

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL

Dalam bab ini, akan dibahas secara rinci mengenai tinjauan umum terkait permasalahan yang menjadi fokus utama dalam produksi konten kreatif sebagai media diseminasi informasi prosedur layanan aduan kegawatdaruratan 112 Pemerintah Kota Semarang. Pembahasan ini mencakup seluruh rangkaian proses produksi konten yang dirancang untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat mengenai layanan darurat 112.

Produksi konten kreatif ini dibagi menjadi tiga tahapan utama, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Setiap tahapan memiliki peran penting dalam memastikan bahwa pesan yang disampaikan tersusun secara sistematis, menarik, dan efektif untuk audiens. Pada tahap pra-produksi, dilakukan perencanaan konsep, pembuatan naskah, serta penyusunan *Standard Sequence Guide* untuk memastikan bahwa alur informasi yang disampaikan sesuai dengan Prosedur layanan aduan kegawatdaruratan 112. Selanjutnya, tahap produksi mencakup proses pengambilan gambar, perekaman audio, serta pengolahan *visual* agar konten yang dihasilkan memiliki daya tarik yang tinggi. Pada tahap pasca-produksi, dilakukan penyuntingan serta optimalisasi aspek visual dan audio untuk memastikan kualitas konten sebelum disebarluaskan melalui kanal media sosial resmi.

Tujuan utama dari produksi konten ini adalah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap mekanisme dan prosedur layanan aduan kegawatdaruratan 112, sehingga masyarakat dapat menggunakan layanan ini dengan tepat dan efisien. Dengan *strategi* komunikasi yang mengutamakan pendekatan *visual* yang informatif dan persuasif, diharapkan konten kreatif ini dapat menjadi sarana yang efektif dalam menjawab permasalahan terkait keterbatasan informasi mengenai layanan darurat 112 di Kota Semarang.

4.1 Tahap Pra Produksi

Pada tahap pra-produksi, berbagai persiapan dilakukan untuk memastikan kelancaran pembuatan konten kreatif sebagai media diseminasi informasi mengenai prosedur layanan aduan kegawatdaruratan 112 Pemerintah Kota Semarang. Persiapan ini mencakup koordinasi lebih lanjut dengan pihak Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Diskominfo) Kota Semarang, terutama pada bagian yang bertanggung jawab dalam komunikasi publik dan layanan kedaruratan. Diskusi intensif dilakukan untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan dalam konten sesuai dengan prosedur yang berlaku serta dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

Selain itu, pengumpulan data tambahan dilakukan untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai mekanisme layanan 112, termasuk responsivitas petugas dan tantangan yang dihadapi dalam menjalankan layanan darurat ini. Persiapan teknis juga menjadi bagian penting dalam tahap pra-produksi, meliputi pemilihan peralatan produksi seperti kamera, pencahayaan (*lighting*), perangkat audio, serta properti pendukung yang dibutuhkan untuk mendukung kualitas visual dan narasi dalam konten.

Dalam prosesnya, perencanaan produksi mengacu pada naskah *Standard Sequence Guide (SSG)* dan *Storyboard* yang telah disusun sebelumnya. Panduan ini berfungsi sebagai acuan utama dalam proses produksi guna memastikan alur penyampaian informasi berjalan sistematis, jelas, dan sesuai dengan tujuan *diseminasi* layanan aduan kegawatdaruratan. Namun, sebagaimana produksi media pada umumnya, terdapat kemungkinan perbedaan antara perencanaan awal dengan hasil produksi akhir, mengingat berbagai faktor teknis dan kondisi lapangan yang dapat mempengaruhi eksekusi. Oleh karena itu, fleksibilitas dalam

menyesuaikan konsep produksi tetap diperhitungkan guna memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan tetap efektif dan relevan bagi audiens yang dituju. Sebagai berikut :

1. Pengambilan Data dan Koordinasi dengan Diskominfo Kota Semarang

Pada tahap awal ini, penulis sebagai pencipta karya mengajukan permohonan izin penelitian dan pengambilan data kepada Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Diskominfo) Kota Semarang, yang merupakan instansi yang bertanggung jawab atas pengelolaan layanan aduan kegawatdaruratan Call Center 112. Permohonan ini mencakup pengajuan surat izin penelitian dari Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, yang ditujukan kepada Kepala Bidang Pengelolaan Informasi dan Saluran Komunikasi Publik, serta Kepala Sub Koordinator Pengelolaan Aspirasi dan Informasi Diskominfo Kota Semarang.

Dalam proses koordinasi ini, pencipta karya juga mempresentasikan proposal tugas akhir yang telah disusun untuk memperoleh masukan dan arahan dari pihak terkait, guna memastikan bahwa konten yang dibuat sesuai dengan kebijakan serta prosedur resmi layanan Call Center 112. Selain itu, pengumpulan data dilakukan untuk mengetahui jumlah dan jenis aduan yang masuk ke layanan 112 dalam periode waktu tertentu, termasuk pola aduan yang paling sering dilaporkan oleh masyarakat. Data ini digunakan sebagai dasar dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif melalui produksi konten kreatif.

2. Pembuatan Naskah Standard Sequence Guide (SSG) dan Storyboard

Dalam fase ini, pencipta karya mengembangkan naskah dalam format *Standard Sequence Guide (SSG)* yang mencakup deskripsi visual, narasi, pengaturan durasi setiap segmen, serta pemilihan elemen audio seperti musik dan efek suara. Proses kreatif ini

melibatkan sesi *brainstorming* untuk mengevaluasi dan menyempurnakan naskah yang telah disusun agar lebih menarik dan efektif dalam menyampaikan informasi.

Setelah penyusunan SSG, tahap berikutnya adalah pemecahan naskah menjadi bagian-bagian yang lebih kecil melalui proses *breakdown script*. Pada tahap ini, setiap adegan dijabarkan secara sistematis ke dalam daftar kebutuhan produksi, meliputi lokasi pengambilan gambar, properti yang dibutuhkan, serta aspek teknis seperti pencahayaan dan pergerakan kamera.

Sebagai bagian dari perencanaan visual, juga dibuat *storyboard* yang berfungsi sebagai panduan bagi tim produksi dalam menyusun komposisi adegan dan alur cerita video. Dengan adanya storyboard ini, diharapkan proses produksi dapat berlangsung lebih terstruktur dan efisien.

3. Penentuan Tim Produksi dan Talent

Untuk menghasilkan konten kreatif yang sesuai dengan tujuan diseminasi informasi layanan 112, pembuat karya membentuk tim produksi dan melaksanakan proses rekrutmen talent. Pada tahap ini, dilakukan identifikasi terhadap individu-individu yang memiliki keahlian serta kesiapan untuk berkontribusi dalam produksi video, baik dari sisi teknis maupun peran sebagai pemeran. Berikut adalah susunan tim produksi dan talent yang terlibat dalam proyek ini :

Tim Produksi:

- **Produser** : Ramadhan Putra Kamaludin
 - Bertanggung jawab dalam mengoordinasikan seluruh proses produksi, mulai dari pra-produksi hingga pasca-produksi, serta memastikan kelancaran pelaksanaan proyek sesuai dengan target yang telah ditentukan.
- **Penulis Naskah (Scriptwriter)** : Ramadhan Putra Kamaludin
 - Bertugas menyusun naskah dalam format Standard Sequence Guide (SSG) dan memastikan bahwa alur cerita

serta informasi yang disampaikan sesuai dengan prosedur layanan Call Center 112.

- **Kameramen** : Ramadhan Putra Kamaludin, Bunga Balqis Kusuma dan Muhammad Haidar Ali
 - Bertugas mengatur komposisi visual dalam pengambilan gambar serta memastikan kualitas footage sesuai dengan konsep kreatif yang telah dirancang.
- **Editor**: Ramadhan Putra Kamaludin dan Bunga Balqis Kusuma
 - Memegang tanggung jawab pada fase pasca-produksi, termasuk proses editing video, penyesuaian efek visual dan audio, serta pengolahan teks yang mendukung penyampaian pesan..
- **Talent/Pemeran** : Ramadhan Putra Kamaludin, Bunga Balqis Kusuma, Nofa Setyanto, Bella Natika Akaserani dan Muna Rif'iyatul Lutfiyana.
 - Berperan sebagai tokoh dalam video edukasi dan mini drama untuk menggambarkan situasi nyata terkait layanan 112.

Sebelum produksi dimulai, seluruh tim produksi dan *talent* diberikan pengarahan dalam sesi *briefing*, yang bertujuan untuk memastikan bahwa setiap individu memahami perannya dan bagaimana kontribusinya akan mendukung keseluruhan proyek.

4. Pengaturan Lokasi Produksi

Persiapan lokasi produksi dilakukan dengan mempertimbangkan kesesuaian dengan skenario yang telah direncanakan. Dalam hal ini, lokasi pengambilan gambar dipilih berdasarkan kebutuhan alur cerita serta kemudahan akses untuk proses produksi. Sebelum hari pengambilan gambar, survei lokasi dilakukan untuk memastikan bahwa area yang dipilih memenuhi kebutuhan teknis dan estetika, seperti pencahayaan alami, latar belakang yang sesuai, dan kenyamanan bagi talent serta tim produksi.

Selain itu, koordinasi dengan pihak terkait juga dilakukan untuk

memastikan bahwa proses produksi tidak mengganggu aktivitas publik di sekitar lokasi. Dengan persiapan yang matang, tahap produksi diharapkan dapat berjalan lancar dan menghasilkan konten yang informatif, menarik, serta efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang layanan Call Center 112 Pemerintah Kota Semarang.

5. Alat dan Properti yang Digunakan

Dalam proses pembuatan konten kreatif untuk diseminasi informasi layanan aduan kegawatdaruratan Call Center 112 Pemerintah Kota Semarang, pemilihan alat dan properti dilakukan dengan hati-hati untuk memastikan kelancaran dan kualitas hasil produksi. Peralatan utama yang digunakan meliputi perangkat perekaman, pencahayaan, serta berbagai properti pendukung yang disesuaikan dengan kebutuhan skenario yang telah disusun dalam *Standard Sequence Guide (SSG)* dan *storyboard*.

Table 4 1 Rincian alat dan properti yang digunakan dalam produksi

No	Nama Peralatan/Properti	Deskripsi	Jumlah
1	Kamera	Kamera handphone Iphone 12 dengan kualitas kamer 12 MP.	1
2	Tripod	Inbex plus TF-3120 untuk menjaga stabilitas saat merekam video	1
3	Kartu Memori handphone	Internal storage 128 Gb	1
4	Handphone	Iphone 12 dalam kegunaan publikasi serta editing	1
5	Lighting	Godox LF308D untuk pencahayaan saat produksi konten	1
6	Mikrofon Clip-On	Microphone wireless dari Staffstudio untuk menjernihkan suara	1

No	Nama Peralatan/Properti	Deskripsi	Jumlah
7	Tas	Menyimpan kebutuhan adegan	1

Dalam pemilihan peralatan perekaman, kamera menjadi salah satu aspek utama guna memastikan kualitas visual yang optimal. Menggunakan kamera iphone 12 dipilih karena memiliki resolusi tinggi serta kemampuan perekaman yang stabil, sehingga mampu menangkap detail dengan jelas, termasuk dalam kondisi pencahayaan yang minim.

Selain kamera utama, ponsel juga digunakan sebagai alat tambahan untuk mengambil footage pendukung, terutama untuk perspektif first-person atau keperluan dokumentasi di lokasi produksi. Pencahayaan juga disiapkan dengan teliti untuk memastikan bahwa setiap adegan mendapatkan pencahayaan yang cukup, sehingga menghasilkan gambar yang tajam dan profesional.

Selain peralatan teknis, berbagai properti juga disiapkan untuk mendukung talent dalam memerankan adegan dengan lebih realistis. Properti ini juga berfungsi untuk menciptakan atmosfer yang sesuai dengan skenario dan pesan yang ingin disampaikan dalam video edukasi maupun mini drama.

Pemilihan properti didasarkan pada kebutuhan Standard Sequence Guide (SSG) dan storyboard yang telah disusun, sehingga setiap elemen yang ada dalam video memiliki makna yang jelas dan mendukung efektivitas penyampaian informasi kepada masyarakat. Dengan persiapan alat dan properti yang matang, diharapkan proses produksi dapat berjalan dengan lancar dan menghasilkan konten yang informatif, menarik, serta efektif dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap layanan Call Center 112 Pemerintah Kota Semarang.

4.2 Produksi

Proses pembuatan konten kreatif untuk diseminasi informasi layanan aduan kegawatdaruratan Call Center 112 Pemerintah Kota Semarang berlangsung selama 7 hari dan melibatkan serangkaian langkah yang terorganisir. Tahap pertama produksi dimulai dengan perencanaan yang cermat, yang meliputi penyusunan jadwal pengambilan gambar, penataan lokasi syuting, serta koordinasi antara seluruh tim produksi dan talent.

Table 4 2 Timeplan produksi konten

Judul Konten	Take Video	Editing Video	Publikasi Video	Durasi
Kenapa harus 112? (edukasi)	Senin, 3 maret 2025	Senin, 3 maret 2025	Rabu, 5 maret 2025	60 Detik/ 1 Menit
Kebakaran dirumah!!! (mini drama)	Senin, 3 maret 2025	Senin, 3 maret 2025	Rabu, 5 maret 2025	60 Detik/ 1 Menit
Kapan harus menelpon 112? (edukasi)	Selasa, 4 maret 2025	Selasa, 4 maret 2025	Kamis, 6 maret 2025	60 Detik/ 1 Menit

Bagaimana cara menelpon 112? (edukasi)	Selasa, 4 maret 2025	Selasa, 4 maret 2025	Kamis, 6 maret 2025	60 Detik/ 1 Menit
Apa yang harus disampaikan saat menelpon 112? (edukasi)	Rabu, 5 maret 2025	Rabu, 5 maret 2025	Jumat, 7 maret 2025	60 Detik/ 1 Menit
Apa yang terjadi setelah laporan diterima? (edukasi)	Rabu, 5 maret 2025	Rabu, 5 maret 2025	Jumat, 7 maret 2025	60 Detik/ 1 Menit
Apa yang harus dilakukan saat menunggu bantuan? (edukasi)	Kamis, 6 maret 2025	Kamis, 6 maret 2025	Senin, 10 Maret 2025	60 Detik/ 1 Menit
Kecelakaan motor!!!(mini drama)	Kamis, 6 maret 2025	Kamis, 6 maret 2025	Senin, 10 Maret 2025	60 Detik/ 1 Menit
Jangan menelpon 112 dalam keadaan tidak darurat!!! (mini drama)	Jumat, 7 maret 2025	Jumat, 7 maret 2025	Selasa, 11 Maret 2025	60 Detik/ 1 Menit
Setelah menelpon 112 apa yang harus dilakukan? (edukasi)	Jumat, 7 maret 2025	Jumat, 7 maret 2025	Selasa, 11 Maret 2025	60 Detik/ 1 Menit

Selain itu, kesiapan semua peralatan dan properti yang akan digunakan dalam produksi juga dijamin. Setelah tahap persiapan awal selesai, perhatian utama beralih pada penataan set dan kondisi lingkungan lokasi agar siap untuk proses pengambilan gambar. Pengaturan peralatan perekaman, seperti kamera, pencahayaan, dan perangkat audio, dilakukan untuk memastikan kualitas visual dan suara yang optimal.

Puncak dari tahap ini adalah sesi pengambilan gambar (*shooting*), di mana semua elemen yang telah dipersiapkan sebelumnya dilaksanakan sesuai dengan naskah *Standard Sequence Guide* (SSG) dan *storyboard* yang telah dibuat. Berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai tahapan dalam proses produksi ini.

1. Jadwal Shooting

Pada tahap ini, pembuat karya menyusun rencana jadwal pengambilan gambar dengan memperhatikan dua faktor penting, yaitu ketersediaan talent dan kondisi lokasi shooting. Penjadwalan tersebut bertujuan untuk menjamin kelancaran dan efisiensi produksi serta memaksimalkan pemanfaatan waktu dan sumber daya yang ada. Berikut adalah tabel rundown jadwal shooting yang telah disusun:

Table 4 3 Jadwal produksi konten

No	Judul Video	Hari/Tanggal	Waktu	Lokasi
1	1. Kenapa Harus 112? 2. Kebakaran Di Rumah!!!	Senin, 3 maret 2025	09.00 – 15.00	Kompleks Balaikota Semarang
2	1. Kapan Harus Menelpon 112? 2. Bagaimana Cara Menelpon 112?	Selasa, 4 maret 2025	12.30 – 16.30	Kompleks Balaikota Semarang
3	1. Butuh ambulance kegawatdaruratan? 2. Setelah Laporan Diterima, Ini Proses yang Terjadi!?	Rabu, 5 maret 2025	10.00 – 14.00	Kompleks Balaikota Semarang
4	1. Sambil Menunggu Bantuan Kecelakaan, Lakukan Hal Ini! 2. Kecelakaan lalu lintas!!!	Kamis, 6 maret 2025	09.00 – 12.00	1. Kompleks Balaikota Semarang 2. Kontrakan
5	1. Jangan Menelpon 112 Dalam Keadaan Tidak Darurat!!! 2. Perundungan di Sekolah	Jumat, 7 maret 2025	09.00 – 16.00	Kompleks Balaikota Semarang

Jadwal ini berfungsi sebagai pedoman utama dalam pelaksanaan produksi, memfasilitasi koordinasi yang lebih efisien antara anggota tim, serta mempersiapkan diri untuk mengatasi kemungkinan masalah yang mungkin timbul selama proses pengambilan gambar. Dengan adanya timeline yang terorganisir dengan baik, pembuat karya dapat memantau perkembangan proyek dan memastikan bahwa setiap tahap berlangsung sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Selain itu, penyusunan jadwal *shooting* juga memperhitungkan faktor eksternal, seperti kondisi cuaca dan situasi di lokasi, untuk meminimalkan hambatan yang berpotensi mengganggu jalannya produksi.

2. Pengaturan Pengambilan Gambar

Produksi konten kreatif ini dilakukan dengan metode pengambilan gambar langsung di lapangan (*live shoot*), di mana setiap adegan direkam berdasarkan skenario yang telah dirancang melalui *Standard Sequence Guide (SSG)* dan *storyboard*.

Proses pengambilan gambar menggunakan pendekatan kamera tunggal (*single camera*), yang dipilih karena mampu memberikan efisiensi serta fleksibilitas tinggi selama produksi, sekaligus memudahkan fokus pada momen-momen penting dalam adegan.

Rekaman dilakukan secara berurutan mengikuti struktur adegan dalam *storyboard*. Beragam teknik sinematografi diterapkan dalam produksi ini, antara lain:

- *Wide Shot (WS)*

Untuk menampilkan keseluruhan suasana lokasi dan memberikan gambaran umum latar.

- *Medium Shot (MS)*

Digunakan untuk menangkap interaksi antar pemeran serta ekspresi wajah dengan lebih jelas.

- *Close-Up (CU)*

Menekankan pada detail spesifik, seperti ekspresi wajah atau objek penting dalam scene.

- *Tracking Shot*

Mengikuti gerakan pemeran untuk menambah dinamika dalam alur cerita.

Penataan cahaya juga menjadi salah satu aspek krusial, terutama pada adegan yang memerlukan pencahayaan tambahan untuk memastikan kualitas visual yang maksimal dan tampak profesional.

3. Shooting

Setelah tahap perencanaan dan persiapan selesai, produksi memasuki fase pengambilan gambar (*shooting*). Pada tahap ini, pengambilan *footage* dilakukan berdasarkan skenario yang telah disusun dalam *SSG* dan *storyboard*, dengan memastikan setiap adegan terekam sesuai konsep yang telah dirancang.

Selama *shooting*, produser bertanggung jawab dalam mengarahkan keseluruhan proses, memastikan bahwa setiap adegan dieksekusi sesuai visi kreatif yang telah dirancang. Sementara itu, kameramen bertugas mengatur komposisi gambar, Pencahayaan serta sudut pengambilan gambar dirancang sedemikian rupa agar dapat menunjang penyampaian pesan secara maksimal. Selama proses produksi, terdapat beberapa kendala teknis yang perlu diperhatikan, seperti:

- Kondisi lingkungan tempat pengambilan gambar, termasuk potensi gangguan suara dari sekitar lokasi.
- Pengaturan pencahayaan, khususnya untuk adegan yang direkam pada siang hari atau di tempat dengan perbedaan intensitas cahaya yang tajam.
- Koordinasi antar pemeran, agar ekspresi dan dialog yang disampaikan sesuai dengan skenario dan tujuan pesan yang ingin dikomunikasikan.

Sebagai ilustrasi, dalam pembuatan video edukatif mengenai prosedur pelaporan keadaan darurat ke Call Center 112, pengambilan gambar dilakukan di lokasi yang representatif seperti hall kantor Wali Kota

Semarang, situation room, serta kawasan Balaikota.

Untuk adegan-adegan yang menggambarkan situasi darurat seperti kecelakaan atau kebakaran, penggunaan efek visual maupun suara tambahan direncanakan pada tahap pascaproduksi guna menambah kesan realistis.

Di samping aspek teknis, selama proses pengambilan gambar juga dilakukan pemantauan terhadap ekspresi wajah dan intonasi para pemeran agar pesan yang disampaikan lebih alami serta mudah dipahami oleh penonton.

4.3 Tahap Pasca Produksi

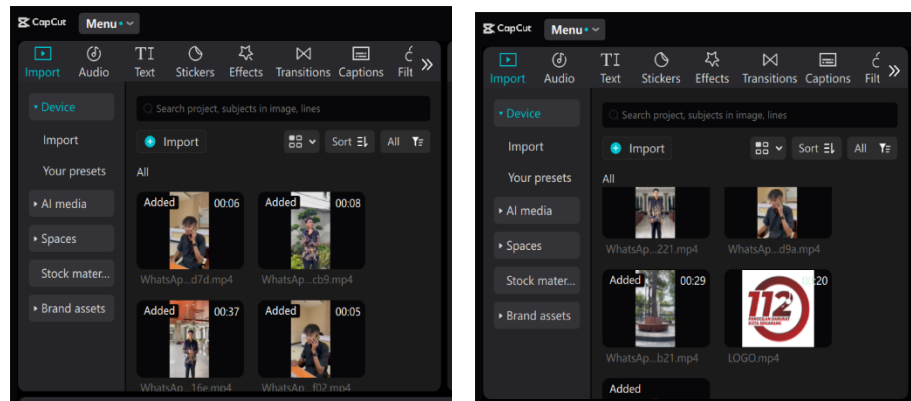
Setelah seluruh proses produksi rampung dan pengambilan gambar dilaksanakan sesuai dengan panduan *Standard Sequence Guide (SSG)* serta *storyboard* yang telah disusun, proyek ini memasuki fase pascaproduksi. Tahapan ini merupakan bagian akhir dari produksi konten kreatif untuk *diseminasi* informasi terkait layanan aduan kegawatdaruratan Call Center 112 Pemerintah Kota Semarang, di mana seluruh rekaman yang diperoleh akan melalui proses penyuntingan dan penyempurnaan sebelum akhirnya siap dipublikasikan.

Proses pascaproduksi diawali dengan beberapa langkah penting, seperti pengumpulan bahan rekaman, pemilahan klip, penyusunan alur video berdasarkan naskah, hingga perbaikan visual dan audio. Dalam proses pengeditan ini, digunakan perangkat lunak *CapCut Pro* karena dinilai mudah diakses serta memiliki fitur yang mendukung kebutuhan pascaproduksi secara optimal. Berikut ini adalah tahapan-tahapan yang dilalui dalam fase pascaproduksi

1. Importing

Pada tahap awal penyuntingan, seluruh hasil rekaman video dikumpulkan dan dimasukkan ke dalam perangkat lunak *editing*. Tahapan ini mencakup pengelompokan *file*, pemisahan klip sesuai dengan adegannya, serta pemeriksaan kualitas visual dan audio untuk memastikan tidak ada data yang rusak atau terlewatkan.

Setiap klip yang telah dimasukkan akan ditampilkan dalam bentuk pratinjau (*thumbnail*), sehingga memudahkan editor dalam memilih bagian *footage* yang layak digunakan. Setelah seluruh materi tersusun dengan sistematis, proses pengeditan video dapat segera dilakukan.

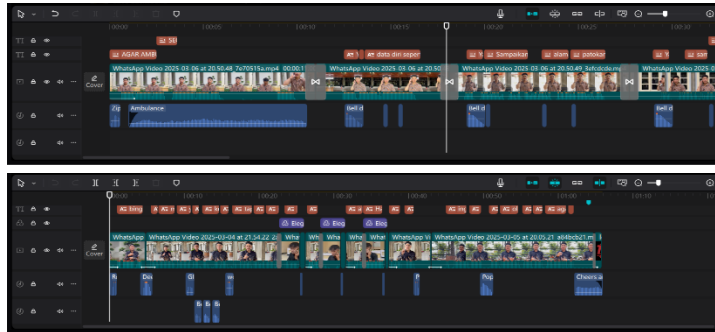


Gambar 4 2 Proses importing video

2. Assembly

Assembly merupakan tahap awal dalam penyusunan video sebelum memasuki proses editing lebih lanjut. Pada tahap ini, editor mengatur urutan video sesuai dengan naskah *SSG* dan *storyboard*, menyusun adegan dari pembuka hingga penutup agar membentuk narasi yang jelas dan terstruktur.

Dalam tahap ini, penyambungan video masih bersifat dasar, tanpa penambahan efek visual atau transisi, guna memberikan gambaran kasar mengenai alur keseluruhan video. Durasi setiap klip tetap dipertahankan sesuai dengan konsep awal sebelum masuk ke tahap penyempurnaan.



Gambar 4 3 Proses assembly video

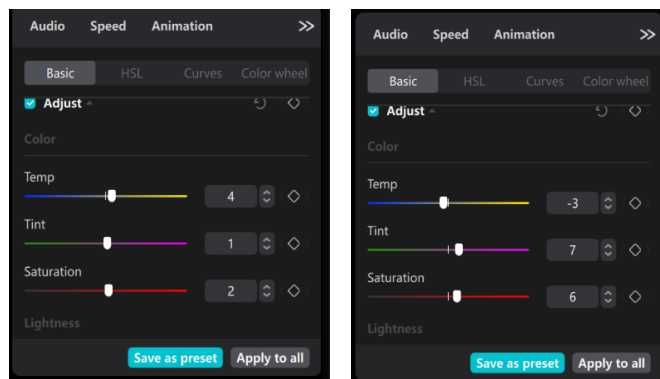
3. Colour Grading dan Filter Enhancement

Dalam rangka meningkatkan kualitas tampilan visual, dilakukan proses *colour grading* serta penyempurnaan melalui *filter enhancement* untuk menyelaraskan tone warna sehingga tampak lebih menarik dan konsisten di seluruh bagian video. Proses *colour grading* mencakup penyesuaian beberapa parameter, seperti:

- *Exposure*
Mengatur tingkat pencahayaan agar setiap detail terlihat dengan jelas.
- *Kontras* dan *Kecerahan*
Menciptakan keseimbangan visual antara bagian terang dan gelap.
- *Saturasi*
Menambahkan intensitas warna agar visual tampak lebih hidup dan dinamis.
- *White Balance*
Mengoreksi keseluruhan warna agar tampak alami dan sesuai dengan kondisi pencahayaan saat pengambilan gambar.

Sementara itu, *filter enhancement* dimanfaatkan untuk memperbaiki aspek *visual* tertentu, seperti menyempurnakan warna kulit subjek, menonjolkan detail dalam adegan dengan pencahayaan minim,

serta memberikan nuansa sinematik agar hasil akhir tampak lebih profesional.



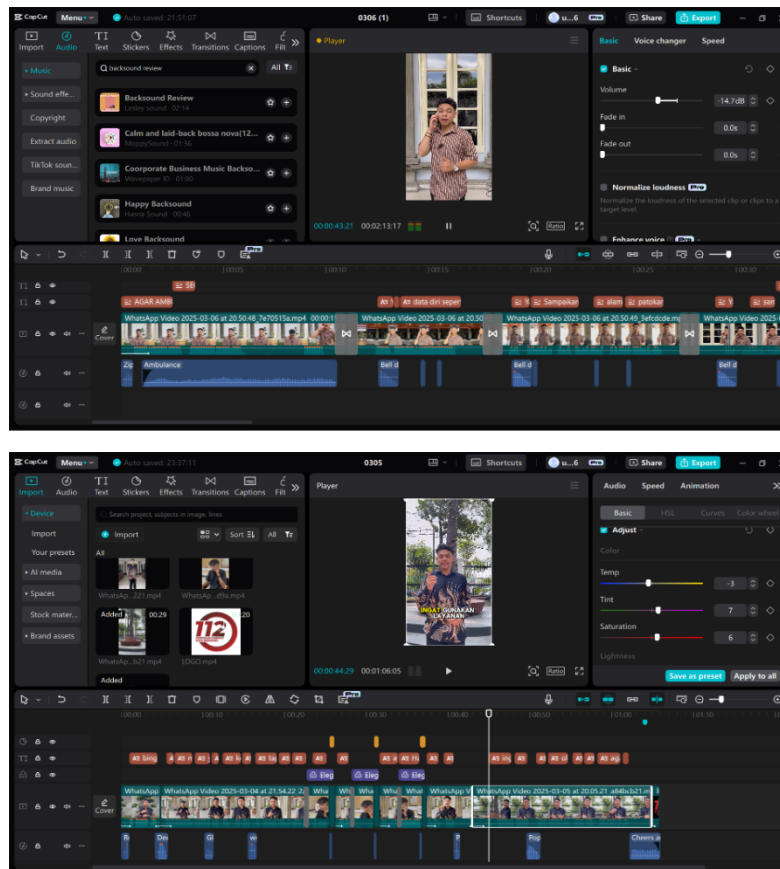
Gambar 4 4 Proses color grading dan filter

4. Preview Final Editing

Setelah proses editing selesai secara keseluruhan, dilakukan sesi peninjauan akhir terhadap video untuk memastikan bahwa hasilnya telah memenuhi standar yang ditetapkan. Pada tahap ini, *editor* akan menonton ulang video secara menyeluruh dengan memperhatikan berbagai aspek, antara lain:

- Keterpaduan alur cerita dengan naskah dan storyboard yang telah disusun.
- Kualitas tampilan visual dan audio, guna memastikan tidak terdapat kesalahan atau bagian yang masih perlu perbaikan.
- Kejelasan penyampaian pesan, memastikan bahwa informasi dapat dimengerti dengan baik oleh audiens sasaran.

Apabila ditemukan kekurangan, maka revisi akan dilakukan sebelum masuk ke tahap *finalisasi*.



Gambar 4 5 Proses final editing

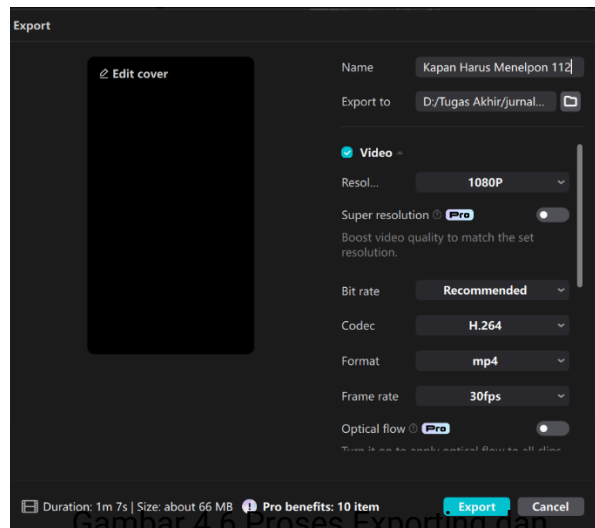
5. Exporting dan Rendering

Langkah akhir dalam proses pascaproduksi adalah tahap ekspor dan rendering, di mana hasil akhir dari proses penyuntingan video diubah ke dalam format final yang siap untuk dipublikasikan. Pada fase ini, editor menetapkan sejumlah pengaturan teknis penting, seperti:

- Resolusi video (contohnya 1080p Full HD atau 4K, menyesuaikan dengan kebutuhan).
- Jenis file output (seperti MP4, MOV, dan lain-lain, tergantung media distribusi yang digunakan).
- Pengaturan bitrate dan metode encoding untuk memastikan keseimbangan optimal antara kualitas visual dan ukuran file.

Proses rendering memastikan bahwa semua elemen video termasuk transisi, efek visual, serta teks informatif tergabung secara sempurna

dalam satu file. Setelah rendering selesai, video siap untuk diunggah dan didistribusikan melalui kanal media sosial Call Center 112 Kota Semarang serta platform lainnya yang telah direncanakan.



Rendering

4.4 Pembahasan Hasil Konten

4.4.1 Analisis Standard Sequence Guide (SSG)

Dalam proses produksi konten kreatif untuk penyebaran informasi mengenai layanan aduan kegawatdaruratan Call Center 112 milik Pemerintah Kota Semarang, pencipta konten merujuk pada *Standard Sequence Guide (SSG)* yang telah disiapkan sebagai acuan utama dalam tahapan pengambilan gambar.

Meski demikian, dalam pelaksanaannya, beberapa elemen berjalan sesuai rencana, sementara sebagian lainnya mengalami penyesuaian baik karena masukan dari pihak klien maupun perubahan situasi di lapangan. Penyesuaian ini dilakukan guna memastikan bahwa hasil akhir tetap relevan, efektif dan optimal dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, tanpa mengurangi kualitas maupun esensi dari pesan yang ingin disampaikan.

1. "Kenapa Harus 112?"

Table 4.4 Analisis Standard Sequence Guide (SSG) Konten Berjudul "Kenapa Harus 112?"

Perubahan	Rancangan Awal	hasil
Durasi	60 detik	38 detik
Scene 3	"Dari kebakaran, kecelakaan, hingga kriminalitas, semua bisa ditangani melalui Call Center 112. Berawal dari panggilan masuk, verifikasi informasi, penugasan kepada petugas terdekat, Tindakan oleh petugas lapangan hingga penutupan panggilan. Oh iyaa... satu lagi. Semua layanan yang diberikan gratis, cepat, mudah, aman dan 24 jam loh..."	"Dari kebakaran, kecelakaan, bencana hingga kriminalitas, semua bisa ditangani melalui Call Center 112. Oh iyaa... satu lagi. Semua layanan yang diberikan gratis, cepat, mudah, aman dan 24 jam loh..."

Awalnya direncanakan 60 detik, tapi saat proses *editing*, ternyata isi videonya sudah cukup padat dan jelas dalam 38 detik. Kalau dipaksakan tetap 60 detik, justru terkesan tidak efektif dalam informasinya. Selain itu, durasi di bawah 40 detik dinilai lebih cocok untuk *platform* seperti Instagram Reels yang cenderung menampilkan video singkat agar penonton tidak bosan.

Narasi awal *Scene 3* menjelaskan alur lengkap layanan 112, mulai dari panggilan masuk sampai penutupan laporan. Tapi setelah dicoba dalam video, narasi itu terasa terlalu panjang dan

berat. Akhirnya bagian teknis prosedur dipotong dan fokusnya digeser ke jenis-jenis keadaan darurat yang bisa dilayani dan keunggulan layanan 112, seperti gratis dan 24 jam. Alasannya karena kalau dijelaskan semua secara detail dalam 1 menit, penonton bisa bingung atau malah nggak fokus. Jadi alur teknis akan lebih cocok disampaikan di konten edukatif lainnya.

2. ``Kebakaran Di Rumah!!!

Table 4 5 Analisis Standard Sequence Guide (SSG) Konten Berjudul "Kebakaran Di Rumah!!!"

Perubahan	Rancangan Awal	hasil
Judul	Kebakaran Di Rumah!!!	Tidak ada perubahan
Durasi	60 detik	39 detik
Scene 1	(Efek suara api, teriakan panik) "Oh tidak, dapurku terbakar!"	"terjadi kebakaran? Tenang, sampaikan ini Saat Menghubungi 112!"
Scene 2	"Tenang, aku harus menelepon 112!"	"jawaban yang perlu disiapkan untuk kebutuhan data terkait kasus kebakaran"
Scene 3	(Suara petugas) "Baik, nisa dibantu lokasi kejadiannya ibu? (data-data yang dibutuhkan) Kami segera mengirim pemadam kebakaran terdekat yaitu (lokasi damkar terdekat dari kejadian kebakaran). Mohon ditunggu kehadiran petugas damkar yang kami kerahkan yaa bu	1. nama dan nomer telepon yang siap dihubungi 2. lokasi kejadian 3. Berapa jumlah korban jiwa 4. objek apa yang sudah terbakar 5. apakah PLN sudah memadamkan listrik atau belum

	dalam kisaran waktu (estimasi waktu yang bisa diberikan dalam case tersebut)!"	
Scene 4	"Terima kasih 112, responnya cepat dan sangat membantu!"	setelah laporan diterima, mohon ditunggu kehadiran pemadam kebakaran yang akan segera menuju lokasi kejadian

Durasi video yang lebih pendek dipilih agar lebih ramah untuk penonton di media sosial. Dengan hanya 39 detik, konten tetap jelas dan padat, tanpa membingungkan atau membuat penonton kehilangan fokus.

Awalnya dibuka dengan adegan dramatis kebakaran lengkap dengan suara panik. Tapi kemudian diubah menjadi pembuka yang langsung menyampaikan informasi penting *"apa yang harus disiapkan saat menghubungi 112 dalam situasi kebakaran"*

Alasannya, pendekatan dramatis ternyata memakan durasi dan bisa membingungkan penonton tentang inti pesannya. Dengan mengganti bagian ini menjadi ajakan informatif sejak awal, penonton langsung tahu arah kontennya yaitu edukasi, bukan sekadar simulasi kebakaran.

Narasi petugas yang semula panjang dan disampaikan secara dramatis diubah menjadi poin-poin pertanyaan penting yang perlu disiapkan saat menelepon 112:

- Nama dan nomor telepon pelapor
- Lokasi kejadian
- Jumlah korban
- Objek yang terbakar
- Status listrik (apakah sudah dipadamkan)

Format poin-poin ini dipilih agar lebih mudah dipahami dan diingat, terutama jika penonton ingin menyimpan atau membagikan ulang kontennya. Ini juga memudahkan visualisasi saat diedit menjadi video satu menit.

Kalimat penutup awalnya berupa ucapan terima kasih dari korban kebakaran. Namun diubah menjadi penegasan bahwa setelah pelaporan diterima, tim pemadam akan segera menuju lokasi. Hal ini bertujuan memastikan penonton tahu bahwa laporan tidak berhenti di telepon saja, tapi langsung ditindaklanjuti oleh petugas.

3. Kapan Harus Menelpon 112?

Table 4 6 Analisis Standard Sequence Guide (SSG) Konten Berjudul "Kapan Harus Menelpon 112?"

Perubahan	Rancangan Awal	hasil
Durasi	60 detik	66 detik
Scene 2	"112 untuk keadaan darurat, seperti kecelakaan, kebakaran, dan kriminalitas!"	"112 merupakan sebuah layanan aduan kegawatdaruratan, seperti kecelakaan, kebakaran, kebencanaan dan kriminalitas!"
Scene 3	"Tapi jangan menelepon 112 untuk melakukan prank call atau hal seperti listrik mati atau mencari alamat! Sebab aduan penting bisa tertunda loh karena kalian"	"Tapi jangan pernah menggunakan layanan call center 112 untuk melakukan prank call seperti ini" (Ilustrasi pranck call) "atau ghost call seperti ini" (ilustrsasi ghost call)

		"bahkan hanya sebatas mencari alamat saja!" (ilustrasi ghost call) "Sebab aduan penting bisa tertunda loh karena kalian"
Scene 4	"Gunakan layanan 112 hanya untuk keadaan darurat. Siapkan jawaban dari data yang dibutuhkan oleh petugas 112 seperti lokasi, jenis keadaan darurat, dan informasi lainnya agar layanan ini tetap cepat dan efektif!"	"Gunakan layanan call center 112 hanya untuk keadaan darurat. Siapkan jawaban dari data yang dibutuhkan oleh petugas 112 seperti lokasi, jenis keadaan darurat, dan informasi lainnya agar layanan ini tetap cepat dan efektif!"

Durasi video sedikit bertambah karena ada tambahan *ilustrasi visual* dan penekanan pada bagian larangan penggunaan 112. Meski lebih panjang, hal ini dianggap perlu karena bagian tersebut sangat penting untuk mencegah penyalahgunaan layanan. Kontennya jadi lebih informatif dan tetap enak ditonton.

Scene 2 frasa "112 untuk keadaan darura" diubah menjadi "112 merupakan layanan aduan kegawatdaruratan..." untuk memperjelas fungsi resmi call center 112. Tujuannya agar penonton paham bahwa ini bukan sekadar nomor darurat biasa, tapi bagian dari sistem pelayanan publik yang terstruktur.

Scene 3 bagian larangan yang awalnya hanya berupa narasi diganti dengan penambahan visualisasi *prank call*, *ghost call*, dan pencarian alamat. Ini dilakukan supaya penonton lebih mudah

memahami bentuk penyalahgunaan layanan 112 yang sebenarnya umum terjadi, tapi belum banyak diketahui masyarakat. Ilustrasi juga membuat video lebih menarik secara visual dan memperjelas contoh-contoh yang dilarang, tanpa harus dijelaskan terlalu panjang dalam narasi.

Scene 4 isi narasi sebenarnya tidak berubah banyak, tapi diberikan penekanan pada penggunaan kata “*call center 112*” agar terdengar lebih formal dan profesional. Hal ini untuk mengingatkan penonton bahwa mereka sedang berinteraksi dengan sistem resmi, bukan layanan informal.

4. Bagaimana Cara Menelpon 112?

Table 4 7 Analisis Standard Sequence Guide (SSG) Konten Berjudul “Bagaimana Cara Menelpon 112?”

Perubahan	Rancangan Awal	Hasil
Durasi	60 detik	45 detik

Dalam proses produksi video berjudul “*Bagaimana Cara Menelepon 112?*”, tidak ditemukan perubahan isi antara naskah awal dan hasil akhirnya. Seluruh elemen mulai dari judul, susunan adegan, hingga narasi tetap dipertahankan karena dianggap telah sesuai dengan tujuan video, yakni memberikan panduan singkat, jelas, dan praktis kepada masyarakat mengenai cara menggunakan layanan Call Center 112 saat keadaan darurat.

Meski tidak ada perubahan dari segi konten, durasi video mengalami penyusutan dari 60 detik menjadi 45 detik. Hal ini bukan disebabkan oleh pengurangan isi, melainkan hasil dari penyampaian yang lebih efisien dan dinamis pada saat proses editing. Tempo narasi dibuat lebih cepat namun tetap dapat dipahami dengan baik, dan visualisasi yang digunakan membantu

memperjelas pesan tanpa perlu menambahkan durasi yang lebih panjang.

Narasi dalam video ini sudah disusun secara logis dan informatif sejak awal, sehingga tidak diperlukan improvisasi tambahan. Penonton diarahkan secara runtut, dimulai dari pemicu situasi (keadaan darurat), langkah konkret yang harus dilakukan (menekan 112 dan mengikuti instruksi IVR), hingga hal yang perlu disiapkan saat terhubung dengan petugas. Di bagian akhir, ditutup dengan ajakan untuk menggunakan layanan ini secara bijak, tanpa melakukan panggilan palsu, yang dapat menghambat penanganan kasus darurat yang sesungguhnya.

Dengan demikian, meskipun tidak ada perubahan konten dari naskah awal, proses produksi tetap memberi sentuhan perbaikan dari segi penyampaian, sehingga video tetap informatif, menarik, dan tepat guna bagi masyarakat sebagai target audiens.

5. Butuh ambulance kegawatdaruratan?

Table 4 8 Analisis Standard Sequence Guide (SSG) Konten Berjudul "Butuh Ambulance Kegawatdaruratan?"

Perubahan	Rancangan Awal	Hasil
Judul	Apa Yang Harus Disampaikan Saat Menelpon 112?	Butuh ambulance kegawatdaruratan?
Durasi	60 detik	61 detik
Scene 1	"Agar bantuan cepat datang, kamu harus menyampaikan informasi dengan jelas!"	"Agar bantuan ambulance kegawatdaruratan segera datang, kamu harus menyampaikan beberapa informasi ini dengan jelas!"
Scene 2	"1. Sebutkan kontak yang bisa dihubungi di lokasi kejadian	"1. Sebutkan data diri seperti nama dan nomer yang dapat

	dengan “	dihubungi “
Scene 3	"2. Jelaskan kronologi keadaan darurat dan detail kejadian!"	"2. kemudian sampaikan hubungan dengan pasien, alamat lengkap serta patokan dari alamat yang diberikan jika perlu!"
Scene 4	"Tetap tenang dan ikuti arahan petugas! Ini akan mempercepat penanganan!" mudah kan?	"Terakhir sampaikan data pasien seperti nama, usia, riwayat penyakit, kondisi terkini serta keluhannya. Setelah itu tetap tenang dan ikuti arahan petugas! Informasin yg diberikan mempercepat penanganan ambulance kegawatdaruratan untuk menuju lokasi!" mudah kan? gunakan layanan call center 112 untuk segala keadaan darurat

Pada proses produksi video ini, terjadi sejumlah perubahan signifikan yang bertujuan untuk memperjelas fokus informasi, menyesuaikan konteks kasus darurat medis, serta memperkaya detail data yang perlu disampaikan oleh pelapor saat menghubungi call center 112. Perubahan pertama terlihat dari judul video. Jika sebelumnya berjudul *“Apa Yang Harus Disampaikan Saat Menelepon 112?”*, maka versi hasil produksi mengerucutkan fokus menjadi *“Butuh Ambulans Kegawatdaruratan?”*, agar penonton

langsung memahami bahwa konten video ini akan membahas informasi penting yang perlu disampaikan saat membutuhkan bantuan medis darurat.

Pada bagian isi, narasi awal yang cenderung umum disempurnakan menjadi lebih spesifik terhadap skenario panggilan ambulans. Misalnya, kalimat *“Sebutkan kontak yang bisa dihubungi”* diubah menjadi *“Sebutkan data diri seperti nama dan nomor yang dapat dihubungi”*. Perubahan ini memberikan kejelasan dan struktur informasi yang lebih sistematis, mengingat data awal sangat krusial dalam proses verifikasi dan pengiriman tim medis.

Selain itu, penambahan detail seperti hubungan pelapor dengan pasien, alamat lengkap, hingga patokan lokasi, dilakukan untuk menghindari kesalahan penanganan di lapangan. Informasi tambahan seperti nama pasien, usia, riwayat penyakit, kondisi terkini, dan keluhan juga ditambahkan agar petugas medis dapat mempersiapkan respons yang sesuai bahkan sebelum sampai ke lokasi. Ini menunjukkan bahwa selama proses revisi, tim produksi berupaya menghadirkan konten edukatif yang tidak hanya informatif, tetapi juga kontekstual dan realistis sesuai kebutuhan nyata di lapangan.

Penutup narasi pun diperkuat dengan ajakan yang lebih jelas kepada masyarakat, yaitu untuk tetap tenang, mengikuti arahan petugas, dan memanfaatkan layanan call center 112 hanya dalam keadaan darurat. Dengan perubahan ini, video tidak hanya memberikan edukasi umum, tetapi juga menjadi panduan praktis dan aplikatif bagi masyarakat yang suatu saat menghadapi situasi kegawatdaruratan medis.

Perubahan-perubahan ini menunjukkan bahwa meskipun durasi video hanya bertambah satu detik, penyusunan ulang struktur narasi dan penambahan informasi yang relevan membuat konten menjadi jauh lebih kaya dan bermanfaat.

6. Setelah Laporan Diterima, Ini Prosese Yang Terjadi

Table 4 9 Analisis Standard Sequence Guide (SSG) Konten Berjudul "Setelah Laporan Diterima, Ini Proses yang Terjadi"

Perubahan	Rancangan Awal	Hasil
Judul	Apa Yang Terjadi Setelah Laporan Diterima?	Setelah Laporan Diterima, Ini Proses yang Terjadi!?
Durasi	60 detik	40 detik

Video ini mengalami perubahan minor yang lebih bersifat pada penyesuaian judul dan efisiensi durasi, sementara isi konten utama tetap sama dengan rancangan awal. Judul awal "*Apa Yang Terjadi Setelah Laporan Diterima?*" diubah menjadi "*Setelah Laporan Diterima, Ini Proses yang Terjadi!?*" untuk memberikan daya tarik yang lebih kuat kepada penonton. Penggunaan kalimat tanya dengan nada antusias pada hasil akhir dimaksudkan agar lebih menarik perhatian saat muncul di lini masa media sosial, terutama Instagram.

Dari segi isi, tidak ada perubahan signifikan. Semua adegan yang sudah dirancang sebelumnya dinilai sudah tepat dan padat dalam menyampaikan alur penanganan setelah laporan masuk ke call center 112. Hal ini menunjukkan bahwa sejak awal, struktur informasi yang disusun sudah sesuai dengan prosedur penanganan aduan kegawatdaruratan: mulai dari pencatatan laporan, proses penerusan ke dinas terkait, hingga pergerakan tim darurat ke lokasi kejadian.

Yang menarik, meskipun tidak ada pemangkasan isi, durasi video mengalami penyusutan dari 60 detik menjadi 40 detik. Penyusutan ini terjadi karena proses narasi dibuat lebih ringkas dan visualisasi dipilih dengan cermat agar tetap dapat menggambarkan seluruh tahapan dengan durasi yang lebih efisien. Hal ini tentu

menguntungkan dalam konteks media sosial, karena durasi yang lebih singkat seringkali memiliki daya tonton yang lebih tinggi, tanpa mengurangi substansi pesan yang disampaikan.

Secara keseluruhan, meskipun konten ini tidak mengalami revisi, proses produksi tetap mempertimbangkan efektivitas penyampaian pesan dan keterjangkauan penonton melalui pilihan judul yang lebih komunikatif serta durasi yang lebih singkat. Video ini berhasil menyederhanakan proses birokrasi menjadi informasi yang mudah dipahami oleh masyarakat umum.

7. Sambil Menunggu Bantuan Kecelakaan, Lakukan Hal Ini!

Table 4 10 Analisis Standard Sequence Guide (SSG) Konten Berjudul "Sambil Menunggu Bantuan Kecelakaan, Lakukan Hal Ini!"

Perubahan	Rancangan Awal	Hasil
Judul	Apa Yang Harus Dilakukan Saat Menunggu Bantuan?	Sambil Menunggu Bantuan Kecelakaan, Lakukan Hal Ini!
Durasi	60 detik	31 detik
Scene 1	"Setelah menelepon 112, jangan diam saja! Ada hal penting yang bisa kamu lakukan!"	"Setelah menelepon 112 untuk aduan kecelakaan lalu lintas, jangan diam saja! Ada hal penting yang bisa kamu lakukan!"
Scene 2	"sterilkan lokasi kejadian dari kerumunan kepada korban! Patuhi intruksi petugas call center seperti saat kecelakaan tidak memindahkan korban sembarangan atau memberikan minum"	"sterilkan lokasi kejadian agar tidak mengerumuni korban! Ikuti instruksi petugas call center seperti saat kecelakaan tidak memindahkan korban sembarangan atau memberikan minum"

Scene 3	"Pastikan akses menuju lokasi tidak terhalang, agar bantuan bisa cepat sampai!"	"Pastikan akses menuju lokasi tidak terhalang, agar bantuan bisa cepat sampai!"
Scene 4	"Tetap tenang, siapkan informasi tambahan jika petugas 112 menghubungi kembali!"	"Tetap tenang, siapkan informasi tambahan dan stand by dengan ponsel jika petugas 112 menghubungi kembali!"

Perubahan dalam video ini lebih mengarah pada penajaman konteks dan efisiensi durasi agar pesan lebih spesifik dan mudah dipahami penonton. Judul awal *"Apa Yang Harus Dilakukan Saat Menunggu Bantuan?"* diganti menjadi *"Sambil Menunggu Bantuan Kecelakaan, Lakukan Hal Ini!"* untuk langsung menunjukkan situasi spesifik yang dibahas yaitu kecelakaan lalu lintas. Hal ini membantu penonton segera mengenali relevansi isi video dengan situasi yang mungkin mereka alami.

Dari segi isi, beberapa kalimat pada naskah awal dipertajam secara bahasa agar lebih komunikatif dan langsung. Misalnya, kalimat *"sterilkan lokasi kejadian dari kerumunan kepada korban"* diubah menjadi *"sterilkan lokasi kejadian agar tidak mengerumuni korban"* agar lebih jelas dan mudah dipahami dalam waktu singkat. Selain itu, penambahan frasa *"stand by dengan ponsel"* pada bagian akhir juga memberikan penekanan penting bahwa komunikasi dua arah dengan petugas call center 112 sangat mungkin terjadi selama proses bantuan berlangsung.

Durasi video juga mengalami penyusutan signifikan dari 60 detik menjadi hanya 31 detik. Ini terjadi karena struktur informasi diringkas agar lebih padat dan fokus pada poin-poin penting saja. Penyusutan ini bukan kelemahan, melainkan justru sebuah

kekuatan di era digital saat ini, karena konten pendek cenderung lebih disukai dan ditonton sampai selesai oleh pengguna media sosial.

Dengan perubahan ini, video tetap menyampaikan edukasi penting yaitu langkah bijak yang bisa dilakukan sambil menunggu bantuan dengan gaya penyampaian yang lebih tajam, singkat, dan langsung pada konteks kecelakaan lalu lintas.

8. Kecelakaan Lalu Lintas!!!

Table 4 11 Analisis Standard Sequence Guide (SSG) Konten Berjudul "Kecelakaan Lalu Lintas!!!"

Perubahan	Rancangan Awal	hasil
Judul	Kecelakaan Motor	Kecelakaan Lalu Lintas!!!
Durasi	60 detik	55 detik
Scene 1	(Suara tabrakan, orang berteriak) <i>"Ya ampun! Kecelakaan!"</i>	"Kecelakaan bisa terjadi kapan saja dan di mana saja. Jika kamu melihat kecelakaan, jangan panik! Hubungi 112 untuk mendapatkan bantuan secepatnya."
Scene 2	Saksi: <i>"Halo, 112? Ada kecelakaan di simpang Jalan Ahmad Yani!"</i> Petugas 112: <i>"Baik, bisa dijelaskan berapa korban yang terlibat dan kondisi mereka?"</i> Saksi: <i>"Dua orang, salah satunya"</i>	"Saat menelepon 112, berikan informasi yang jelas, data diri meliputi : nama, nomer yang dapat dihubungi, alamat serta patokan dari alamat yang diberikan jika perlu"

	<i>tergeletak dan tidak bergerak, yang lain kesakitan."</i> Petugas 112: <i>"Baik, apakah ada tanda-tanda kebakaran atau bahan berbahaya di sekitar lokasi?"</i> Saksi: <i>"Tidak ada, tapi ada bensin yang tumpah."</i>	
Scene 3	Petugas 112: <i>"Kami segera mengirimkan ambulans dan kepolisian ke lokasi. Tolong jangan memindahkan korban kecuali dalam keadaan darurat, dan jaga jarak dari bahan yang tumpah."</i> Saksi: <i>"Baik, saya akan memperingatkan warga sekitar."</i>	"kemudian sampaikan juga data kecelakaan seperti objek kecelakaan data korban meliputi jumlah korban dan kondisi korban. dan data tambahan meliputi penanganan yang sudah dilakukan"
Scene 4	Petugas Medis: <i>"Kami akan menangani korban. Terima kasih telah menghubungi 112."</i> Saksi: <i>"Syukurlah, bantuan datang cepat!"</i>	"Setelah laporan diterima, petugas 112 akan segera mengirimkan ambulans kecelakaan ke lokasi untuk menangani korban dan mengamankan area. Jangan ragu untuk melapor, karena setiap detik sangat berharga!"

Video ini mengalami sejumlah perubahan signifikan, baik dari segi judul, alur cerita, maupun gaya penyampaian. Judul yang awalnya hanya menyebut *"Kecelakaan Motor"* kini diperluas menjadi *"Kecelakaan Lalu Lintas!!!"* untuk memberi cakupan lebih luas terhadap semua jenis kecelakaan di jalan raya, tidak terbatas pada sepeda motor. Ini membuat pesan video lebih inklusif dan bisa menjangkau penonton dengan berbagai latar pengalaman.

Dari sisi narasi, alur dramatik dengan dialog antara saksi dan petugas 112 yang sebelumnya membentuk cerita, kini diubah menjadi narasi edukatif langsung yang menjelaskan tata cara dan informasi penting saat melapor kecelakaan ke 112. Pendekatan ini membuat video lebih ringkas dan fokus menyampaikan edukasi, ketimbang menonjolkan unsur drama.

Narasi seperti *"berikan informasi yang jelas, data diri meliputi: nama, nomor yang dapat dihubungi, alamat serta patokan"* menggantikan dialog natural, namun tetap menyampaikan inti informasi dari dialog tersebut. Langkah-langkah pelaporan juga disusun lebih sistematis: mulai dari data pelapor, data kejadian, kondisi korban, hingga tindak lanjut dari petugas 112.

Durasi video dipangkas sedikit dari 60 menjadi 55 detik, tetapi isinya menjadi jauh lebih padat informasi. Penutup video juga lebih menekankan urgensi dan menghilangkan unsur *dramatik* *"Syukurlah bantuan datang cepat!"* dan diganti dengan ajakan proaktif: *"Jangan ragu untuk melapor, karena setiap detik sangat berharga!"*

Secara keseluruhan, perubahan ini membuat video lebih instruktif dan fungsional cocok untuk disebarluaskan sebagai konten edukatif di media sosial agar masyarakat tahu langkah konkret saat menyaksikan kecelakaan lalu lintas.

9. Jangan Menelpon 112 Dalam Keadaan Tidak Darurat!!!

Table 4 12 Analisis Standard Sequence Guide (SSG) Konten Berjudul
"Jangan Menelpon 112 Dalam Keadaan Tidak Darurat!!!"

Perubahan	Rancangan Awal	hasil
Durasi	60 detik	55 detik

Perubahan dari durasi 60 detik menjadi 55 detik pada video "*Jangan Menelpon 112 Dalam Keadaan Tidak Darurat!!!*" sebenarnya terjadi bukan karena ada revisi besar dalam isi atau alur ceritanya. Seluruh adegan dari scene 1 sampai 4 tetap sama seperti pada rancangan awal. Tidak ada perubahan dialog, narasi, ataupun pesan utama yang ingin disampaikan.

Namun, saat proses produksi dan editing, ternyata penyampaian dialog oleh pengisi suara berlangsung lebih cepat dan natural dari yang diperkirakan sebelumnya. Beberapa jeda atau transisi visual yang awalnya direncanakan juga dipadatkan agar ritme video terasa lebih dinamis dan tidak membosankan. Hasilnya, durasi total video menjadi lebih singkat, yaitu 55 detik.

Hal ini wajar terjadi karena saat proses *shooting* dan *editing*, sering kali ada penyesuaian terhadap tempo bicara, gaya penyampaian narasi, dan pemotongan bagian-bagian yang dirasa tidak terlalu penting, walaupun sudah ada naskah awal. Yang penting, pesan utamanya tetap tersampaikan dengan jelas, ringkas, dan tepat sasaran.

Justru dengan durasi yang lebih padat ini, videonya terasa lebih efektif untuk ditonton di *platform* seperti Instagram, karena tidak bertele-tele tapi tetap kuat dalam menyampaikan pesan

jangan iseng telepon 112!

10. Perundungan di Sekolah

Table 4 13 Analisis Standard Sequence Guide (SSG) Konten Berjudul "Perundungan Di Sekolah"

Perubahan	Rancangan Awal	hasil
Judul	Perundungan bukan hal sepele. Jika kamu mengalami atau menyaksikan perundungan, jangan diam! Hubungi 112 untuk mendapatkan bantuan. Bersama, kita bisa menciptakan lingkungan yang lebih aman dan nyaman!	Perundungan Di Sekolah
Durasi	60 detik	70 detik
Scene 1	(Suara ejekan, dorongan) Pelaku: "Hahaha! Dasar lemah, berani lawan?" Korban: "Tolong... hentikan!" Saksi (berbisik): "Ini nggak bisa dibiarkan. Aku harus lapor!"	"Tahukah kamu bahwa perundungan atau bullying bisa berdampak buruk pada mental korban? Jika kamu melihat atau mengalaminya, segera laporkan ke 112!"
Scene 2	Saksi: "Halo, 112? Saya ingin melaporkan kasus perundungan di	"Ketika kamu melaporkan kasus perundungan ke 112,

	<i>Kampus Merdeka!"</i> Petugas 112: <i>"Baik, mohon jelaskan secara rinci. Apa yang terjadi?"</i> Saksi: <i>"Ada beberapa mahasiswa yang sedang mengejek dan mendorong seorang teman di lorong kampus."</i> Petugas 112: <i>"Apakah ada kekerasan fisik yang parah? Korban mengalami luka atau trauma?"</i> Saksi: <i>"Dia terlihat ketakutan dan tidak melawan. Saya tidak melihat darah, tapi dia tampak sangat shock."</i> Petugas 112: <i>"Baik, apakah Anda mengenali korban atau pelaku? Apakah ini sering terjadi?"</i> Saksi: <i>"Saya tidak terlalu mengenalnya, tapi saya sering melihat mereka menggunakannya sebelumnya."</i> Petugas 112: <i>"Terima kasih atas"</i>	petugas akan mencatat laporan dan segera menghubungi pihak berwenang. Di Semarang, layanan ini juga bekerja sama dengan DP3A (Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak) untuk memberikan perlindungan lebih lanjut kepada korban"
--	---	--

	<i>informasinya. Kami akan segera menghubungi pihak keamanan kampus dan layanan perlindungan korban."</i>	
Scene 3	Petugas 112: <i>"Kami sudah menghubungi pihak keamanan kampus. Tolong tetap di lokasi, tapi jangan ikut campur langsung jika berisiko. Jika aman, bisa Anda coba mendekati korban untuk memastikan kondisinya?"</i> Saksi: <i>"Baik, saya akan mencoba berbicara dengannya dari jauh."</i> Petugas 112: <i>"Terima kasih. Kami juga akan menghubungkan korban dengan layanan psikolog kampus untuk pendampingan lebih lanjut."</i>	"Tim 112 akan meneruskan laporan ke keamanan kampus atau kepolisian jika diperlukan. Selain itu, DP3A akan memberikan pendampingan psikologis bagi korban."
Scene 4	Petugas Keamanan Kampus: <i>"Bullying bukan lelucon. Ini bisa merusak mental dan masa depan seseorang. Jika ini berlanjut, ada konsekuensi hukum!"</i> Pelaku (terdiam, menyesal): <i>"Kami</i>	"Perundungan bukan hal sepele. Jika kamu mengalami atau menyaksikan perundungan, jangan diam! Hubungi 112 untuk mendapatkan bantuan. Bersama, kita bisa menciptakan lingkungan yang lebih aman dan nyaman!"

	<i>nggak sadar kalau ini separah itu..."</i> Petugas: <i>"Korban akan mendapat pendampingan. Jika ada yang mengalami perundungan, segera laporkan ke 112 atau pihak kampus."</i> Teks layar: <i>"Stop Bullying! Jangan takut melapor. Gunakan 112 untuk melaporkan tindakan yang mengancam keselamatan!"</i>	
--	---	--

Perubahan pada video tentang perundungan di sekolah terjadi karena beberapa alasan yang berkaitan dengan efektivitas penyampaian pesan dan kendala teknis selama proses produksi. Judul awal video dirasa terlalu panjang dan kurang menarik jika ditampilkan secara langsung di media sosial. Oleh karena itu, judul tersebut dipersingkat menjadi *"Perundungan di Sekolah"* agar lebih singkat, jelas, dan mudah diingat oleh penonton. Hal ini penting mengingat durasi perhatian di platform seperti Instagram atau TikTok biasanya singkat, sehingga judul yang ringkas lebih efektif untuk menarik perhatian.

Durasi video pun mengalami penyesuaian, dari rancangan awal 60 detik menjadi 70 detik. Penambahan waktu ini dilakukan agar informasi yang disampaikan, terutama mengenai peran layanan 112 dan lembaga pendukung seperti DP3A, dapat diterima dengan baik tanpa terburu-buru. Saat produksi, tim menyadari bahwa agar pesan tentang pentingnya melaporkan perundungan dan tindakan yang dilakukan setelah laporan masuk bisa

tersampaikan secara lengkap, perlu sedikit waktu tambahan. Jadi, durasi yang diperpanjang ini bertujuan untuk menjaga kualitas pesan agar tetap jelas dan tidak terpotong.

Selain itu, perubahan besar terlihat pada gaya penyampaian narasi. Pada rancangan awal, dialog antar pelaku, korban, dan saksi digunakan untuk memberikan kesan dramatis dan menghidupkan cerita. Namun, dalam versi akhir, pendekatan tersebut diganti menjadi narasi edukatif yang disampaikan secara langsung lewat *voice over*. Keputusan ini diambil karena pendekatan narasi lebih praktis dari sisi produksi dan lebih mudah dipahami oleh penonton. Penggunaan narasi juga mengurangi kebutuhan lokasi syuting dan jumlah pemeran, sehingga produksi bisa berjalan lebih efisien tanpa mengurangi pesan utama.

Penambahan informasi mengenai keterlibatan DP3A dan layanan psikolog kampus juga dimasukkan untuk memberikan gambaran bahwa layanan 112 bekerja sama dengan instansi terkait dalam memberikan perlindungan dan pendampingan kepada korban. Ini membuat penonton lebih yakin dan termotivasi untuk melapor jika mengalami atau menyaksikan perundungan.

Secara keseluruhan, perubahan-perubahan tersebut dilakukan untuk memastikan pesan bisa tersampaikan dengan jelas, efektif, dan sesuai dengan karakteristik penonton yang mengonsumsi konten secara cepat dan praktis. Perubahan ini bukan sekadar karena keterbatasan produksi, tetapi lebih sebagai strategi untuk membuat video edukasi yang lebih berdampak dan mudah diterima oleh masyarakat.

Perubahan signifikan yang terjadi selama proses produksi konten kreatif dapat diamati dengan jelas melalui perbandingan antara *Standard Sequence Guide* awal dan hasil akhir video yang telah diproduksi. Salah satu perubahan paling mencolok adalah pada aspek durasi video. Penambahan atau pengurangan durasi ini

bukan tanpa alasan. Situasi di lapangan selama proses produksi menuntut adanya penyesuaian, baik dari segi teknis maupun naratif. Dalam beberapa adegan, dibutuhkan waktu lebih untuk menyampaikan informasi prosedur layanan aduan 112 secara jelas, runtut, dan mudah dipahami oleh audiens. Misalnya, dalam menjelaskan tahapan pengaduan, interaksi antara penelepon dan petugas, serta gambaran visual situasi kegawatdaruratan, semuanya memerlukan elaborasi yang lebih dari skenario awal.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa proses produksi di lapangan tidak sepenuhnya dapat berjalan sesuai dengan kerangka awal yang telah disusun. Adanya improvisasi dalam pengambilan gambar, kebutuhan penambahan ilustrasi visual, serta penyisipan narasi penjelas menjadi faktor yang mendorong terjadinya perluasan atau pengurangan durasi. Hal ini mengindikasikan bahwa fleksibilitas dalam produksi sangat dibutuhkan agar konten tidak hanya informatif, tetapi juga komunikatif dan menarik untuk disimak oleh masyarakat Kota Semarang sebagai target audiens utama proyek ini.

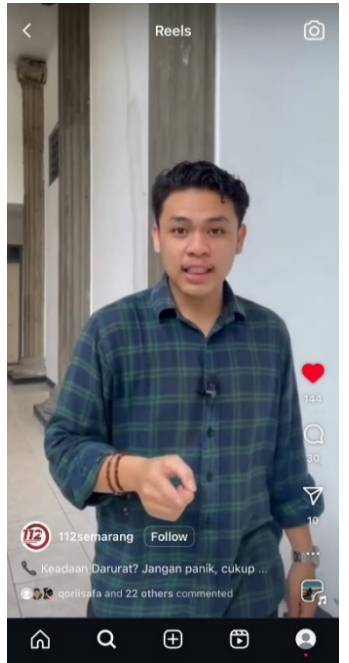
Perubahan ini juga mencerminkan pentingnya proses adaptasi dalam produksi konten kreatif berbasis edukasi publik. Ketika pesan yang disampaikan berkaitan langsung dengan upaya peningkatan kesadaran masyarakat terhadap prosedur layanan darurat, maka kualitas penyampaian menjadi prioritas, bahkan apabila hal tersebut menuntut revisi terhadap perencanaan awal.

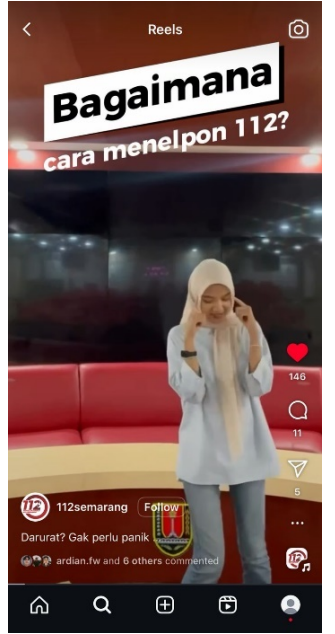
4.4.2 Analisis Hasil Postingan

Dalam rangka mengevaluasi efektivitas diseminasi informasi melalui media sosial, dilakukan analisis performa sepuluh konten video edukasi yang telah dipublikasikan di akun Instagram @112Semarang. Analisis ini mencakup metrik utama berupa jumlah tayangan (viewer), jumlah suka (likes), dan komentar (comment) sebagai indikator awal keterlibatan audiens.

Table 4 14 Analisis Hasil Postingan

No	Judul	Tanggal Posting	Viewers	Like	Comment	Postingan
----	-------	-----------------	---------	------	---------	-----------

1	Kenapa Harus 112? 	21 April 2025 [18.30]	2.102	144	30	
2	Kebakaran Di Rumah!!!	-	-	-	-	-
3	Kapan Harus Menelpon 112? 	22 April 2025 [18.30]	1.913	95	18	

4	Bagaimana Cara Menelpon 112? 	23 April 2025 [18.30]	2.670	146	11	
5	Butuh ambulance kegawatdaruratan? 	24 April 2025 [18.30]	2.225	56	13	

6	Setelah Laporan Diterima, Ini Proses yang Terjadi!? 	25 April 2025 [18.30]	4.491	132	5	
7	Sambil Menunggu Bantuan Kecelakaan, Lakukan Hal Ini! 	26 April 2025 [18.30]	2.134	123	5	

8	Kecelakaan Lalu Lintas!!! 	27 April 2025 [18.30]	3.958	121	2	
9	Jangan Menelpon 112 Dalam Keadaan Tidak Darurat!!!	-	-	-	-	-
10	Perundungan Di Sekolah 	28 April 2025 [18.30]	2.165	162	4	

Berdasarkan data yang tersaji dalam Tabel 4.13, Dalam

rangka mendukung upaya *diseminasi* informasi terkait prosedur layanan aduan kegawatdaruratan Call Center 112 Kota Semarang, telah direncanakan sepuluh konten edukatif untuk diunggah secara bertahap selama bulan April 2025. Namun, hingga batas waktu yang telah ditetapkan sebelum memasuki bulan Mei, terdapat beberapa penyesuaian yang perlu dilakukan.

Dari total sepuluh konten yang telah diproduksi, delapan konten berhasil diunggah sesuai jadwal. Sementara itu, dua konten, yaitu "*Kebakaran Di Rumah!!!!*" dan "*Jangan Menelpon 112 Dalam Keadaan Tidak Darurat!!!!*", tidak jadi diunggah. Hal ini bukan disebabkan oleh masalah substansial, melainkan lebih karena adanya proses penyempurnaan konten yang cukup dinamis.

Sepanjang proses produksi, keterbukaan terhadap masukan dan koreksi dari Diskominfo Kota Semarang untuk memastikan bahwa setiap konten yang tayang memenuhi standar informasi publik yang akurat, jelas, dan komunikatif. Dalam praktiknya, beberapa konten mengalami revisi berulang dan memerlukan waktu tambahan untuk penyesuaian.

Dengan mempertimbangkan efektivitas waktu dan kebutuhan akan hasil yang optimal, maka dua konten tersebut diputuskan untuk tidak dilanjutkan ke tahap unggah atau publikasi. Keputusan ini diambil sebagai bentuk prioritas terhadap kualitas delapan konten yang telah memasuki tahapan editing dan revisi berulang juga mendapatkan respons positif dari pihak Diskominfo Kota Semarang.

video dengan judul "*Setelah Laporan Diterima, Ini Proses yang Terjadi!?*" memperoleh jumlah tayangan tertinggi yaitu 4.491 views dengan 132 likes dan 5 komentar. Disusul oleh video "*Kecelakaan Lalu Lintas!!!!*" dengan 3.958 views dan "*Bagaimana Cara Menelpon 112?*" dengan 2.670 views. Capaian ini menunjukkan bahwa tema yang membahas alur penanganan aduan

serta kasus kecelakaan lebih menarik perhatian masyarakat dibandingkan topik lainnya. Hal ini sejalan dengan kebutuhan publik terhadap informasi praktis dan kontekstual terkait layanan darurat.

Video "*Kenapa Harus 112?*" yang menjadi unggahan pembuka juga menunjukkan performa yang kuat dengan 2.102 penonton dan interaksi berupa 144 likes dan 30 komentar. Hal ini mengindikasikan bahwa penempatan konten pada awal rangkaian publikasi dapat memberikan efek "boosting" terhadap visibilitas dan engagement. Sementara itu, beberapa video seperti "*Perundungan di Sekolah*" juga menunjukkan hasil interaksi yang baik meskipun jumlah komentar relatif rendah. Ini bisa jadi menandakan bahwa audiens menyukai kontennya, namun tidak merasa perlu untuk memberikan respons terbuka dalam bentuk komentar.

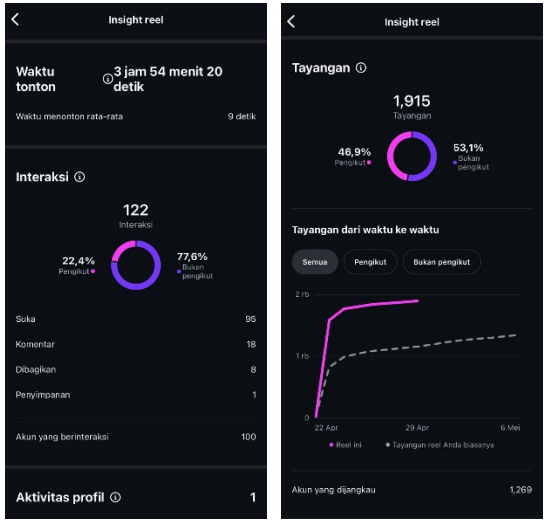
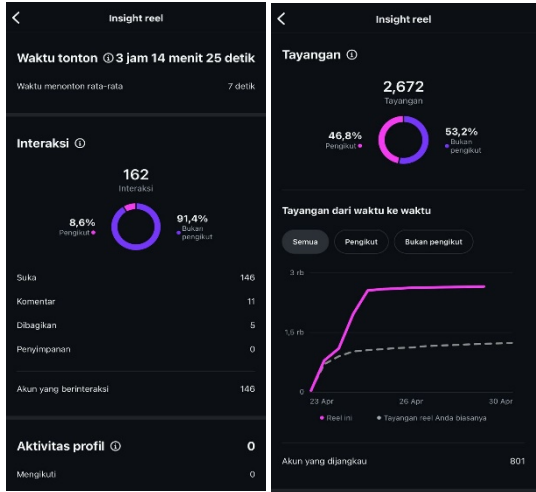
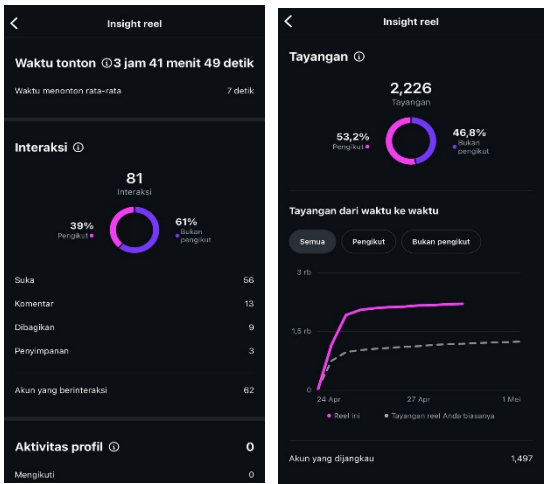
Temuan ini memperkuat bahwa keberhasilan penyebaran informasi melalui media sosial tidak hanya bergantung pada kualitas konten, namun juga pada konsistensi jadwal publikasi, relevansi topik, serta strategi copywriting dan caption yang digunakan. Optimalisasi terhadap waktu posting dan elemen visual juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan jangkauan audiens.

4.4.3 Analisis Hasil Insight Instagram

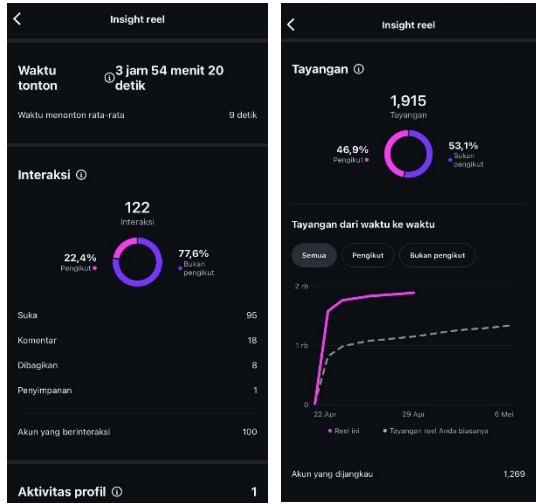
Analisis insight Instagram dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas penyebaran informasi terkait prosedur layanan aduan kegawatdaruratan 112 melalui konten video yang telah dipublikasikan di akun @112Semarang. *Insight* ini mencakup metrik seperti *reach* (jangkauan), *impressions* (jumlah tayangan), *profile visits* (kunjungan ke profil), serta interaksi lanjutan seperti *shares* (dibagikan), *saves* (disimpan), dan *comments* (komentar), yang secara kolektif memberikan gambaran menyeluruh tentang tingkat keterlibatan audiens.

Table 4 15 Analisis Hasil Insight Instagram

N o	Judul	Tanggal Posting	Insight Reels
1	Kenapa Harus 112?	21 APRIL 2025 [18.30]	 Insight reel Waktu tonton 5 jam 15 menit 32 detik Waktu menonton rata-rata 12 detik Interaksi 188 15,2% Pengikut 84,8% Bukan pengikut Suka 144 Komentar 30 Dibagikan 10 Penyimpanan 4 Akun yang berinteraksi 151 Aktivitas profil 1 Tayangan 2,104 42,4% Pengikut 57,6% Bukan pengikut Tayangan dari waktu ke waktu Semua Pengikut Bukan pengikut 3 rb 1,5 rb 0 21 Apr 28 Apr 5 Mei Reel ini Tayangan reel Anda biasanya Akun yang dijangkau 1,227
2	Kebakaran Di Rumah!!!	-	-

3	Kapan Harus Menelpon 112?	22 APRIL 2025 [18.30]	 Insight reel Waktu tonton 3 jam 54 menit 20 detik Waktu menonton rata-rata 9 detik Interaksi 122 22,4% Pengikut 77,6% Bukan pengikut Suka 95 Komentar 18 Dibagikan 8 Penyimpanan 1 Akun yang berinteraksi 100 Aktivitas profil 1 Insight reel Tayangan 1,915 46,9% Pengikut 53,1% Bukan pengikut Tayangan dari waktu ke waktu Semua Pengikut Bukan pengikut Akun yang dijangkau 1,269
4	Bagaimana Cara Menelpon 112?	23 APRIL 2025 [18.30]	 Insight reel Waktu tonton 3 jam 14 menit 25 detik Waktu menonton rata-rata 7 detik Interaksi 162 8,6% Pengikut 91,4% Bukan pengikut Suka 146 Komentar 11 Dibagikan 5 Penyimpanan 0 Akun yang berinteraksi 146 Aktivitas profil 0 Mengikuti 0 Insight reel Tayangan 2,672 46,8% Pengikut 53,2% Bukan pengikut Tayangan dari waktu ke waktu Semua Pengikut Bukan pengikut Akun yang dijangkau 801
5	Butuh ambulance kegawatdaruratan?	24 APRIL 2025 [18.30]	 Insight reel Waktu tonton 3 jam 41 menit 49 detik Waktu menonton rata-rata 7 detik Interaksi 81 39% Pengikut 61% Bukan pengikut Suka 56 Komentar 13 Dibagikan 9 Penyimpanan 3 Akun yang berinteraksi 62 Aktivitas profil 0 Mengikuti 0 Insight reel Tayangan 2,226 53,2% Pengikut 46,8% Bukan pengikut Tayangan dari waktu ke waktu Semua Pengikut Bukan pengikut Akun yang dijangkau 1,497

6	Setelah Laporan Diterima, Ini Proses yang Terjadi!?	25 APRIL 2025 [18.30]	
7	Sambil Menunggu Bantuan Kecelakaan, Lakukan Hal Ini!	26 APRIL 2025 [18.30]	
8	Kecelakaan Lalu Lintas!!!	27 APRIL 2025 [18.30]	

9	Jangan Menelpon 112 Dalam Keadaan Tidak Darurat!!!	-	-
10	Perundungan Di Sekolah	28 APRIL 2025 [18.30]	

Secara umum, insight menunjukkan bahwa video dengan tingkat tayangan tinggi tidak selalu diikuti dengan interaksi lanjutan yang besar. Misalnya, video *"Setelah Laporan Diterima, Ini Proses yang Terjadi!?"* dengan 4.491 tayangan hanya menghasilkan 5 komentar dan sedikit share, menandakan bahwa meskipun pesan berhasil dilihat banyak orang, ajakan untuk berinteraksi atau menyebarkan informasi belum sepenuhnya optimal. Sebaliknya, video *"Kenapa Harus 112?"* dan *"Bagaimana Cara Menelpon 112?"* justru menunjukkan rasio like dan komentar yang lebih tinggi dibanding jumlah *view*-nya, mengindikasikan bahwa konten informatif dengan narasi ringan dan visual yang menarik lebih mendorong partisipasi aktif dari audiens.

Insight juga mengungkap bahwa waktu unggah berpengaruh terhadap performa konten. Unggahan yang dilakukan pada pukul 18.30 WIB cenderung menjangkau lebih banyak audiens, mengingat waktu tersebut bertepatan dengan jam istirahat setelah aktivitas harian. Hal ini menegaskan pentingnya pemilihan waktu publikasi

sebagai bagian dari strategi diseminasi informasi digital yang efektif.

Sementara itu, dari sisi *share* dan *saves*, jumlahnya masih tergolong rendah pada sebagian besar video. Ini menunjukkan bahwa meskipun pesan diterima, belum banyak audiens yang merasa terdorong untuk menyimpan atau membagikan informasi tersebut ke lingkaran sosial mereka. Faktor ini bisa disebabkan oleh dua hal: (1) konten belum sepenuhnya *relatable* atau aplikatif untuk semua orang, atau (2) *call-to-action* dalam caption maupun visual belum cukup kuat mendorong tindakan lanjut.

Selain itu, perbedaan capaian performa pada masing-masing konten juga dapat dijelaskan melalui pendekatan analisis naratif. Konten "*Kenapa Harus 112?*" yang menjadi pembuka rangkaian unggahan, memperoleh engagement tinggi karena memiliki *novelty effect* yang mendorong audiens untuk lebih penasaran dan aktif dalam berinteraksi. Letaknya sebagai konten pertama yang dipublikasikan berperan sebagai pemicu awareness yang kuat di awal kampanye.

Sementara itu, penurunan pada konten "*Kapan Harus Menelpon 112?*" yang hanya meraih 1.913 *views* dan 18 komentar dapat dikaitkan dengan penurunan antusiasme awal atau kemungkinan tema yang kurang dianggap mendesak oleh *audiens*. Penurunan ini bersifat wajar dalam tren distribusi konten, di mana video kedua dan ketiga dalam rangkaian publikasi cenderung mengalami penurunan performa dibanding konten pembuka.

Konten seperti "*Setelah Laporan Diterima, Ini Proses yang Terjadi!?*" justru mengalami lonjakan *views* hingga 4.491. Hal ini disebabkan oleh tema yang bersifat informatif sekaligus memicu rasa ingin tahu publik terhadap proses penanganan laporan. Namun demikian, meskipun tayangan tinggi, jumlah komentar yang hanya 5 menunjukkan bahwa pesan belum sepenuhnya mendorong

keterlibatan aktif. Dugaan sementara adalah kurang kuatnya *call-to-action* dalam narasi ataupun caption yang digunakan.

Di sisi lain, video *"Perundungan di Sekolah"* yang mengangkat isu sosial, menunjukkan interaksi cukup tinggi dengan 162 *likes*. Meskipun jumlah komentar hanya empat, hal ini bisa jadi karena audiens merasa empatik namun enggan mengomentari isu sensitif secara publik. Ini memperkuat dugaan bahwa konten dengan tema emosional lebih banyak disimpan atau dilihat pasif tanpa interaksi terbuka.

Beberapa video dengan tema prosedural seperti *"Bagaimana Cara Menelpon 112?"* dan *"Butuh Ambulans Kegawatdaruratan?"* memiliki tingkat keterlibatan yang cukup stabil karena sifat kontennya yang edukatif dan aplikatif, namun tidak selalu viral. Kelebihannya terletak pada fungsi jangka panjang yang mendidik, meskipun tidak selalu menghasilkan komentar yang tinggi secara kuantitatif.

Penurunan atau variasi insight pada masing-masing konten secara keseluruhan mencerminkan bahwa efektivitas penyampaian pesan tidak hanya ditentukan oleh jumlah tayangan, melainkan juga oleh kekuatan narasi, visual, relevansi tema dengan kebutuhan audiens, serta momentum waktu publikasi. Oleh karena itu, evaluasi insight ini penting sebagai dasar pengambilan keputusan strategis dalam pengembangan konten lanjutan.

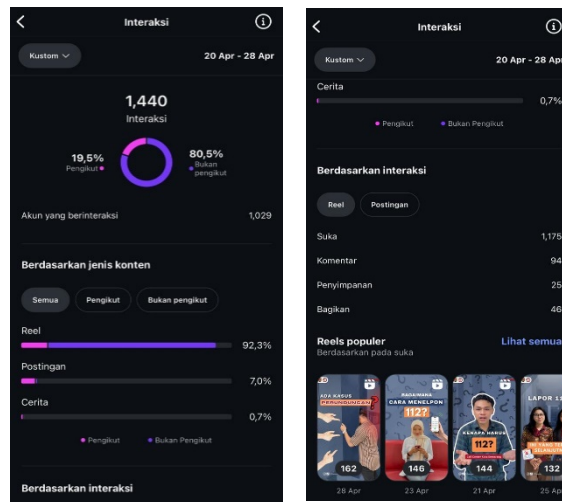
Dengan demikian, *insight* ini menjadi masukan penting dalam menyusun strategi konten lanjutan. Diperlukan penguatan pesan ajakan, penambahan elemen visual yang lebih kuat, serta eksplorasi *storytelling* berbasis situasi nyata untuk meningkatkan kesadaran sekaligus keterlibatan pengguna Instagram terhadap pentingnya memahami prosedur layanan aduan kegawatdaruratan 112.

4.4.4 Hasil Insight Akun

Hasil insight merupakan salah satu indikator penting dalam mengukur efektivitas diseminasi informasi melalui media sosial, khususnya dalam konteks pemanfaatan akun Instagram resmi @112semarang. Engagement atau keterlibatan audiens merujuk pada respons aktif pengguna terhadap konten yang dipublikasikan, seperti jumlah tayangan (*views*), suka (*likes*), komentar (*comments*), bagikan (*shares*), dan simpan (*saves*). Indikator ini memberikan gambaran sejauh mana konten yang disampaikan mampu menarik perhatian, membangkitkan minat, dan mendorong partisipasi khalayak terhadap pesan yang disosialisasikan.

Dalam proyek tugas akhir ini, memproduksi dan mempublikasikan serangkaian konten kreatif edukatif mengenai Prosedur Layanan Aduan Kegawatdaruratan Call Center 112 Pemerintah Kota Semarang. Seluruh konten diunggah menggunakan akun Instagram @112semarang dalam format video berdurasi singkat kurang lebih satu menit, disesuaikan dengan karakteristik konsumsi media masyarakat digital yang lebih menyukai format visual yang cepat dan informatif.

Berdasarkan hasil analisis data dari fitur *insight* Instagram selama periode publikasi yaitu pada tanggal 20 April 2025 – 28 April 2025, diperoleh bahwa tayangan (*views*) per video berkisar dari yang terendah 1.913 *viewer* hingga tertinggi 4.491 *viewer*, dengan jumlah interaksi (*likes*, *comments*, *shares*, dan *saves*) yang menunjukkan tren positif



Gambar 4 7 Hasil insight interaksi akun

Selama periode publikasi pada tanggal 20 hingga 28 April 2025, terdapat peningkatan positif pada kinerja akun, yang tercermin dari pertumbuhan pengikut serta karakteristik demografis audiens. Selama periode ini, jumlah pengikut meningkat sebanyak 60 akun, dengan total penambahan pengikut baru mencapai 81 akun, dan 21 akun berhenti mengikuti. Pertumbuhan ini menunjukkan adanya efek positif dari publikasi konten kreatif edukatif mengenai layanan aduan kegawatdaruratan call center 112 yang diproduksi dan diunggah selama fase diseminasi tugas akhir.



Gambar 4 8 Hasil penambahan followers akun instagram

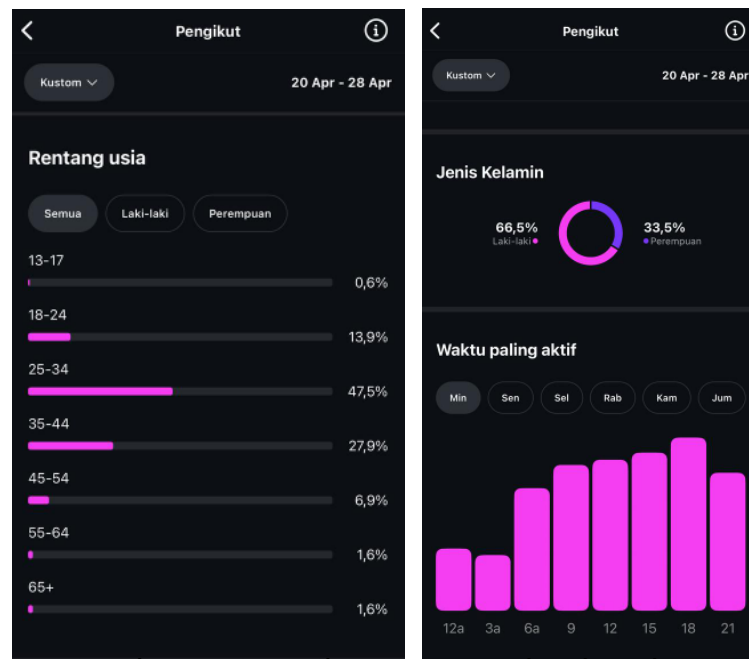
Kenaikan dalam jumlah pengikut dibandingkan periode sebelumnya menunjukkan bahwa strategi konten yang diterapkan cukup berhasil menarik perhatian audiens baru. Hal ini dapat diinterpretasikan sebagai indikator awal keberhasilan dalam memperluas jangkauan informasi mengenai prosedur layanan darurat kepada masyarakat luas melalui media sosial.

Dari sisi demografis, mayoritas pengikut akun berasal dari wilayah Kota Semarang sebesar 64,7%, disusul oleh Jakarta (5,1%), serta beberapa daerah penyangga seperti Mranggen, Kaliwungu, dan Brebes. Hal ini menegaskan bahwa pesan yang disampaikan melalui konten benar-benar menjangkau target sasaran utama, yakni warga Kota Semarang sebagai pengguna langsung layanan 112.



Gambar 4 9 Hasil penambahan followers berdasarkan lokasi

Dilihat dari segi usia, kelompok usia 25–34 tahun mendominasi dengan proporsi 47,5%, diikuti oleh kelompok usia 35–44 tahun (27,9%) dan 18–24 tahun (13,9%). Segmentasi usia ini menunjukkan bahwa audiens utama akun berada pada kategori usia produktif yang relatif melek teknologi dan aktif menggunakan media sosial. Dengan demikian, strategi penyampaian informasi melalui video singkat di Instagram dinilai sesuai dan tepat sasaran. Sementara itu, distribusi berdasarkan jenis kelamin memperlihatkan dominasi pengguna laki-laki sebesar 66,5%, dibandingkan perempuan yang berjumlah 33,5%. Ketimpangan ini memberikan masukan bahwa ke depan, strategi konten dapat mulai menyasar keterlibatan lebih banyak pengguna perempuan dengan pendekatan pesan yang lebih inklusif.



Gambar 4.10 Hasil engagement berdasarkan rentang usia dan jenis kelamin

Meninjau dari gambar 4.10 menunjukkan pula perilaku audiens, yaitu terhadap waktu keterlibatan tertinggi terdeteksi pada pukul 18.00–21.00 WIB, terutama pada hari Kamis dan Jumat, yang menunjukkan pola konsumsi konten digital masyarakat setelah jam kerja. Oleh karena itu, waktu publikasi konten dapat dioptimalkan pada jam-jam tersebut untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi.

Secara keseluruhan, hasil *engagement* ini menunjukkan bahwa strategi produksi konten kreatif dalam bentuk video edukatif telah berhasil menarik keterlibatan pengguna secara signifikan, baik dari segi pertumbuhan audiens maupun kesesuaian dengan profil target sasaran. Selain itu, untuk memperkuat temuan ini, saya juga akan menyertakan beberapa cuitan positif dari kolom komentar yang muncul pada hasil publikasi konten. Cuitan-cuitan ini menjadi bukti nyata atas respons positif masyarakat terhadap informasi yang disampaikan, serta menjadi indikator bahwa konten yang diproduksi mampu membangun komunikasi dua arah yang efektif antara pemerintah dan publik melalui media sosial.

@tyara_mhrn : “pelayanannya tambah mantab👏🔥”

@dsfrds: “informatif sekali, masnya ganteng juga jadi tambah semangat nyimak kontennya”

@noviana_danumihardja : “Wahhh very usefull and easy to do , keren banget anak anak muda sekarang , sangat menyala Mas🔥🔥🔥”

@rachelardely; “Waahh sangat mengedukasi dan membantu infonya mas👏”

@yanntoz : “wah ga habis habis yaa ide kontennya kerenn👏”

Temuan ini mendukung tujuan utama tugas akhir, yakni meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap prosedur layanan aduan kegawatdaruratan melalui pendekatan komunikasi publik digital yang efektif.

4.4.5 Hasil Review Klien terhadap Produksi Video Edukasi Layanan 112

Konten kreatif *audio visual* layanan call center 112 kegawatdaruratan Kota Semarang yang telah diproduksi mendapatkan respons yang sangat positif dari pihak Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Diskominfo) Kota Semarang selaku klien utama dalam proyek ini. Bidang Pengelolaan Informasi dan Saluran Komunikasi Publik secara khusus memberikan apresiasi terhadap pendekatan publikasi yang digunakan dalam menyampaikan informasi mengenai prosedur layanan aduan kegawatdaruratan.

Menurut pihak Diskominfo, video-video yang dihasilkan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga memiliki nilai edukatif. Mereka menyampaikan bahwa pendekatan naratif dalam beberapa video dapat membangun kesadaran masyarakat mengenai pentingnya memahami dan menggunakan layanan 112 dengan tepat.

Pihak instansi menilai bahwa seluruh elemen produksi mulai dari penulisan naskah, pengambilan gambar, hingga editing telah memenuhi ekspektasi dan standar komunikasi publik yang berlaku. Mereka juga menambahkan bahwa penyampaian pesan dalam setiap video cukup lugas, tidak bertele-tele, dan dapat dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat, mulai dari remaja hingga orang dewasa.

Lebih lanjut, Diskominfo Kota Semarang meyakini bahwa konten ini akan menjadi salah satu bentuk upaya diseminasi yang baik dalam meningkatkan literasi digital masyarakat terkait layanan kegawatdaruratan.

4.5 Hambatan dan Tindak Lanjut

4.5.1 Hambatan

1. Tahap Pra Produksi

Dalam tahap pra produksi untuk menciptakan konten kreatif sebagai media diseminasi informasi layanan aduan kegawatdaruratan call center 112 Pemerintah Kota Semarang menghadapi sejumlah tantangan yang cukup kompleks, baik dari sisi teknis maupun non-teknis.

a. Lokasi

Pemilihan lokasi produksi menjadi tantangan awal yang harus dihadapi. Awalnya, lokasi seperti kompleks balaikota menjadi prioritas karena kelengkapan fasilitas dan nilai visualnya. Namun, kendala seperti lokasi yang monoton dan kesesuaian dengan konsep konten menyebabkan opsi ini tidak dapat digunakan sepenuhnya. Akhirnya, lokasi alternatif yang dapat dipilih, yakni ruang studio e-learning Sekolah Vokasi. Lokasi ini dipilih berdasarkan pertimbangan strategis: bertempat di kampus, aksesnya mudah dijangkau oleh tim produksi dan talent, serta mendukung kebutuhan visual konten edukatif yang hendak diproduksi.

b. Penyelarasan Konsep Standard Sequence Guide (SSG)

Pada tahap pra-produksi, tantangan signifikan yang adalah proses penyelarasan antara konsep kreatif yang telah dirancang dengan struktur *Standard Sequence Guide* (SSG) yang akan dijadikan acuan utama dalam produksi. Penyusunan SSG tidak dapat dilakukan secara instan karena membutuhkan proses revisi yang berulang guna memastikan setiap narasi, adegan, serta elemen visual dalam konten benar-benar sesuai dengan tujuan utama diseminasi informasi prosedur layanan aduan kegawatdaruratan 112.

Revisi dilakukan karena terdapat beberapa bagian dalam naskah awal yang belum secara maksimal merepresentasikan alur prosedur yang berlaku di lapangan dan kebutuhan konsep yang diharapkan oleh pihak Diskominfo Kota Semarang. Selain itu, sinkronisasi antara narasi, kebutuhan visual, dan waktu durasi yang ketat (maksimal 60 detik per video) menjadi faktor utama yang mempengaruhi kompleksitas penyusunan SSG ini. Penyelarasan tersebut membutuhkan koordinasi intensif dengan pihak stakeholder terkait seperti Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Diskominfo) Kota Semarang.

Dengan demikian, meskipun pembentukan SSG merupakan bagian dari tahap pra-produksi, namun substansi dan ketepatan konsep yang terkandung di dalamnya menjadi sangat krusial dalam menentukan keberhasilan keseluruhan proyek tugas akhir ini. Ketelitian dalam menyusun SSG tidak hanya berdampak pada kelancaran proses produksi, tetapi juga berpengaruh terhadap efektivitas penyampaian pesan kepada masyarakat sebagai target audiens utama dari

konten yang dihasilkan.

2. Tahap Produksi

a. Waktu

Salah satu hambatan utama dalam tahap produksi adalah manajemen waktu. Jadwal pengambilan gambar sering kali harus disesuaikan dengan ketersediaan talent. Penyesuaian jadwal ini mengharuskan tim produksi untuk lebih fleksibel, termasuk dalam pengambilan gambar tambahan atau pengulangan adegan.

b. Tempat

Meskipun lokasi telah ditentukan, pemilihan titik pengambilan gambar di lapangan tetap menantang. Hal ini disebabkan oleh kebutuhan untuk menyesuaikan setiap latar dengan tema dan pesan konten edukasi 112 yang berbeda.

c. Pencahayaan dan Cuaca

Produksi yang dilakukan di luar ruangan juga menghadapi tantangan dari faktor pencahayaan dan cuaca. Kondisi mendung dan hujan mengganggu proses pengambilan gambar, terutama untuk adegan tertentu seperti simulasi kecelakaan atau kebakaran yang membutuhkan pencahayaan yang cukup. Untuk mengatasi hal ini, digunakan alat bantu lighting seperti ring light atau LED portable. Selain itu, tim produksi juga harus siap bekerja cepat saat cuaca cerah agar tidak kehilangan momen pengambilan gambar penting. Perubahan cuaca yang ekstrem pun berdampak pada kualitas audio, seperti suara angin yang mengganggu hasil rekaman. Oleh karena itu, penggunaan clip-on microphone dan penambahan efek suara dilakukan untuk menjaga kualitas konten pada tahap pasca produksi.

d. Penyesuaian Konsep dengan Stakeholder

(Diskominfo Kota Semarang)

Selama proses produksi, penulis juga menghadapi tantangan berupa penyesuaian konsep kreatif yang telah disusun dengan ekspektasi dan arahan dari stakeholder utama, yakni Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Diskominfo) Kota Semarang. Dalam proses ini, terjadi beberapa kali revisi terhadap kandungan narasi maupun elemen visual dalam konten video berdasarkan masukan dari pihak Diskominfo yang bertujuan untuk memastikan bahwa substansi informasi yang disampaikan benar-benar akurat, representatif, serta sejalan dengan kebijakan komunikasi publik yang telah ditetapkan.

Koreksi yang diberikan oleh pihak Diskominfo umumnya berkaitan dengan ketepatan representasi prosedur layanan aduan kegawatdaruratan, kejelasan narasi publik, dan kesesuaian konten dengan karakteristik target audiens Kota Semarang. Hal ini menyebabkan tim produksi harus menyesuaikan kembali script, melakukan pengambilan gambar ulang, hingga mengedit ulang konten video agar mampu memenuhi standar kualitas dan pesan strategis yang diharapkan oleh stakeholder.

Meskipun proses ini menambah kompleksitas dan durasi produksi, namun penyesuaian ini menjadi bagian penting dalam menjamin kualitas dan validitas konten yang dihasilkan. Adanya keterlibatan aktif dari Diskominfo sebagai pemilik program layanan publik, secara tidak langsung juga memperkuat kredibilitas konten sebagai media diseminasi resmi yang dapat diterima oleh masyarakat luas.

3. Tahap Pasca Produksi

Setelah proses editing selesai, tantangan berikutnya adalah menyesuaikan jadwal publikasi konten dengan pihak Diskominfo

Kota Semarang. Perbedaan agenda dan prioritas menyebabkan perlunya koordinasi intensif untuk memastikan waktu tayang yang tepat dan tidak bertabrakan dengan agenda komunikasi lainnya. Penyesuaian ini penting agar konten mendapatkan perhatian optimal dari masyarakat melalui kanal resmi, seperti akun Instagram @112Semarang.

Selain itu, penyesuaian format konten dengan standar yang berlaku juga menjadi fokus utama. Misalnya, rasio video harus sesuai dengan standar Instagram, durasi maksimal satu menit, dan kualitas visual minimal HD. Semua ini memerlukan tahapan finalisasi teknis yang teliti. Dengan koordinasi dan komitmen yang baik dari semua pihak, tantangan pada tahap pasca produksi ini dapat diselesaikan, sehingga konten yang dihasilkan mampu disampaikan ke masyarakat secara optimal dan tepat sasaran.

4.5.2 Tindak Lanjut

Menindaklanjuti berbagai hambatan yang muncul pada tahap pra produksi, produksi, hingga pasca-produksi, penulis mengambil sejumlah langkah strategis dan adaptif untuk memastikan kelancaran serta keberhasilan dalam proses produksi konten kreatif sebagai media diseminasi informasi layanan aduan kegawatdaruratan Call Center 112 Pemerintah Kota Semarang. Adapun tindak lanjut dari masing-masing hambatan dijelaskan sebagai berikut:

1. Tahap Pra Produksi

a. Lokasi

Sebagai respons terhadap keterbatasan lokasi yang awalnya direncanakan namun kurang mendukung secara visual maupun teknis, keputusan yang diambil yakni memindahkan lokasi produksi ke ruang studio e-learning Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro untuk beberapa

konten audio visual. Studio ini dipilih karena memiliki fasilitas pendukung produksi yang memadai, lokasi yang strategis, serta memberikan kemudahan akses bagi tim produksi dan talent. Selain itu, penggunaan ruang studio juga meminimalisasi risiko gangguan cuaca serta memberikan kendali penuh terhadap pencahayaan dan suara.

b. Penyelarasan Konsep Standard Sequence Guide (SSG)

Untuk mengatasi tantangan dalam penyusunan SSG, penulis melakukan komunikasi intensif dengan pihak stakeholder (Diskominfo Kota Semarang) melalui serangkaian revisi terstruktur. Setiap revisi didasarkan pada masukan yang konstruktif guna menyempurnakan keselarasan antara narasi dan prosedur layanan 112. Penulis juga melakukan pemetaan ulang alur narasi berdasarkan urutan tindakan dalam prosedur sebenarnya agar setiap konten mencerminkan kondisi lapangan yang akurat. Penyusunan ulang SSG dilakukan dengan mengedepankan prinsip efektivitas durasi, penyederhanaan visual, dan penguatan pesan edukatif.

2. Tahap Produksi

a. Waktu

Menghadapi tantangan dalam hal penjadwalan talent, penerapan strategi fleksibilitas waktu dan sistem shift untuk pengambilan gambar. Penjadwalan ulang dilakukan secara kolaboratif dengan mempertimbangkan kesediaan seluruh anggota juga mempercepat proses persiapan di lokasi agar pengambilan gambar dapat dilakukan secara efisien dalam waktu terbatas.

b. Tempat

Dalam menentukan titik pengambilan gambar, survei lokasi internal terlebih dahulu untuk memetakan latar yang sesuai dengan kebutuhan narasi masing-masing video. Pengambilan gambar dilakukan secara tersegmentasi berdasarkan tema, sehingga efisiensi waktu dan efektivitas visual tetap terjaga. Pemanfaatan spot yang variatif di satu lokasi juga menjadi solusi untuk menciptakan keberagaman latar tanpa harus berpindah lokasi.

c. Pencahayaan dan Cuaca

Untuk menjawab kendala cuaca yang tidak menentu dan pencahayaan yang tidak stabil, penulis menyiapkan peralatan lighting tambahan seperti ring light dan LED portable. Selain itu, penyesuaian waktu *shooting* dilakukan dengan mengutamakan cuaca cerah, serta meminimalkan pengambilan gambar di luar ruangan untuk adegan yang membutuhkan kualitas audio yang baik. Pada tahap produksi audio, dilakukan rekaman ulang (*dubbing*) jika diperlukan untuk meningkatkan kualitas suara.

d. Penyesuaian Konsep dengan Stakeholder (Diskominfo Kota Semarang)

Sebagai upaya menanggapi koreksi yang diberikan oleh pihak Diskominfo, penerapan prinsip kolaboratif dalam setiap tahapan revisi dengan membuka ruang diskusi aktif untuk

memperoleh titik temu antara visi kreatif dan kebutuhan komunikasi institusional. Proses revisi dilakukan dengan pendekatan sistematis dan terjadwal untuk menghindari keterlambatan keseluruhan produksi. Dengan demikian, penulis memastikan bahwa setiap masukan stakeholder tidak hanya diakomodasi, tetapi juga diintegrasikan secara strategis ke dalam konten untuk memperkuat kualitas pesan

yang disampaikan.

3. Tahap Pasca Produksi

Menanggapi tantangan pada tahap pasca produksi, khususnya dalam hal penjadwalan dan format penayangan, penulis menjalin komunikasi rutin dengan pihak Diskominfo Kota Semarang guna menyelaraskan waktu publikasi konten. Penulis menyusun timeline publikasi alternatif yang fleksibel dan tetap menyesuaikan dengan agenda komunikasi pemerintah daerah.

Dari sisi teknis, seluruh konten video diproses dengan format standar media sosial, yaitu rasio vertikal 9:16, durasi maksimal satu menit, serta kualitas resolusi minimal HD agar sesuai dengan spesifikasi platform Instagram. Selain itu, setiap konten diuji tayang terlebih dahulu untuk memastikan kompatibilitas dengan media publikasi. Penulis juga melakukan evaluasi melalui fitur *insight* di media sosial guna mengukur dampak konten dan menyesuaikan strategi distribusi berikutnya.