

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

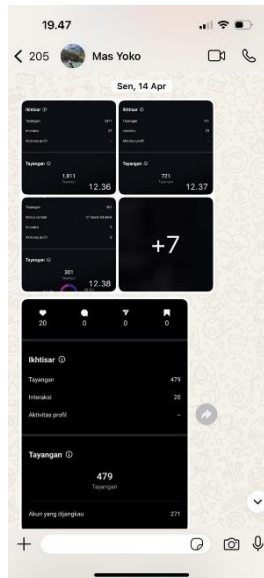
Pada bab ini, penulis akan memaparkan hasil analisis dari keseluruhan proses produksi konten video edukasi sebagai media pengenalan JDIH (Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum) DPRD Kota Semarang. Uraian disajikan secara rinci dan sistematis mulai dari tahap pra-produksi hingga pasca-produksi. Kegiatan ini mencakup pengembangan lima konten video *Reels* Instagram yang dirancang dan dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.

4.1 Analisis Tahap Pra Produksi

Pada tahap pra-produksi, penulis terlebih dahulu melakukan survei awal atau pra-survei untuk mengetahui tingkat pemahaman masyarakat, khususnya generasi muda di Kota Semarang, terhadap keberadaan dan fungsi JDIH DPRD Kota Semarang. Survei dilakukan secara daring pada bulan Februari 2025 dengan total responden sebanyak 102. Hasil dari pra-survei menunjukkan bahwa mayoritas responden belum mengetahui tentang JDIH dan belum pernah mengaksesnya. Temuan ini menjadi landasan utama dalam penentuan fokus konten, yaitu tutorial penggunaan fitur-fitur JDIH secara praktis, serta strategi penyampaian yang komunikatif dan mudah dipahami.

Setelah melakukan survei, penulis melakukan berbagai proses mulai dari pemberian surat permohonan pengambilan data dan kunjungan secara langsung. Pada bulan Maret penulis mengirimkan surat permohonan pengambilan data secara langsung dan diterima oleh staff untuk kemudian diproses kepada bagian umum. Kemudian, kunjungan pertama penulis lakukan pada tanggal 6 Maret 2025 untuk melakukan observasi berupa wawancara bersama Ibu Nuraini Sofia SE, MM selaku Kepala Bagian Humas Divisi Peliputan Sekretariat DPRD Kota Semarang. Pada sesi konsultasi pertama, penulis mendapatkan gambaran awal terkait kebutuhan data tugas akhir. Selain itu, penulis juga disarankan untuk melakukan konsultasi lebih lanjut dengan staff pengelola JDIH DPRD Kota Semarang yaitu Bapak Suyoko. Setelah6

dialihkan ke staff pengelola konsultasi awal dilakukan secara *online* melalui *platform whatsapp* untuk mendapatkan data- data yang diperlukan dalam penyusunan proposal.



Gambar 4. 1 Tangkapan Layar Permintaan Data *Insight* Instagram @sekretariat.dprdkotasemrang Melalui *Whatsapp*

Pengambilan data yang lebih lanjut dilakukan secara langsung dengan proses wawancara kedua bersama Ibu Nuraini Sofia SE, MM selaku Kepala Bagian Humas Divisi Peliputan Sekretariat DPRD Kota Semarang 13 April 2025. Kegiatan tersebut menghasilkan data lanjutan guna memenuhi revisi setelah presentasi proposal. Setelah semua data yang diperlukan telah didapatkan penulis menganalisis kebutuhan berupa *output* yang sesuai dengan tujuan tugas akhir.

Setelah itu, proses selanjutnya yang dilakukan penulis adalah mempersiapkan konsep, perlengkapan syuting, sumber daya manusia atau talent, serta penentuan lokasi pelaksanaan produksi. Selain itu, tahapan yang paling penting dari proses pra-produksi video ialah penentuan naskah atau *Standar Seuquence Guide* (SSG). Naskah ini menjadi acuan saat pengambilan gambar, serta melibatkan sumber daya manusia yang dibutuhkan sebagai *talent*. Salah satu komponen penting dalam tahap pra-produksi adalah

penyusunan naskah video edukasi yang mencakup alur narasi, urutan tampilan visual, serta durasi per segmen. Naskah ini berfungsi sebagai acuan utama dalam proses produksi agar pesan tersampaikan secara sistematis.

Namun, dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa penyesuaian di lapangan karena faktor teknis, keterbatasan waktu, dan kendala sumber daya. Perubahan tersebut mencakup penyesuaian adegan, narasi, durasi, hingga latar suara (*background*) agar tetap relevan dengan pesan utama dan karakteristik *platform* Instagram.

4.2 Analisis Tahap Produksi

Tahap produksi dilakukan dengan pengambilan gambar secara langsung di lokasi Sekretariat DPRD Kota Semarang, khususnya di area JDIH DPRD Kota Semarang. Dalam proses ini, penulis menggunakan alat bantu berupa kamera dan *microphone* eksternal untuk memastikan kualitas gambar dan suara yang optimal. Produksi video melibatkan peran *talent* sebagai pemandu dalam video edukasi, yang sebelumnya telah diarahkan sesuai dengan naskah dan *Standar Sequence Guide* (SSG) yang telah disusun pada tahap pra-produksi.

Proses pengambilan gambar dilakukan selama dua hari, yaitu pada tanggal 3 Juli 2025 dan 15 Juli 2025. Penyesuaian jadwal ini disebabkan oleh ketersediaan lokasi serta *talent* yang terlibat dalam video. Selama proses *syuting*, terdapat beberapa penyesuaian yang dilakukan, salah satunya adalah improvisasi naskah secara spontan di lapangan. Meskipun terjadi improvisasi, substansi narasi tetap mengacu pada SSG dan tidak mengubah makna informasi yang ingin disampaikan. Seluruh proses produksi berjalan dengan lancar dan tetap mempertahankan kualitas isi agar informatif, mudah dipahami, dan menarik bagi audiens. Berikut merupakan penjabaran perubahan narasi, adegan, durasi, dan *background* karya bidang lima konten *Reels* Instagram dengan implementasinya berdasarkan *standard sequence guide*.

4.2.1 Penyesuaian *Standar Sequence Guide* (SSG) Saat Produksi

Tabel 4. 1 Video Reels 1#Apa Itu JDIH

PERUBAHAN	RENCANA AWAL (SSG)	HASIL
Narasi	-	-
Adegan	-	-

Tabel 4. 2 Video Reels 2 #Satu Platform, Sejuta Manfaat!

PERUBAHAN	RENCANA AWAL (SSG)	HASIL
Narasi	-	-
Adegan	- Ilustrasi beberapa <i>talent</i> kebingungan mencari dokumen di browser - Talent mencari dokumen di situs JDIH	- Ilustrasi satu <i>talent</i> saja kebingungan mencari dokumen di google - Talent muncul langsung membawa hp yang sudah membuka situs JDIH

Tabel 4. 3 SSG Reels 3 #Suara Mereka “Testimoni Pengguna JDIH”

PERUBAHAN	RENCANA AWAL (SSG)	HASIL
Narasi	<i>Closing</i> - (Tanpa <i>voice over</i>, hanya musik dan teks animasi muncul di layer)	<i>Closing</i> - Nah, itu dia pendapat dari pengguna JDIH. Kalau kamu kapan nih mau gunain JDIH?
Adegan	<i>Sequence 1</i> - Teks besar “apa kata mereka tentang	<i>Sequence 1</i>

	JDIH?” dengan <i>background</i> kolase pengguna JDIH <i>Sequence 4</i> - <i>Talent</i> pengusaha kecil/UMKM di tokonya membuka HP dan mengakses JDIH <i>Sequence 5</i> - Kolase berbagai wajah pengguna tersenyum dan kolase kegiatan kunjungan yang telah dilaksanakan	- Muncul <i>talent</i> dan berbicara di depan kamera <i>Sequence 4</i> - <i>Talent</i> pengusaha kecil/UMKM di sofa membuka HP dan mengakses JDIH. <i>Sequence 5</i> - Kolase berbagai wajah pengguna tersenyum saja
--	--	--

Tabel 4. 4 SSG Reels 4 #Jejak Prestasi JDIH DPRD Kota Semarang

PERUBAHAN	RENCANA AWAL (SSG)	HASIL
Narasi	<i>Sequence 3</i> - Berbagai prestasi telah diraih JDIH DPRD Kota Semarang. Dari penghargaan tingkat nasional, hingga menjadi rujukan pengembangan JDIH daerah lain. JDIH hadir sebagai sumber informasi hukum	<i>Sequence 3</i> - <i>Improve</i> bapak Moch Imron (Sekretaris DPRD Kota Semarang)

	terpercaya, cepat, dan mudah diakses oleh masyarakat <i>Sequence 5</i> - Dalam upaya terus meningkatkan layanan, JDIH DPRD Kota Semarang meraih Peringkat Terbaik Kedua Nasional dalam Penghargaan Anggota JDIHN Tahun 2024, sebagai bukti dedikasi dalam menyediakan informasi hukum yang akurat dan mudah diakses. Capaian ini tidak lepas dari kerja keras tim pengelola yang terus memperbarui dan memastikan akurasi informasi hukum.	<i>Sequence 5</i> - <i>Improve</i> Ibu Nuraini Sofia (Sub Koordinator Peliputan dan Dokumentasi)
Adegan	<i>Sequence 1</i> - Opening logo JDIH & DPRD Kota Semarang. <i>Background</i> visual Gedung DPRD, <i>fade in</i> ke teks judul.	<i>Sequence 1</i> - <i>Footage</i> kantor DPRD Kota Semarang dan JDIH DPRD Kota Semarang

	<i>Timeline</i> animasi tahun 1999, ilustrasi perkembangan ke digital. <i>Sequence 2</i> - Ilustrasi <i>talent</i> sedang memberikan informasi kepada masyarakat tentang JDIH.	<i>Sequence 2</i> - <i>Footage</i> piala dan piagam penghargaan JDIH
--	--	---

Tabel 4. 5 SSG Reels 5 #Seberapa Tahu Kamu Tentang JDIH

PERUBAHAN	RENCANA AWAL (SSG)	HASIL
Narasi	-	-
Adegan	<i>Sequence 2</i> - Pada SSG <i>talent</i> harusnya muncul berbaris berjajar kebelakang	<i>Sequence 2</i> - <i>Talent</i> muncul satu per satu
Durasi	120 detik	142 detik

4.2.2 Proses *Shooting* Video

Tahapan produksi ini meliputi proses eksekusi pembuatan konten video ini bisa berada di dalam maupun luar ruangan sesuai perencanaan sebelumnya. Proses produksi bertujuan untuk menghasilkan video sebelum memasuki tahap *editing* atau pascaproduksi. Proses *shooting* video dalam proyek Tugas Akhir ini melibatkan berbagai elemen penting, mulai dari pemilihan *talent*, lokasi pengambilan gambar, hingga peralatan produksi yang digunakan.

Setiap elemen tersebut dipertimbangkan secara matang untuk memastikan kualitas hasil akhir yang sesuai dengan target. *Talent* yang terlibat

dalam pembuatan konten ini terdiri dari beberapa individu, yaitu Donna Pintauli Pasaribu dan Devin Januar Siahaan yang memainkan peran penting dalam setiap video yang diproduksi.

Proses pengambilan gambar ini menggunakan kamera Sony tipe a6300, kamera Fuji XS10 serta *microphone shotgun*. Proses *shooting* ini dilakukan dalam dua hari di beberapa tempat berbeda di Sekretariat DPRD Kota Semarang seperti ruang kerja, lobi JDIH, dan area *outdoor* DPRD Kota Semarang. Adapun jadwalnya sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Jadwal Produksi

TANGGAL	KETERANGAN	DOKUMENTASI
3 Juli 2025	Pengambilan video untuk Reels 4 “Jejak Prestasi JDIH” dilakukan di area lobi JDIH, ruang kerja dan lingkungan gedung Sekretariat DPRD Kota Semarang untuk menghadirkan nuansa formal dan profesional yang sesuai dengan tema penghargaan. Teknik pengambilan gambar diawali dengan <i>establishing shot</i> gedung DPRD sebagai pembuka, dilanjutkan dengan <i>medium shot</i> narasumber yaitu bapak Imron dan Ibu Aini yang memberikan penjelasan terkait capaian prestasi. Untuk memperkuat visual, digunakan <i>close-up</i> pada sertifikat, piala, dan dokumentasi foto	 Gambar 4.2 Pengambilan Video Reels 4

	penghargaan yang ditata secara estetis di meja. Beberapa adegan memanfaatkan <i>panning</i> dan <i>tilt up</i> secara perlahan untuk memberikan kesan dramatis pada momen penayangan prestasi.	
3 Juli 2025	Pengambilan video untuk Reels 5 “Seberapa Tahu Kamu tentang JDIH” dilakukan di area lobi DPRD Kota Semarang sebagai titik interaksi dengan responden. Konsep video menggunakan format <i>street interview</i> dengan teknik <i>handheld camera</i> untuk menciptakan suasana santai dan natural. Proses perekaman didominasi oleh <i>medium shot</i> saat pewawancara berdialog dengan responden, diselingi <i>close-up</i> untuk menonjolkan ekspresi spontan dan detail gestur narasumber. Selain itu, digunakan <i>over the shoulder shot</i> untuk memperlihatkan sudut pandang pewawancara saat mengajukan pertanyaan.	 Gambar 4.3 Pengambilan Video Reels 5

15 Juli 2025	Pengambilan video untuk Reels 1 “Apa itu JDIH” dilakukan di dua lokasi, yaitu area depan Gedung DPRD Kota Semarang sebagai latar pengenalan dan ruang kerja Sekretariat DPRD sebagai tempat penyampaian informasi. Adegan diawali dengan <i>establishing shot</i> gedung DPRD untuk memberikan konteks visual, dilanjutkan <i>medium shot</i> narasumber di ruang kerja saat menjelaskan definisi JDIH. Untuk memperkuat informasi, digunakan <i>close-up</i> pada detail dokumen hukum dan layar komputer, termasuk <i>scene pop-up</i> yang menampilkan efek <i>scroll</i> dokumen secara dinamis guna menarik perhatian penonton. Teknik <i>over the shoulder shot</i> dipakai saat memperlihatkan akses ke <i>website</i> JDIH, memberikan kesan perspektif langsung pengguna.	 Gambar 4.3 Pengambilan Video Reels 1
--------------	---	---

15 Juli 2025	Pengambilan video untuk Reels 2 “Satu Platform, Sejuta Manfaat” dilakukan di ruang kerja Sekretariat DPRD Kota Semarang dan area luar gedung untuk menampilkan interaksi langsung dengan mahasiswa ASN, masyarakat umum sebagai representasi pengguna JDIH. Adegan dibuka dengan <i>medium shot</i> narasumber yang kebingung mencari dokumen manfaat JDIH, kemudian berlanjut ke <i>medium shot</i> dan <i>close-up</i> mahasiswa yang sedang mencoba mengakses <i>website</i> di perangkat mereka. Untuk memperjelas informasi, disisipkan <i>scene pop-up</i> berupa cuplikan <i>screen recording</i> yang menampilkan fitur-fitur utama <i>website</i>. Beberapa pengambilan gambar menggunakan teknik <i>panning</i> pelan pada layar laptop dan ponsel untuk mengarahkan fokus penonton.	 Gambar 4.4 Pengambilan Video Reels 2
--------------	---	---

15 Juli 2025	Pengambilan video untuk Reels 3 “Suara Mereka: Testimoni Pengguna JDIH” dilakukan di area lobi dan ruang kerja DPRD Kota Semarang untuk memberikan suasana yang variatif dan dekat dengan publik. Konsep video menonjolkan wawancara singkat dengan pengguna JDIH dari berbagai latar belakang. Adegan menggunakan <i>medium shot</i> saat <i>talent</i> menyampaikan testimoni, diselingi <i>close-up</i> untuk menangkap ekspresi wajah dan gestur yang memperkuat kesan keaslian. Beberapa <i>over the shoulder shot</i> digunakan ketika <i>talent</i> menunjukkan tampilan <i>website</i> di perangkat mereka, memberikan perspektif langsung kepada penonton. Untuk menjaga keterlibatan visual, ditambahkan <i>scene pop-up</i> berupa teks singkat dari testimoni yang muncul sebelum adegan.	 Gambar 4.3 Pengambilan Video Reels 3
--------------	--	---

Teknik pengambilan gambar menggunakan berbagai metode yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik masing-masing konten. Pada konten nomor 1, 2, 3, 4, dan 5, digunakan teknik *follow shoot* dan kamera dinamis yang bergerak mengikuti arah pergerakan talent, memberikan kesan interaktif dan hidup dalam setiap adegan. Sementara pada video lainnya, metode pengambilan gambar menggunakan kamera statis, yang dikombinasikan dengan *medium shoot* dan *zoom shoot* untuk mendapatkan sudut pandang yang lebih fokus dan mendalam. Pemilihan teknik ini bertujuan untuk memberikan variasi visual yang menarik serta menyesuaikan dengan cerita yang ingin disampaikan dalam setiap video.

Sementara bagian video reels 1,2,3 dan 4 ada menggunakan teknik *screen recording* untuk menampilkan cara penggunaan *website* JDIH DPRD Kota Semarang secara langsung dan jelas. Teknik ini dipilih agar penonton dapat mengetahui isi website JDIH.

Dengan perencanaan yang detail dan eksekusi yang teliti, proses *shooting* ini diharapkan dapat menghasilkan konten video yang berkualitas dan mampu menarik perhatian audiens di platform Instagram.

4.3 Analisis Tahap Pasca Produksi

4.3.1 Editing

Setelah *shooting* keseluruhan konten, dilakukan pengklasifikasian dan penyortiran video yang berkualitas. Selanjutnya, video tersebut diedit dengan aplikasi Adobe Premiere Pro dan *editing subtitle* menggunakan aplikasi Capcut PC. Proses edit video menggabungkan banyak komponen dari fitur yang ada pada kedua aplikasi tersebut.

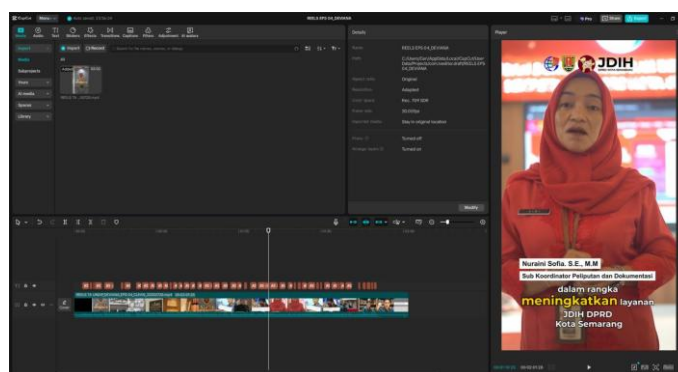
Pada reels 5 terdapat penambahan durasi dikarenakan oleh penambahan teks pertanyaan di sebelum pertanyaan *games*. Pada kegiatan ini diperlukan pula *footage* yang menjadi sumber dokumentasi pelengkap yang tidak dapat penulis ambil sendiri, seperti penambahan efek tulisan “*we’ll be right back*” dan efek suara.

Ditambahkan pula beberapa *screen recorder* yang menjadi klip tambahan, penulis juga menambahkan *voice over* untuk mengisi beberapa *scene*. Adapun langkah yang dalam proses mengedit sebagai berikut:

1. Menyamakan tone warna setiap klip video
2. Menggabungkan video sesuai dengan alur cerita yang telah dimuat pada SSG. Penentuan angel di setiap *scene* sangat diperhatikan agar audiens merasakan interaksi dengan konten edukasi.
3. Masukkan *subtitle* dan sesuaikan dengan setiap klip video agar sesuai.
4. Menentuan jenis *font* dan komponen hiasan pada setiap klip video agar menarik.
5. Masukkan *background* dan lagu yang cocok untuk setiap konten.
6. Menambahkan *sound effect* pada beberapa klip video agar tidak monoton.

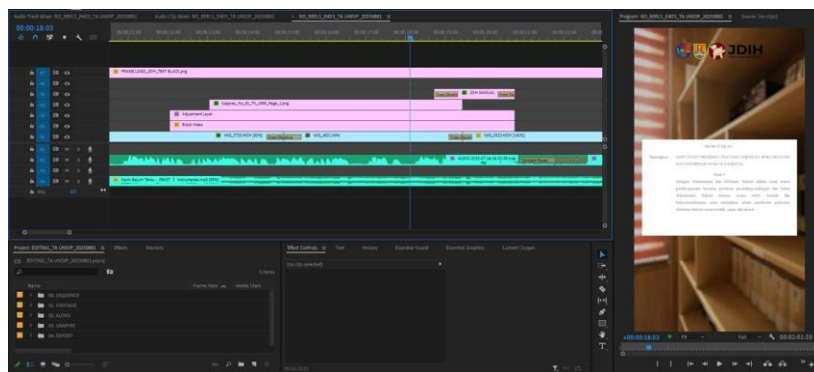
Dalam proses penyuntingan konten video untuk produk Tugas Akhir, dilakukan berbagai langkah teknis yang kompleks demi menghasilkan video yang interaktif dan bermakna. Salah satu teknik yang diterapkan adalah penggunaan *keyframe* untuk mengontrol *zoom in* dan *zoom out*, dengan tujuan menggaris bawahi pesan utama dari video.

Pemilihan *font* dan animasi juga menjadi aspek penting yang disesuaikan dengan nada bicara dalam video, guna menciptakan kesan dramatis yang tepat. *Font Montserrat*, khususnya varian *Bold* dan *Semi Bold*. *Font Montserrat* dipilih sebagai elemen desain sebagai *subtitle* karena tampilannya yang sederhana, sehingga memudahkan audiens dalam memahami pesan video.



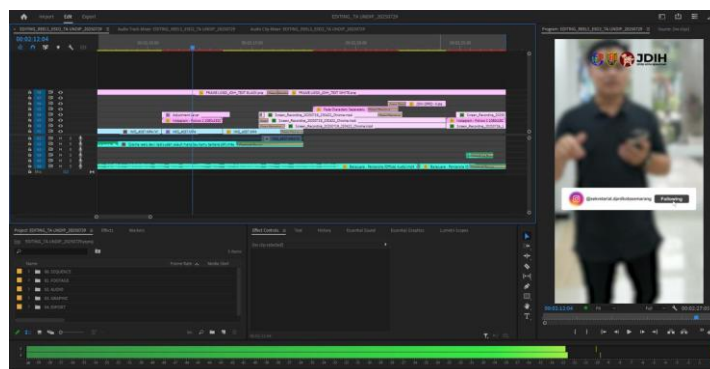
Gambar 4. 2 *Editing Subtitle* dengan *Font Montserrat*

Tidak hanya soal aspek visual dan tenis, video ini juga menampilkan data faktual yang diperoleh dari sumber-sumber tepercaya, dengan kutipan-kutipan yang penting di-*highlight* untuk memperkuat narasi. Tujuan dari setiap video adalah menbgedukasi tentang JDIH DPRD Kota Semarang, terutama pada tahap *interest*, di mana konten harus mampu menampilkan aksi nyata agar audiens lebih yakin dengan pesan yang disampaikan. Pada segmen testimoni, diaplikasikan pada tahap *Desire dan Action*, di mana ulasan dari orang-orang yang menggunakan JDIH disajikan untuk mendorong audiens memutuskan untuk menggunakan JDIH.



Gambar 4. 3 *Editing keyframe Data Faktual*

Sebagai langkah terakhir, ajakan (*call to action*) diperkenalkan untuk mengarahkan penonton agar menggunakan JDIH. Ajakan ini disampaikan baik melalui *talent* di dalam video maupun melalui *bumper out* yang ditampilkan di setiap akhir konten. *Bumper out* tersebut memuat *link website* JDIH dan akun media sosial Sekretariat DPRD Kota Semarang.



Gambar 4. 4 *Editing Penutup dengan Call to Action*

4.3.2 Pembuatan Takarir (*Caption*)

Dalam pembuatan takarir (*caption*), penyesuaian dilakukan berdasarkan konten yang ditampilkan agar relevan dan menarik bagi audiens. Selain itu, penggunaan tagar juga diselaraskan dengan topik utama yang diangkat dalam setiap konten, sehingga memperkuat jangkauan dan keterkaitannya dengan tema yang dibahas. Beberapa tagar yang secara konsisten digunakan dalam setiap konten, seperti #JDIHDPRDKotaSemarang, #SekretariatDPRDKotaSemarang, #MelekHukum, #LiterasiHukum, #EdukasiHukum berfungsi untuk menciptakan keterhubungan antar konten.

Tujuan utama dari penggunaan tagar yang konsisten ini adalah agar konten-konten yang relevan dapat lebih mudah ditemukan oleh audiens ketika mereka mencari menggunakan tagar tersebut. Ini memastikan bahwa setiap konten terintegrasi dalam satu kesatuan yang kohesif dan lebih mudah diakses melalui pencarian berbasis tagar.

Tabel 4. 7 Takarir (*Caption*) Konten

NO	JUDUL KONTEN	TAKARIR (<i>CAPTION</i>)
1	Apa Itu JDIH?	Mau cari dokumen hukum resmi dari DPRD Kota Semarang? Kenalan dulu yuk sama JDIH! JDIH (Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum) itu tempatnya dokumen hukum DPRD yang bisa kamu akses kapan saja.  Tinggal klik jdih.dprd.semarangkota.go.id Yuk mulai melek hukum dari sekarang! Video edukasi ini merupakan hasil kolaborasi dengan Sekolah Vokasi

		UNDIP, Program Studi Informasi dan Humas. #JDIHDPRDKotaSemarang #SekretariatDPRDKotaSemarang #MelekHukum #LiterasiHukum #EdukasiHukum
2	Satu platform, sejuta manfaat!	JDIH itu bukan sekadar arsip! Ada fungsi penting di baliknya, lho! Dengan JDIH, kamu bisa: ☒ Akses informasi hukum ☒ Ikut terlibat dalam keterbukaan public ☒ Dapat info peraturan dengan mudah 📌 Ayo manfaatkan JDIH sebagai sumber informasi hukummu! Akses mudah, info terpercaya. Cek sekarang di jdih.dprd.semarangkota.go.id Video edukasi ini merupakan hasil kolaborasi dengan Sekolah Vokasi UNDIP, Program Studi Informasi dan Humas. #JDIHDPRDKotaSemarang #SekretariatDPRDKotaSemarang #MelekHukum #LiterasiHukum #EdukasiHukum
3	Suara Mereka “Testimoni Pengguna JDIH”	🎤 Gimana pendapat masyarakat tentang JDIH DPRD Kota Semarang?

		Dari mahasiswa, ASN, sampai pelaku UMKM, mereka udah ngerasain manfaatnya. Tonton sampai akhir dan lihat kenapa JDIH penting buat kita semua.  Semua dokumen bisa kamu akses kapan aja di website jdih.dprd.semarangkota.go.id Sekarang giliran kamu! Video edukasi ini merupakan hasil kolaborasi dengan Sekolah Vokasi UNDIP, Program Studi Informasi dan Humas. #JDIHDPRDKotaSemarang #SekretariatDPRDKotaSemarang #MelekHukum #LiterasiHukum #EdukasiHukum #TestimoniJDIH
4	Jejak Prestasi JDIH DPRD Kota Semarang	 Tahukah kamu, JDIH DPRD Kota Semarang masuk peringkat 2 nasional?  Semua berkat pengelolaan yang rutin dan akses terbuka buat masyarakat. Bangga punya layanan hukum sebaik ini di kotamu? Video edukasi ini merupakan hasil kolaborasi dengan Sekolah Vokasi

		UNDIP, Program Studi Informasi dan Humas. #JDIH #JDIHDPRDKotaSemarang #SekretariatDPRDKotaSemarang #MelekHukum #LiterasiHukum #EdukasiHukum #SemarangBerprestasi #JDIHIndonesia
5	Seberapa Tahu Kamu Tentang JDIH?	🧠 Siap uji pengetahuanmu tentang JDIH DPRD Kota Semarang? Yang bener, tandanya udah #MelekHukum nih 🤓 📱 Cek info lengkap tentang JDIH di: jdih.dprd.semarangkota.go.id #JDIHDPRDKotaSemarang #SekretariatDPRDKotaSemarang #GamesJDIH #EdukasiInteraktif #TebakJDIH #LiterasiHukum #EdukasiHukum

4.3.3 Publikasi

Publikasi konten merupakan hal utama dalam menerapkan strategi *Public Relations* yang sudah dirancang sebelumnya. Video konten yang selesai diproduksi akan dipublikasi di akun Instagram Sekretariat DPRD Kota Semarang dengan *username* @sekretariat.dprdkotasemarang. Berikut waktu publikasi video konten yang telah penulis publikasi pada Instagram @sekretariat.dprdkotasemarang.

Tabel 4. 8 Waktu Publikasi Konten

NO	KONTEN	TANGGAL PUBLIKASI	TAUTAN VIDEO
1	“Apa Itu JDIH?”	31 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DMwpFkoTTik/?igsh=YXVuZjBrMjV4Ym16
2	“Satu platform, sejuta manfaat!”	1 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DMz7sArTMhO/?igsh=MW5meDhoMXEwbTd3Mw==
3	Suara Mereka “Testimoni Pengguna JDIH”	2 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DM2e77XzvDc/?igsh=cHJuaGZ2dWo4eHhs
4	“Jejak Prestasi JDIH DPRD Kota Semarang”	3 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DM43GKWzJA-/?igsh=MzExdWUzcHZyeTRk
5	“Seberapa Tahu Kamu Tentang JDIH”	4 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DM7RQibTQl5/?igsh=dTYxNXRndGcxOTQ5

4.3.4 Hasil Review Pihak Klien

Dikarenakan Proyek Tugas Akhir ini melibatkan klien Sekretariat DPRD Kota Semarang, pelaksana proyek meminta *review* klien. Adapun narasumber dan juga sebagai Kepala Bagian Humas Divisi Peliputan Sekretariat DPRD Kota Semarang Ibu Nuraini Sofia SE, MM yang bertanggung jawab untuk publikasi konten di platform media sosial. Klien menyampaikan kesan yang

sangat positif terhadap video yang diproduksi mengenai JDIH DPRD Kota Semarang. Beliau mengaku terkesan dengan kualitas visual yang ditampilkan, yang dinilai jernih, profesional, dan menunjukkan proses produksi yang dilakukan secara serius dan detail. Menurutnya, video tersebut tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga berhasil mengemas materi hukum yang kompleks menjadi narasi yang ringan, runtut, dan mudah dipahami oleh masyarakat, khususnya generasi muda.

Selain itu, klien juga mengapresiasi tim produksi yang terbuka terhadap masukan. Setiap saran yang diberikan diterima dengan baik dan diimplementasikan secara efektif, sehingga hasil akhir dari video tersebut bahkan melebihi ekspektasi awal. Beliau menilai kolaborasi berjalan dengan lancar, komunikatif, dan sangat menyenangkan. Secara keseluruhan, klien merasa puas dengan hasil video JDIH yang dianggap sangat membantu dalam menyediakan konten edukatif hukum yang menarik dan informatif.

4.4 Evaluasi Tugas Akhir

Setelah video konten dipublikasi tentunya masing-masing dari konten mendapatkan *insights* dari para audiens. Setiap konten yang telah dipublikasikan akan dianalisis secara mendalam, mencakup pencapaian target yang diinginkan. Dalam konten edukasi ini, narasi akan lebih berfokus pada penyampaian informasi yang bermanfaat dan memberikan wawasan kepada audiens.

Selanjutnya, analisis ini juga akan mengevaluasi efisiensi penerapan strategi yang telah direncanakan, termasuk penerapan *SSG (Standard Sequence Guide)* yang dirancang sebelumnya. Hal ini mencakup penilaian terhadap seberapa baik konten tersebut mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan pada *Key Performance Indicator*. Adapun data untuk analisis setiap konten diambil pada tanggal 5 Agustus 2025. Harapannya, ulasan setiap konten dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai keefektifan strategi yang digunakan, memberikan wawasan untuk penyempurnaan konten yang akan

datang, dengan fokus pada peningkatan kualitas dan pencapaian target yang lebih optimal di masa depan.

Berikut penulis jabarkan hasil dari publikasi dengan perolehan *insights* dan komentar.

1. “Apa itu JDIH?”

Hasil evaluasi publikasi konten video *reels* ini terdapat beberapa indikator keberhasilan yaitu *viewers* sebanyak 2.197 penonton, jumlah *like* 151, jumlah komentar 12, dan 2 *share*.



Gambar 4. 5 Video Reels “Apa Itu JDIH?”

yang Dipublikasi pada Tanggal 31 Juli 2025

Konten ini dipublikasi pada hari Kamis, 31 Juli 2025. Berdasarkan perhitungan *engagement rate* diperoleh hasil 7,51%. Nilai *engagement rate* tersebut diperoleh dari interaksi dibagi pengikut kemudian dikali 100%. ER muncul dari praktik *digital marketing* dan *social media analytics*. Para praktisi kemudian menyepakati cara paling sederhana untuk mengukur keterlibatan audiens, yaitu:

menunjukkan bahwa konten ini berhasil menarik perhatian dan keterlibatan audiens secara cukup signifikan. Terutama jika dibandingkan dengan rata-rata ER sebelumnya yang hanya berkisar 2,10%, maka pencapaian ini menunjukkan adanya peningkatan efektivitas konten video edukasi dalam menjangkau dan melibatkan audiens. Hal ini sekaligus memperkuat argumen bahwa pendekatan visual interaktif seperti *reels* memiliki potensi besar dalam meningkatkan *engagement* pada akun institusi pemerintahan di media sosial.



Gambar 4. 6 Komentar Audiens pada Konten “Apa Itu JDIH?”

Salah satu bentuk respon audiens yakni dengan komentar positif yang dapat dilihat pada gambar di atas. Tingginya komentar yaitu sebanyak 12 akun yang menyebutkan bahwa konten penuh edukasi dan informatif. Video konten ini berhasil mendapatkan respon paling banyak diantara video konten lainnya. Komentar di atas juga menunjukkan bahwa audiens merespon video konten dengan baik.

2. Satu Platform, Sejuta Manfaat!

Hasil evaluasi publikasi konten video ini terdapat beberapa indikator keberhasilan yaitu *viewers* sebanyak 4.695, 158 *likes*, jumlah komentar 9 dan 3 *share*.



Gambar 4. 7 Video Reels “Satu Platform, Sejuta Manfaat!”

Konten ini dipublikasi pada hari Jumat, 1 Agustus 2025. Nilai ER mencapai 3,62% menunjukkan bahwa konten ini memiliki tingkat keterlibatan yang cukup baik. Hal ini mengindikasikan bahwa konten video edukasi yang disajikan berhasil menarik perhatian audiens dan memiliki potensi untuk terus ditingkatkan dalam strategi konten berikutnya.

Branding program pada konten ini sangat efektif dalam menarik minat audiens yaitu *viewers* sebanyak 4.695 kali, 158 *likes*, dan komentar sebanyak 9 akun. Interaksi di kolom komentar menunjukkan audiens tertarik dengan *website* JDIH seperti pertanyaan yang disampaikan oleh akun Instagram @nxtfnd tentang *update* data hukum untuk bahan skripsi

“informatif bgt, untuk *update* data hukumnya *real time* ga min?? bisa buat bahan skripsian tuh”



Gambar 4. 8 Komentar Audiens pada Konten “Satu Platform, Sejuta Manfaat!”

Meski angka interaksi tidak setinggi beberapa Reels lain yang memiliki format lebih interaktif, capaian ini menunjukkan bahwa konten masih mampu menarik perhatian audiens secara konsisten. Faktor yang memengaruhi tingkat ER ini kemungkinan adalah format visual yang informatif namun tidak terlalu memancing respons aktif, sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam merancang strategi konten serupa di masa mendatang.

3. Suara Mereka “Testimoni Pengguna JDIH”

Hasil evaluasi publikasi konten video ini terdapat beberapa indikator keberhasilan yaitu viewers sebanyak 2.085, 148 likes, jumlah komentar 8 dan 5 share.



Gambar 4. 9 Video Reels Suara Mereka “Testimoni Pengguna JDIH”

Konten ini dipublikasi pada hari Sabtu, 2 Agustus 2025. Diperoleh nilai ER sebesar 7,72%. Persentase ini berada jauh di atas standar rata-rata keterlibatan konten media sosial instansi pemerintahan yang umumnya, sehingga dapat dikategorikan sangat baik.

Testimoni dari pengguna JDIH menciptakan keterlibatan yang kuat dengan audiens. Adanya komentar yang cukup tinggi untuk ukuran konten edukasi menandakan bahwa penonton tidak hanya menonton secara pasif, tetapi juga memberikan respon, baik berupa pertanyaan maupun tanggapan positif terhadap materi yang disampaikan.

Tingkat pembagian (*share*) yang cukup juga mengindikasikan bahwa audiens menilai konten ini relevan untuk dibagikan kepada orang lain, sehingga memperluas jangkauan pesan yang ingin disampaikan. Hal ini menunjukkan bahwa konten testimoni pengguna JDIH dengan implementasi *actions* berkontribusi positif, meningkatkan penonton dalam @sekretariat.dprdkotasemarang.



Gambar 4. 10 Komentar Audiens pada Konten Suara Mereka “Testimoni Pengguna JDIH”

4. “Jejak Prestasi JDIH DPRD Kota Semarang”

Hasil evaluasi publikasi konten video ini terdapat beberapa indikator keberhasilan yaitu viewers sebanyak 1.689 penonton, 127 *likes*, jumlah komentar 6 dan 2 *share*.



Gambar 4. 11 Video Reels “Jejak Prestasi JDIH DPRD Kota Semarang”

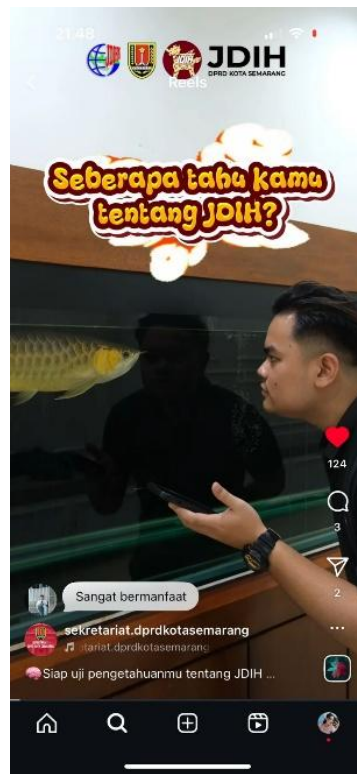
Konten ini dipublikasi pada hari Minggu, 3 Agustus 2025. Konten ini menghasilkan ER sebesar 7,99%. Nilai ini berada jauh di atas rata-rata ER media sosial sebelumnya. *Branding* program pada konten ini sangat efektif dalam menarik minat audiens yaitu, jumlah komentar yang cukup untuk ukuran konten edukasi mengindikasikan adanya interaksi dua arah, di mana audiens tidak hanya menonton, tetapi juga memberikan tanggapan atau pertanyaan.



Gambar 4. 12 Komentar Audiens pada Konten “Jejak Prestasi JDIH DPRD Kota Semarang”

5. “Seberapa Tahu Kamu Tentang JDIH”

Hasil evaluasi publikasi konten video ini terdapat beberapa indikator keberhasilan yaitu *viewers* sebanyak 1.956 penonton, 136 *likes*, jumlah komentar 6 dan 2 *share*.



Gambar 4. 13 Video Reels “Seberapa Tahu Kamu Tentang JDIH?”

Konten ini menghasilkan ER sebesar 7,36%. Angka ini tergolong tinggi dan berada jauh di atas rata-rata ER konten media sosial instansi pemerintahan yang umumnya, sehingga dapat dikategorikan sangat baik dalam hal keterlibatan audiens. Komentar pada konten tersebut masih belum mencapai keberhasilan. Penulis menilai konten ini belum berhasil menarik minat audiens untuk memberikan komentar. Walaupun begitu hasil lainnya seperti *viewers* dan *likes* pada konten ini sudah memenuhi indikator keberhasilan yang dicapai.



Gambar 4. 14 Komentar Audiens pada Konten “Seberapa Tahu Kamu Tentang JDIH?”

4.5 Analisis Hasil dan Evaluasi

4.5.1 Evaluasi

Setelah melakukan seluruh tahapan proyek, selanjutnya penulis melakukan tahapan evaluasi. Tahap evaluasi ini merupakan tahapan terakhir dari seluruh tahapan dan termasuk dalam strategi *Public Relations*. Dalam tahap ini, penulis akan mengevaluasi penyebaran informasi melalui analisis konten Instagram yang telah dipublikasi yaitu berupa *likes*, *view* dan *comment* yang sudah penulis tetapkan dalam indikator keberhasilan pada Bab III.

4.5.2 Analisis Hasil Publikasi

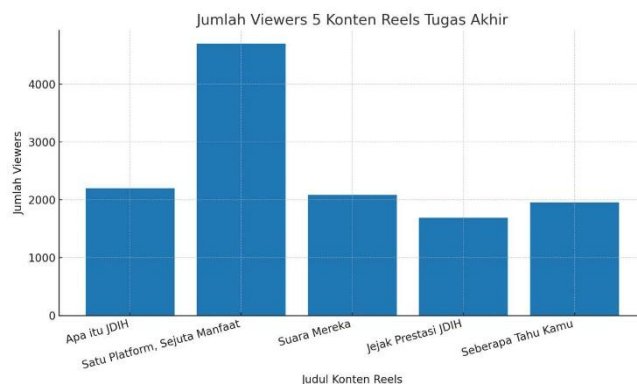
a. Analisis Hasil Publikasi Konten

Berdasarkan analisis terhadap 5 video konten yang penulis telah produksi dan publikasi pada akun Instagram @sekretariat,dprdkotasemarang, *engagement rate* yang telah penulis

tetapkan terbagi menjadi 3 indikator, yaitu berupa *viewers* (penonton), suka (*likes*), dan komentar (*comment*).

1. *Viewers*

Penulis telah membuat 5 video konten yang berhasil mencapai 12.622 *viewers*. Video konten dengan jumlah *viewers* tertinggi adalah “Satu Platform, Sejuta Manfaat!” yang diunggah pada hari Jumat, 1 Agustus 2025 dengan total mencapai 4.695 *viewers*. Hal ini menunjukkan bahwa konten tersebut dapat menarik perhatian audiens dengan baik.



Gambar 4. 15 Jumlah *Viewers* Konten *Reels*

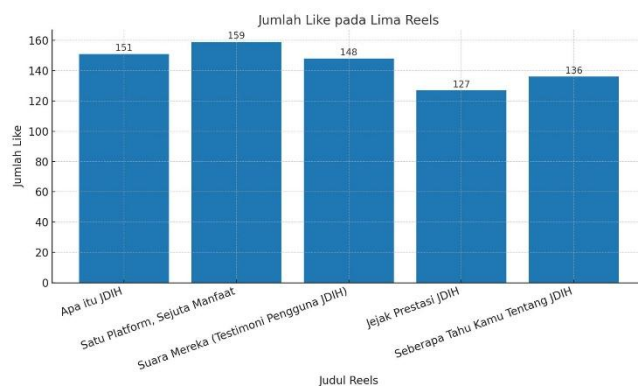
Selanjutnya, *viewers* terendah didapati oleh video konten "Apa Itu JDIH?" dengan total 2.197 *viewers*. Walaupun konten tersebut lebih rendah dari konten lainnya, konten ini tentunya dianggap berhasil karena telah mencapai target pada Indikator yang keberhasilan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Dalam publikasi konten, konsistensi dalam mengunggah dan beragam topik video termasuk salah satu faktor utama untuk meningkatkan penyebaran informasi lebih cepat dengan para audiens. Namun tak hanya memperoleh insights saja, tetapi dapat membangun hubungan citra yang baik antara pemerintah dan masyarakat.

Hal itu akan membuat konten memiliki potensi menjadi populer di beranda Instagram atau yang biasa disebut "Video Reels". Dengan demikian, menerapkan taktik dengan konsisten mengunggah merupakan hal tepat dalam mencapai tujuan untuk meningkatkan pengetahuan informasi para audiens dengan Sekretariat DPRD Kota Semarang.

2. *Like*

Video konten dengan jumlah tertinggi ialah "Satu Platform, Sejuta Manfaat" yang meraih sebanyak 159 *likes* dari audiens. Konten tersebut dipublikasi pada tanggal 1 Agustus 2025. Sebaliknya jumlah *likes* terendah didapatkan oleh video konten "Seberapa Tahu Kamu Tentang JDIH?" sebanyak 127 *likes*. Walaupun konten tersebut mendapatkan jumlah *likes* paling sedikit diantara konten lainnya, tetap saja konten tersebut sudah masuk kedalam target indikator keberhasilan.



Gambar 4. 16 Jumlah *Like* Konten *Reels*

b. Analisis Followers Akun Instagram @sekretariat.dprdkotasemarang

Jumlah *followers* akun Instagram @sekretariat.dprdkotasemarang mengalami peningkatan sejak sebelum hingga sesudah publikasi konten video edukasi sebagai bagian dari Tugas Akhir. Sebelum konten dipublikasikan, jumlah pengikut tercatat sebanyak 906 orang, dan setelah seluruh konten tayang secara berkala, angka tersebut meningkat menjadi

1.201 *followers*. Terdapat kenaikan *followers* mencapai 295 *followers* satu minggu setelah publikasi terakhir.



Gambar 4. 17 Akun Instagram Sekretariat DPRD Kota Semarang Setelah Publikasi Konten

Peningkatan ini menunjukkan adanya minat dan respons positif dari audiens terhadap konten edukatif yang informatif dan dikemas secara menarik. Selain itu, interaksi dalam bentuk likes, komentar, dan share juga mengalami peningkatan yang signifikan, membuktikan bahwa penyajian konten visual yang konsisten dan relevan mampu mendorong pertumbuhan akun dan memperluas jangkauan informasi publik, khususnya terkait layanan JDIH DPRD Kota Semarang.

c. Analisis Matriks Akun Instagram @sekretariat.dprdkotasemarang

Tahap kedua analisis yang penulis lakukan adalah melihat dari analisis matriks utama pada konten Instagram @sekretariat.dprdkotasemarang. matriks utama yang dimaksud adalah indikator kinerja seperti *reach* (jangkauan) jumlah akun unik yang melihat konten dan *impressions* (tayangan) jumlah total tayangan konten. Setelah akun Instagram @sekretariat.dprdkotasemarang mempublikasikan konten di dalam

platform tersebut, hasilnya mendapatkan kenaikan yang cukup signifikan dibandingkan sebelumnya.



Gambar 4. 18 Hasil Analisis Tayangan Matriks Pada 31 Juli-5 Agustus 2025

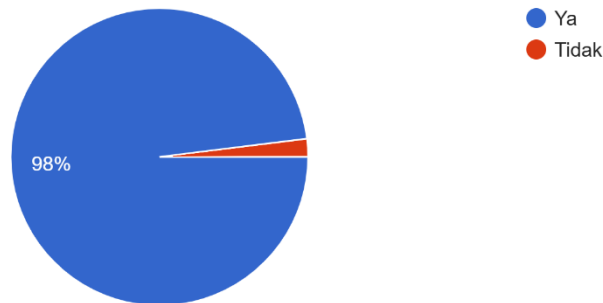
Setelah adanya publikasi konten mengalami kenaikan dalam tayangan sebanyak 9.203 tayangan yang merupakan 55,7% dari pengikut dan 44,3% dari bukan pengikut akun Instagram @sekretariat.dprdkotasemarang. Akun yang dijangkau sebanyak 3.164. Hasil ini membuktikan tayangan dan akun yang dijangkau setelah adanya publikasi konten mengalami peningkatan dalam penyebaran informasi mengenai JDIH.

d. Analisis Hasil Survei

Tahap evaluasi tidak hanya didasari oleh perolehan hasil *insight* pada video konten yang telah dipublikasikan di Instagram. Analisis hasil survei kepada audiens Instagram @sekretariat.dprdkotasemarang juga sangat penting untuk mengetahui respons responden setelah adanya publikasi video konten reels di akun Instagram @sekretariat.dprdkotasemarang. Survei ini ditujukan kepada masyarakat umum di Kota Semarang selama dua hari, terhitung dari tanggal 6 Agustus 2025 sampai 7 Agustus 2025.

3. Apakah setelah menonton video reels, Anda menjadi lebih memahami apa itu JDIH DPRD Kota Semarang?

102 jawaban



Gambar 4. 19 Hasil Survei Pemahaman Masyarakat tentang JDIH

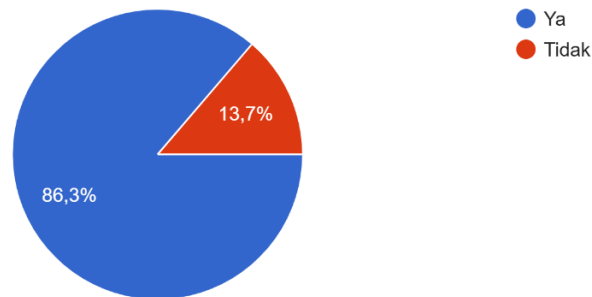
Diagram di atas menunjukkan bahwa sebanyak 98% atau 100 responden dari total 102 responden menjadi lebih mengetahui mengenai JDIH Kota Semarang setelah melihat video konten yang ada pada akun Instagram @sekretariat.dprdkotasemarang.

Sebelum adanya penyebaran konten edukasi, tingkat pengetahuan masyarakat mengenai JDIH DPRD Kota Semarang masih rendah, yaitu hanya 26,5% responden yang mengetahui, sementara 73,5% lainnya belum mengetahui. Setelah konten edukasi dipublikasikan, terjadi peningkatan yang sangat signifikan, di mana angka pengetahuan masyarakat melonjak menjadi 98% dari yang sebelumnya hanya 26,5%.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat kenaikan sebesar 71,5% dalam tingkat pemahaman masyarakat mengenai JDIH dan secara dominan responden menjadi lebih mengetahui informasi mengenai JDIH DPRD Kota Semarang setelah melihat isi dari video konten yang telah disajikan dalam akun Instagram @sekretariat.dprdkotasemarang.

6. Apakah setelah melihat konten video edukasi JDIH, Anda memutuskan untuk mengikuti akun Instagram Sekretariat DPRD Kota Semarang @sekretariat.dprdkotasemarang?

102 jawaban



Gambar 4. 20 Hasil Survei Keputusan Mengikuti Akun Instagram @sekretariat.dprd kotasemarang Setelah Menomnton Video Edukasi

Selanjutnya, sebanyak 86,3% dari responden atau 88 responden memutuskan untuk mengikuti akun Instagram @sekretariat.dprdkotasemarang (gambar 4.16). Hal ini dapat dikatakan bahwa konten-konten yang dibuat berhasil menerapkan video edukasi. Adapaun alasan mereka mengikuti Instagram Sekretariat DPRD Kota Semarang karena konten yang ditampilkan relevan dan infromatif, serta membuat penonton ingin mengikuti kegiatan sosial. Disamping itu, 13,7% responden atau 14 orang lainnya yang tidak mengikuti @sekretariat.dprdkotasemarang.

Kesimpulan dari pasca survei yang telah dilakukan oleh penulis adalah video konten edukasi yang telah dipublikasi dalam platform Instagram @sekretariat.dprdkotasemarang menghasilkan *feedback* yang cukup baik. Hasilnya masyarakat umum menjadi lebih tahu informasi mengenai JDIH.

4.6 Indikator Keberhasilan (*Key Performance Indicators/KPI*)

Untuk mengukur efektivitas dan keberhasilan dari produksi video edukasi pada akun Instagram @sekretariat.dprdkotasemarang sebagai media pengenalan JDIH DPRD Kota Semarang, diperlukan tolok ukur yang jelas,

terukur, dan relevan. Indikator keberhasilan ini mencakup aspek kuantitatif (statistik media sosial) maupun kualitatif (respon dan pemahaman audiens), sehingga dapat digunakan sebagai acuan evaluasi keberhasilan kampanye.

Tabel 4. 9 Indikator Keberhasilan (*Key Performance Indicators/KPI*)

No	Indikator Keberhasilan	Bentuk Ukuran/ Metode Evaluasi
1	<i>Engagement Rate (ER)</i>	Persentase perubahan <i>engagement rate</i> (<i>like, comment, share, save</i>) sebelum dan sesudah publikasi video edukasi. Dihitung dari data <i>insight</i> Instagram. Berdasarkan hasil observasi terhadap 10 unggahan terakhir akun Instagram @sekretariat.dprdkotasemarang, diperoleh rata-rata <i>engagement rate (ER)</i> sebesar 2,10%, yang tergolong rendah menurut standar industri media sosial. Oleh karena itu, sebagai indikator keberhasilan dari produksi video edukasi JDIH, ditetapkan target KPI <i>engagement rate</i> sebesar 4%–5%, atau minimal dua kali lipat dari performa sebelumnya. Target ini mempertimbangkan daya tarik konten berbasis video edukatif yang dinilai lebih interaktif dan informatif, serta diharapkan mampu meningkatkan keterlibatan pengikut terhadap konten yang dipublikasikan melalui fitur instagram reels. Diperoleh sebanyak 6,84% total <i>engagement rate</i>

		(ER) dari 5 video konten yang telah di publikasi di akun @sekretariat.dprdkotasemarang. hal ini menunjukkan bahkan konten edukasi ini telah berhasil mencapai target.
2	Jumlah Tayangan (<i>Views</i>)	Jumlah <i>views</i> dari masing-masing video edukasi yang dipublikasikan di instagram reels. Total berhasil mencapai 12.622 <i>viewers</i> dari 5 video dengan <i>viewers</i> terbanyak di video “Satu Platform, Sejuta Manfaat!” mendapat 4.695 <i>viewers</i> .
3	Pertumbuhan <i>Followers</i>	Selisih jumlah pengikut akun @sekretariat.dprdkotasemarang sebelum dan setelah masa kampanye. Sebelum adanya konten pengikut akun @sekretariat.dprdkotasemarang berjumlah 906 orang. Setelah adanya konten jumlah pengikut menjadi 1.201 yang berarti terdapat 295 pertambahan pengikut.
4	Respons Interaktif Audiens	Jumlah komentar, suka (<i>like</i>), jumlah dibagikan (<i>share</i>), serta jumlah penyimpanan (<i>save</i>) dari setiap video.
5	Peningkatan Pemahaman Audiens	Hasil dari survei pasca publikasi yang mengukur tingkat pengetahuan masyarakat mengenai JDIH. Indikator peningkatan pemahaman dilihat dari perbandingan jumlah responden yang mengetahui JDIH sebelum publikasi

		(26,5%) dan setelah menonton video edukasi (98%). Perubahan signifikan ini menunjukkan bahwa konten edukasi berhasil meningkatkan pemahaman audiens tentang JDIH.
6	Potensi Adopsi oleh Humas DPRD Kota Semarang	Adanya pernyataan atau inisiatif dari pihak Humas DPRD untuk melanjutkan produksi konten edukatif serupa ke depannya sebagai bentuk keberlanjutan kampanye.

4.7 Strategi Keberlanjutan (*Sustainability*)

Keberhasilan produksi video edukasi sebagai media pengenalan JDIH tidak hanya diukur dari peningkatan keterlibatan audiens dalam jangka pendek, tetapi juga dari sejauh mana strategi ini dapat memberikan dampak yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penting untuk merancang sebuah pendekatan komunikasi digital yang dapat dimanfaatkan secara terus-menerus oleh pihak pengelola, dalam hal ini Sekretariat DPRD Kota Semarang.

Video edukasi yang diproduksi dalam tugas akhir ini dirancang bersifat *reusable* dan *evergreen*, artinya konten tetap relevan untuk digunakan dalam jangka waktu yang panjang tanpa perlu diperbarui secara signifikan. Seluruh konten dikemas secara informatif, ringkas, dan visual agar mudah diterima audiens serta memungkinkan untuk digunakan ulang oleh pengelola akun @sekretariat.dprdkotasemarang maupun @jdih.setwankotasmg.

Selain unggahan video, keberlanjutan juga didukung melalui dokumentasi lengkap berupa naskah video, *caption* siap pakai, elemen desain visual, serta struktur narasi yang dapat digunakan sebagai *template* oleh admin akun instagram di kemudian hari. Hal ini memberikan kemudahan bagi pihak Humas DPRD dalam mereplikasi konten atau mengembangkan seri video edukasi berikutnya secara mandiri.

Apabila konten menunjukkan performa positif secara digital dilihat dari indikator seperti peningkatan *engagement rate (ER)*, jumlah penonton, pertumbuhan pengikut, dan respons interaktif, maka strategi ini dapat diadopsi secara resmi oleh Humas Sekretariat DPRD Kota Semarang. Konten tersebut dapat dimasukkan ke dalam kalender konten edukatif rutin sebagai bagian dari agenda sosialisasi dan peningkatan literasi hukum masyarakat.

Dengan demikian, kampanye video edukasi ini tidak hanya menjadi proyek satu kali, tetapi menjadi langkah awal menuju praktik komunikasi digital kelembagaan yang berkelanjutan. Keberlanjutan ini penting untuk memastikan bahwa pengenalan JDIH terus dilakukan secara konsisten, menjangkau masyarakat lebih luas, serta mendukung keterbukaan informasi publik di Kota Semarang.

4.8 Hambatan

4.6.1 Pra Produksi

hambatan utama yang dihadapi adalah kesulitan dalam menjadwalkan koordinasi dengan pihak Sekretariat DPRD Kota Semarang. Hal ini disebabkan oleh padatnya agenda kerja instansi, sehingga penjadwalan survei lokasi dan wawancara narasumber beberapa kali mengalami penundaan. Selain itu, penulis juga mengalami kendala dalam mengakses data dan referensi teknis terkait sistem kerja JDIH karena terbatasnya dokumentasi publik yang tersedia. Hambatan lainnya adalah dalam penyusunan konsep dan naskah video, di mana diperlukan beberapa kali revisi agar konten tetap informatif namun menarik untuk disajikan melalui platform Instagram.

Strategi yang dilakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut adalah dengan menyesuaikan jadwal kegiatan berdasarkan waktu luang narasumber dan pihak terkait, serta memperluas pencarian referensi melalui literatur akademik dan arsip resmi dari BPHN dan situs JDIH nasional. Dalam penyusunan naskah, penulis melakukan diskusi dengan pembimbing dan perwakilan humas Sekretariat DPRD agar pesan edukasi tetap relevan namun komunikatif.

4.6.2 Produksi

Hambatan pada tahap produksi utamanya terjadi saat proses pengambilan gambar. Beberapa masalah teknis muncul seperti pencahayaan yang kurang maksimal dan gangguan suara dari lingkungan sekitar, terutama karena proses *shooting* dilakukan di area kantor yang masih aktif beroperasi. Selain itu, terdapat keterbatasan dalam penggunaan alat produksi, seperti kamera dan mikrofon yang bersifat standar, sehingga memengaruhi kualitas visual dan audio. Penjadwalan ulang juga diperlukan karena narasumber tidak selalu tersedia di waktu yang telah ditentukan.

Strategi untuk mengatasi hambatan ini dilakukan dengan memilih waktu *shooting* di luar jam sibuk kantor, serta memanfaatkan alat bantu pencahayaan tambahan seadanya untuk meningkatkan kualitas gambar. Penulis juga melakukan improvisasi dalam pengambilan gambar dan perekaman ulang suara narasi secara terpisah agar hasil akhir tetap optimal.

4.6.3 Pasca Produksi

Pada tahap pasca-produksi, hambatan yang muncul berkaitan dengan proses *editing* yang memakan waktu lebih lama dari perencanaan awal. Hal ini disebabkan karena penyesuaian durasi video agar sesuai dengan batasan Reels Instagram (maksimal 120 detik) sembari memastikan pesan edukatif tetap tersampaikan secara utuh. Selain itu, terdapat kendala dalam sinkronisasi antara audio dan visual karena beberapa bagian direkam secara terpisah. Hambatan lainnya adalah keterbatasan fitur dalam perangkat lunak editing yang digunakan, sehingga beberapa elemen visual yang diharapkan tidak dapat diwujudkan secara maksimal.

Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis melakukan manajemen waktu dengan memperpanjang durasi *editing* dan membagi pekerjaan pasca-produksi ke dalam tahapan kecil agar lebih terorganisir. Sinkronisasi audio dan visual dilakukan secara manual dengan cermat, dan untuk keterbatasan fitur software,

penulis mengganti efek yang tidak tersedia dengan alternatif lain yang lebih sederhana namun tetap mendukung penyampaian pesan secara efektif.