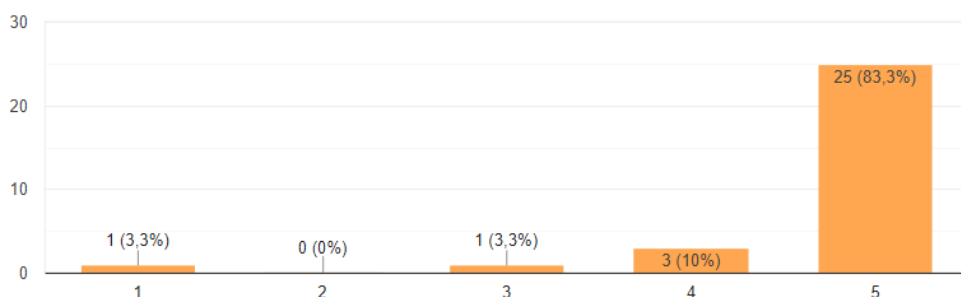
30 jawaban



Melalui beberapa istilah yang telah disajikan dalam bidang perpustakaan dan kearsipan apakah anda puas dalam memahaminya ?

 Salin diagram

30 jawaban



Ac

Dalam survei tersebut 100% pengisi survei telah memiliki aplikasi Tiktok, penulis juga memberikan beberapa pertanyaan yang dapat diisi menggunakan skala likert dan jawaban paragraf. Berdasarkan hasil dari skala likert google formulir tersebut pengisi survei merasa puas dengan hasil konten yang telah diunggah dalam laman akun Tiktok @perpusdablora. Bukan hanya itu, penulis juga menyediakan 3 pertanyaan yang dapat diisi oleh masyarakat dengan akumulasi jawaban sebagai berikut :

- a) Apakah anda tertarik berkunjung ke Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Kabupaten Blora ? dengan hasil jawaban 100% ingin

berkunjung dengan salah satu kutipan jawaban : **“Iya karena perpustakaan daerah Kabupaten Blora menghadirkan 10 konten yang menarik, edukatif, dan relevan seperti pojok literasi digital, ruang baca nyaman, kegiatan komunitas, pameran budaya lokal, layanan konseling remaja, sudut anak, ruang audio visual, pelatihan keterampilan, akses Wifi gratis, serta program literasi kreatif. Jadi, saya pribadi sangat tertarik untuk berkunjung dan menikmati semua fasilitas tersebut”** jawaban dari salah satu narasumber

- b) Konten manakah yang menjadi favorit dari 10 video yang telah diunggah ? 18 dari 30 orang memiliki ketertarikan dengan konten *“Room tour”* dengan salah satu kutipan jawaban : **“Yang paling saya suka konten *room tour* karena dari sana saya jadi tau ruangan apa saja didalamnya, sehingga ketika saya datang berkunjung tidak kebingungan & sudah tahu sebelumnya dari konten *room tour* ini”**
- c) Berikan saran dan masukan kamu untuk konten Tiktok @perpusdablora dengan salah satu jawaban kutipan **“Saran dari saya : Manfaatkan lagu/sound TikTok yang sedang viral untuk membuat konten lebih relevan dan mudah ditemukan di FYP, Membuat konten mini series, seperti tips literasi 1 menit dan buku rekomendasi minggu ini, Mengajak siswa, mahasiswa atau pengunjung aktif untuk jadi bagian dari konten (review buku, vlog belajar, dll)”**

Secara keseluruhan, kesuksesan video promosi ini tidak hanya tercermin dari *metric* jumlah penonton, suka, komentar, dibagikan dan lain sebagainya, tetapi juga dampak positif yang dihasilkannya dalam membangun citra instansi serta meningkatkan pengetahuan masyarakat terkait dengan berbagai macam baik layanan maupun sarana prasarana yang dapat digunakan oleh khalayak umum melalui informasi yang dibagikan dalam video-video tersebut.

#### 4.1.4 Evaluasi

Evaluasi terhadap keberhasilan video yang telah diunggah pada laman TikTok Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora dilakukan melalui pendekatan berbasis data dengan fokus pada dua instrumen utama, yaitu akumulasi hasil insight video pada fitur analitik TikTok serta hasil survei kepuasan masyarakat. Dari segi kuantitatif, indikator penilaian mencakup jumlah tayangan (*views*), interaksi pengguna (*likes*, komentar, dan *share*), serta tingkat keterjangkauan (*reach*). Berdasarkan akumulasi data *insight*, video yang diunggah menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah penayangan dengan tren pertumbuhan stabil, menandakan konten yang disajikan mampu menarik perhatian audiens secara luas. Selain itu, indikator engagement rate atau tingkat keterlibatan juga memberikan hasil positif.

Adanya jumlah dibagikan (*share*) membuktikan bahwa video tidak hanya ditonton, tetapi juga mengundang interaksi aktif dari pengguna, sehingga memperkuat peran TikTok sebagai media yang efektif dalam menyampaikan informasi publik secara interaktif. Dari sisi kualitatif, survei kepuasan masyarakat menjadi dasar untuk menilai persepsi audiens terhadap isi informasi. Hasil survei menunjukkan lebih dari 80% responden merasa puas terhadap konten yang disajikan. Tingkat kepuasan ini menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan informasi masyarakat serta mampu dipahami dengan baik. Indikator yang digunakan dalam survei kepuasan meliputi kejelasan informasi, relevansi isi dengan kebutuhan, kreativitas penyajian, serta daya tarik visual.

Analisis menunjukkan bahwa aspek kreativitas dan kejelasan informasi memperoleh penilaian tertinggi, yang berarti pemanfaatan fitur-fitur kreatif TikTok terbukti berhasil dalam meningkatkan kualitas penyampaian pesan. Temuan ini juga memperlihatkan adanya korelasi antara hasil insight dengan survei kepuasan, di mana tingginya engagement pada insight sejalan dengan tingkat kepuasan masyarakat. Dengan demikian, keberhasilan video tidak hanya ditentukan oleh kuantitas penayangan, tetapi juga kualitas penerimaan pesan oleh audiens, yang memperlihatkan efektivitas strategi komunikasi visual yang digunakan. Secara

akademik dapat disimpulkan bahwa video yang diunggah pada TikTok dinas telah memenuhi indikator keberhasilan dari aspek kuantitatif maupun kualitatif. Pencapaian lebih dari 80% tingkat kepuasan masyarakat menjadi bukti bahwa media sosial TikTok dapat dijadikan sarana optimalisasi *branding* dan penyebaran informasi publik, sehingga strategi ini relevan untuk terus dikembangkan sebagai bagian dari inovasi komunikasi digital instansi pemerintah.