

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas tentang hasil produksi video promosi kompetensi keahlian BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata yang telah dilaksanakan oleh penulis dengan menerapkan metode dan teori yang dijelaskan pada bab sebelumnya. Pembahasan juga mencakup analisis permasalahan yang mendasari perlunya media promosi berbentuk video, serta evaluasi atas hasil produk yang dihasilkan.

4.1. Gambaran Umum Permasalahan

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan peningkatan kompetensi guru SMK di Indonesia, berbagai instansi pemerintah, termasuk BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata, telah menyelenggarakan program diklat secara rutin. Namun, penyebarluasan informasi mengenai program tersebut belum sepenuhnya menjangkau target sasaran. Hal ini terlihat dari rendahnya eksposur informasi di media digital yang mengakibatkan sebagian besar guru SMK tidak memperoleh informasi yang utuh mengenai manfaat, mekanisme, maupun keunggulan fasilitas pelatihan. Metode komunikasi yang masih banyak bergantung pada pengumuman resmi terbukti tidak cukup efektif dalam menarik perhatian calon peserta, terutama generasi muda guru SMK yang cenderung lebih responsif terhadap media berbasis visual dan interaktif. Oleh sebab itu, permasalahan utama yang dihadapi bukanlah pada kualitas penyelenggaraan diklat, melainkan pada strategi komunikasi publik yang digunakan.

Kondisi ini menimbulkan kesenjangan informasi (*information gap*) antara penyelenggara dengan calon peserta. Program yang sejatinya memiliki nilai manfaat tinggi tidak diketahui secara luas, sementara kebutuhan guru terhadap peningkatan keterampilan terus meningkat. Dari permasalahan inilah muncul urgensi untuk memanfaatkan media promosi digital, khususnya video, sebagai sarana penyebaran informasi yang lebih persuasif, mudah diakses, dan sesuai dengan perkembangan teknologi komunikasi saat ini.

4.2. Analisis Masalah

Dari gambaran umum tersebut, dapat diidentifikasi bahwa permasalahan promosi yang dihadapi BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata bersifat strategis. Pertama, terdapat masalah keterjangkauan informasi. Media promosi sebelumnya hanya mampu menjangkau kalangan tertentu dan tidak efektif di beberapa kalangan. Kedua, masalah daya tarik. Informasi yang disajikan sebelumnya kurang mampu menggambarkan suasana nyata diklat secara menyeluruh, sehingga calon peserta tidak memiliki gambaran jelas mengenai kegiatan yang akan diikuti. Ketiga, terdapat masalah relevansi media. Peserta yang menjadi target utama, yaitu guru SMK, sebagian besar merupakan pengguna aktif media sosial dan platform berbasis digital seperti YouTube dan Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa media promosi yang statis tidak lagi sesuai dengan pola konsumsi informasi target audiens.

Solusi yang ditawarkan adalah menghadirkan media promosi berbentuk video. Video dipilih karena mampu menggabungkan teks, suara, gambar, dan gerakan dalam satu media yang utuh. Dengan demikian, pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami, lebih menarik secara emosional, serta lebih persuasif. Selain itu, video juga dapat didistribusikan melalui berbagai platform digital yang sesuai dengan kebiasaan target audiens, baik berupa video panjang di YouTube maupun teaser singkat di Instagram.

4.3. Tahap Produksi

Dalam menghasilkan produk video promosi yang dicermati oleh audiens, dilakukan beberapa tahapan dalam produksi video promosi untuk diklat di BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata. Tentunya pada tahap produksi ini, ditemukan banyak sekali tantangan dan hambatan yang terjadi saat di lapangan. Berikut tahapan – tahapan yang sudah dilakukan, sebagai berikut :

4.3.1. Pra Produksi

Pra Produksi menjadi tahap yang krusial dalam memastikan keberhasilan video promosi. Pada tahap ini dilakukan beberapa langkah penting, antara lain :

- **Identifikasi tujuan dan audiens**

Tujuan utamanya adalah meningkatkan kesadaran dan minat guru SMK untuk mengikuti program diklat. Audiens utamanya adalah guru SMK antar jurusan yang membutuhkan peningkatan keterampilan di bidang bisnis dan pariwisata.

- ***Brainstorming***

Pesan yang dibangun menekankan pada keunggulan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata, seperti fasilitas lengkap, instruktur berpengalaman, dan manfaat nyata bagi peningkatan kompetensi profesional.

- **Pembuatan *Standard Sequence Guide* (SSG)**

SSG menjadi pedoman urutan pengambilan gambar sehingga tidak ada elemen penting yang terlewat.

Dengan perencanaan yang matang, tahap pra produksi membantu memperkecil risiko kesalahan teknis maupun konseptual pada tahap produksi.

4.3.2. Produksi

Tahap produksi merupakan proses utama dalam pembuatan video promosi, dimana rancangan pra produksi diwujudkan menjadi konten visual dan audio. Pengambilan gambar dilakukan di lingkungan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata dengan melibatkan berbagai jurusan keahlian, mulai dari bisnis daring dan pemasaran, usaha perjalanan wisata, perhotelan, tata boga, tata kecantikan, tata busana, hingga pekerjaan sosial. Produksi video promosi ini dilakukan selama empat hari yaitu pada tanggal 26 – 29 Agustus 2025, dengan dibantu oleh tim kelompok kerja publikasi BBPPMPV

Bisnis dan Pariwisata. Adapun tahapan yang penulis lakukan sesuai dengan teori dan perencanaan yang telah dibuat, sebagai berikut :

1. Pelatihan Kompetensi Keahlian Bisnis Daring dan Pemasaran BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.

Proses produksi pada judul ini memiliki beberapa pembagian tugas, antara lain :

- Produser : Azalia Fairuz Dofany
- Kameramen : Azalia Fairuz Dofany dan Hafiz Ramadhan
- Editor : Azalia Fairuz Dofany
- Penanggung Jawab : Wahyu Setiadi

Dalam proses produksi pada judul ini, terdapat juga beberapa pengaturan yang diaplikasikan, yaitu :

a. Pemilihan Kamera

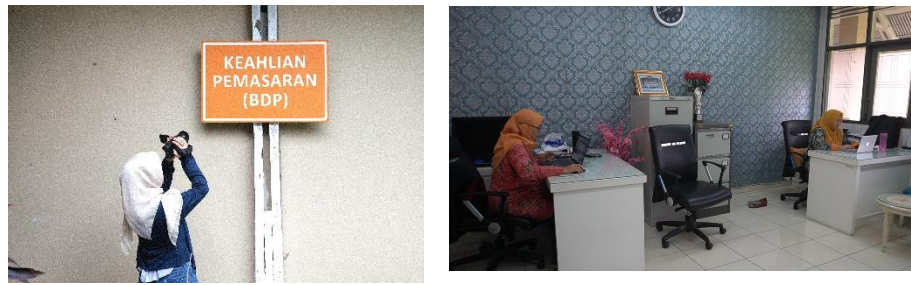
Kamera yang digunakan pada produksi video promosi ini yaitu SONY FDR-AX53 4K Ultra HD.

b. Persiapan Kamera

Untuk mendapatkan kualitas video yang sesuai, maka kamera menggunakan ISO 800-1600 untuk *indoor shot*, 200-400 untuk *outdoor shot* F3.5-5.6 dengan *Shutter Speed* 1/50 – 1/60.

c. Pengambilan Gambar (*Shot*)

Pengambilan gambar dilakukan di Departemen Bisnis Daring dan Pemasaran BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.

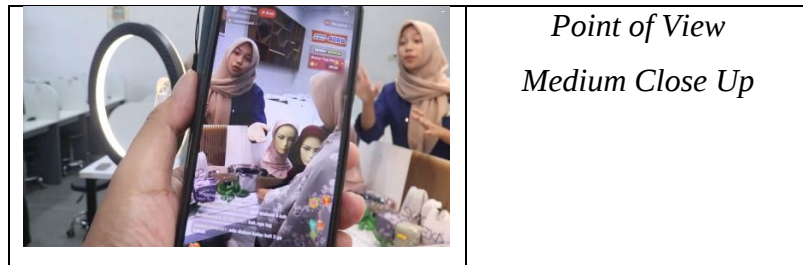


**Gambar 4. 1 Produksi Video Promosi:
Keahlian BDP**

d. *Camera Angle & Shot Size*

**Tabel 4. 1 Camera Angle dan Shot Size Produksi Video Promosi:
Keahlian BDP**

	<i>Eye Level</i> <i>Medium Shot</i>
	<i>Eye Level</i> <i>Long Shot</i>
	<i>Over The Shoulder</i> <i>Medium Long Shot</i>



2. Pelatihan Kompetensi Keahlian Usaha Perjalanan Wisata BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.

Proses produksi pada judul ini memiliki beberapa pembagian tugas, antara lain :

- Produser : Azalia Fairuz Dofany
- Kameramen : Azalia Fairuz Dofany dan Hafiz Ramadhan
- Editor : Azalia Fairuz Dofany
- Penanggung Jawab : Wahyu Setiadi

Dalam proses produksi pada judul ini, terdapat juga beberapa pengaturan yang diaplikasikan, yaitu :

a. Pemilihan Kamera

Kamera yang digunakan pada produksi video promosi ini yaitu SONY FDR-AX53 4K Ultra HD.

b. Persiapan Kamera

Untuk mendapatkan kualitas video yang sesuai, maka kamera menggunakan ISO 800-3200 untuk *indoor shot*, 200-800 untuk *outdoor shot* F4.0-8.0 dengan *Shutter Speed* 1/50 – 1/60.

c. Pengambilan Gambar (*Shot*)

Pengambilan gambar dilakukan di Departemen Usaha Perjalanan Wisata BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.



Gambar 4. 2 Produksi Video Promosi: Keahlian UPW

d. *Camera Angle & Shot Size*

Tabel 4. 2 Camera Angle dan Shot Size Produksi Video Promosi: Keahlian UPW

	<i>Eye Level</i> <i>Medium Long Shot</i>
	<i>Eye Level</i> <i>Medium Close Up</i>
	<i>High Angle</i>

	<i>Close Up</i>
	<i>Eye Level</i> <i>Close Up</i>

3. Pelatihan Kompetensi Keahlian Perhotelan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.

Proses produksi pada judul ini memiliki beberapa pembagian tugas, antara lain :

- Produser : Azalia Fairuz Dofany
- Kameramen : Azalia Fairuz Dofany dan Hafiz Ramadhan
- Editor : Azalia Fairuz Dofany
- Penanggung Jawab : Wahyu Setiadi

Dalam proses produksi pada judul ini, terdapat juga beberapa pengaturan yang diaplikasikan, yaitu :

a. Pemilihan Kamera

Kamera yang digunakan pada produksi video promosi ini yaitu SONY FDR-AX53 4K Ultra HD.

b. Persiapan Kamera

Untuk mendapatkan kualitas video yang sesuai, maka kamera menggunakan ISO 800-3200 untuk *indoor shot*, 100-400 untuk *outdoor shot* F1.8-8.0 dengan *Shutter Speed* 1/50 – 1/60.

c. Pengambilan Gambar (*Shot*)

Pengambilan gambar dilakukan di Departemen Perhotelan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.



Gambar 4. 3 Produksi Video Promosi: Keahlian Perhotelan

d. *Camera Angle & Shot Size*

Tabel 4. 3 Camera Angle dan Shot Size Produksi Video Promosi: Keahlian Perhotelan

	<i>Eye Level</i> <i>Full Shot</i>
	<i>Eye Level</i> <i>Medium Close Up</i>

	
	<i>Eye Level Close Up</i>
	<i>Eye Level Establishing Shot</i>

4. Pelatihan Kompetensi Keahlian Tata Boga BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.

Proses produksi pada judul ini memiliki beberapa pembagian tugas, antara lain :

- Produser : Azalia Fairuz Dofany
- Kameramen : Azalia Fairuz Dofany dan Hafiz Ramadhan
- Editor : Azalia Fairuz Dofany
- Penanggung Jawab : Wahyu Setiadi

Dalam proses produksi pada judul ini, terdapat juga beberapa pengaturan yang diaplikasikan, yaitu :

- a. Pemilihan Kamera

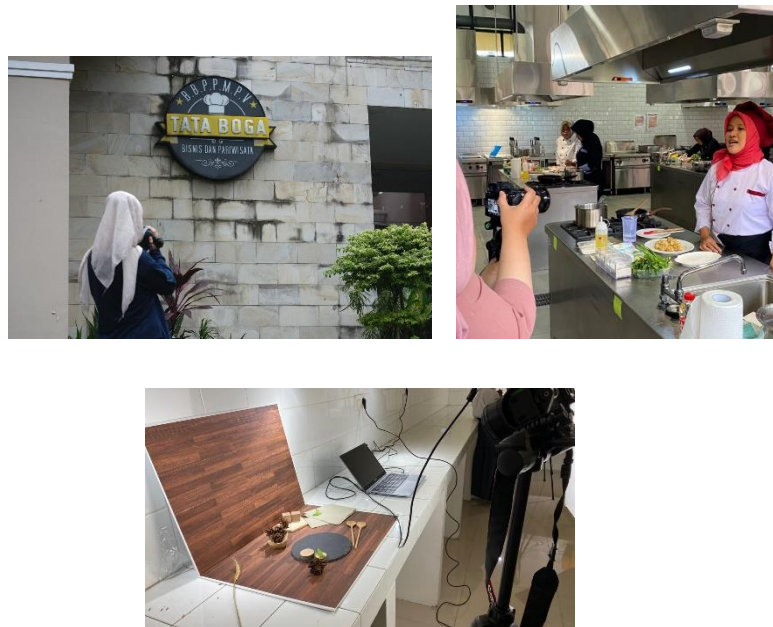
Kamera yang digunakan pada produksi video promosi ini yaitu SONY FDR-AX53 4K Ultra HD.

b. Persiapan Kamera

Untuk mendapatkan kualitas video yang sesuai, maka kamera menggunakan ISO 800-3200 untuk *indoor shot*, 100-400 untuk *outdoor shot* F2.8-11.0 dengan *Shutter Speed* 1/50 – 1/60.

c. Pengambilan Gambar (*Shot*)

Pengambilan gambar dilakukan di Departemen Tata Boga BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.



Gambar 4. 4 Produksi Video Promosi: Keahlian Tata Boga

d. *Camera Angle & Shot Size*

Tabel 4. 4 Camera Angle dan Shot Size Produksi Video Promosi: Keahlian Tata Boga

	<i>Eye Level</i>
--	------------------

	<i>Establishing Shot</i>
	<i>Eye Level Full Shot</i>
	<i>Eye Level Medium Close Up</i>
	<i>Eye Level Close Up</i>

5. **Pelatihan Kompetensi Keahlian Tata Kecantikan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.**

Proses produksi pada judul ini memiliki beberapa pembagian tugas, antara lain :

- Produser : Azalia Fairuz Dofany
- Kameramen : Azalia Fairuz Dofany dan Hafiz Ramadhan

- Editor : Azalia Fairuz Dofany
- Penanggung Jawab : Wahyu Setiadi

Dalam proses produksi pada judul ini, terdapat juga beberapa pengaturan yang diaplikasikan, yaitu :

a. Pemilihan Kamera

Kamera yang digunakan pada produksi video promosi ini yaitu SONY FDR-AX53 4K Ultra HD.

b. Persiapan Kamera

Untuk mendapatkan kualitas video yang sesuai, maka kamera menggunakan ISO 800-3200 untuk *indoor shot*, 100-400 untuk *outdoor shot* F2.8-8.0 dengan *Shutter Speed* 1/50 – 1/60.

c. Pengambilan Gambar (*Shot*)

Pengambilan gambar dilakukan di Departemen Tata Kecantikan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.



Gambar 4. 5 Produksi Video Promosi: Keahlian Tata Kecantikan

d. *Camera Angle & Shot Size*

Tabel 4. 5 Camera Angle dan Shot Size Produksi Video Promosi: Keahlian Tata Kecantikan

	<i>Eye Level</i> <i>Medium Close Up</i>
--	---

	
	<i>Eye Level Wide Shot</i>
	<i>Eye Level Medium Long Shot</i>
	<i>High Angle Close Up</i>

6. Pelatihan Kompetensi Keahlian Tata Busana BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.

Proses produksi pada judul ini memiliki beberapa pembagian tugas, antara lain :

- Produser : Azalia Fairuz Dofany
- Kameramen : Azalia Fairuz Dofany dan Hafiz

Ramadhan

- Editor : Azalia Fairuz Dofany
- Penanggung Jawab : Wahyu Setiadi

Dalam proses produksi pada judul ini, terdapat juga beberapa pengaturan yang diaplikasikan, yaitu :

a. Pemilihan Kamera

Kamera yang digunakan pada produksi video promosi ini yaitu SONY FDR-AX53 4K Ultra HD.

b. Persiapan Kamera

Untuk mendapatkan kualitas video yang sesuai, maka kamera menggunakan ISO 400-800, F2.8-4.0 dengan *Shutter Speed* 1/50 – 1/100.

c. Pengambilan Gambar (*Shot*)

Pengambilan gambar dilakukan di Departemen Tata Busana BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.



Gambar 4. 6 Produksi Video Promosi: Keahlian Tata Busana

d. *Camera Angle & Shot Size*

**Tabel 4. 6 Camera Angle dan Shot Size Produksi Video Promosi:
Keahlian Tata Busana**

	<i>Eye Level</i> <i>Medium Shot</i>
--	--

	
	<i>High Angle Close Up</i>
	<i>Low Angle Medium Long Shot</i>

7. Pelatihan Kompetensi Keahlian Pekerjaan Sosial BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.

Proses produksi pada judul ini memiliki beberapa pembagian tugas, antara lain :

- Produser : Azalia Fairuz Dofany
- Kameramen : Azalia Fairuz Dofany dan Hafiz Ramadhan
- Editor : Azalia Fairuz Dofany
- Penanggung Jawab : Wahyu Setiadi

Dalam proses produksi pada judul ini, terdapat juga beberapa pengaturan yang diaplikasikan, yaitu :

- a. Pemilihan Kamera

Kamera yang digunakan pada produksi video promosi ini yaitu SONY FDR-AX53 4K Ultra HD.

b. Persiapan Kamera

Untuk mendapatkan kualitas video yang sesuai, maka kamera menggunakan ISO 400-1600, F2.8-5.6 dengan *Shutter Speed* 1/50 – 1/60.

c. Pengambilan Gambar (*Shot*)

Pengambilan gambar dilakukan di Departemen Pekerjaan Sosial BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.



Gambar 4. 7 Produksi Video Promosi: Keahlian Pekerjaan Sosial

d. *Camera Angle & Shot Size*

Tabel 4. 7 Camera Angle dan Shot Size Produksi Video Promosi: Keahlian Pekerjaan Sosial

	<i>Eye Level</i> <i>Medium Long Shot</i>
	<i>Eye Level</i> <i>Close Up</i>



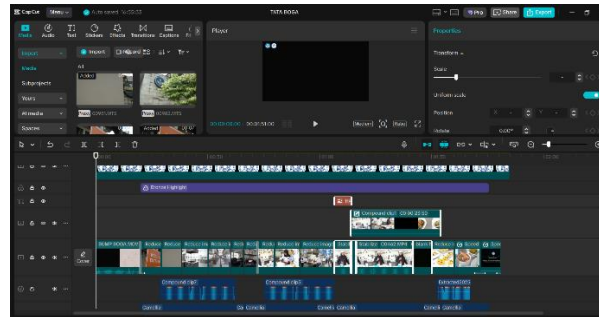
4.3.3. Pasca Produksi

Pasca produksi merupakan tahap akhir dalam rangkaian proses produksi video, dimana seluruh *footage* hasil pengambilan gambar dan audio diolah, disunting, dan disempurnakan menjadi sebuah video promosi yang siap didistribusikan. Proses ini berfokus pada penyusunan narasi visual, peningkatan kualitas estetika gambar dan suara, serta finalisasi produk. Adapun tahapan yang dilakukan dalam pengerjaan pasca produksi ini, yaitu :

1. *Editing*

Proses penyuntingan video merupakan inti dari tahap produksi yang dilakukan oleh penulis menggunakan perangkat lunak CapCut. Tahap dimulai dengan pengelompokan data, dimana seluruh *footage* dan audio dari media penyimpanan kamera dipindahkan ke computer dan diimpor ke media penyuntingan. Setelah data terorganisir, penulis melakukan seleksi dan pemotongan (*cut to cut*), menyesuaikan dengan *Standart Sequence Guide* dan naskah yang telah disetujui untuk mendapatkan urutan demi membangun alur video promosi yang baik dan logis. Terakhir, penulis menambahkan transisi yang sesuai dan juga dilakukan penyisipan elemen grafis seperti *title* pembuka/penutup, *lower third* (identitas narasumber), dan logo Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah dan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata guna untuk *highlight* kepemilikan. Hasil dari video yang telah disunting berukuran (16:9), hal ini

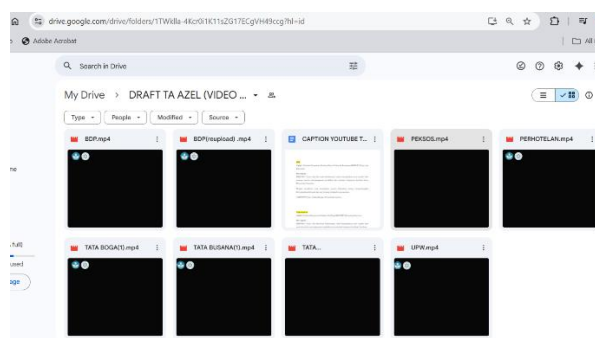
ditujukan agar video tersebut ideal untuk diunggah pada platform YouTube.



Gambar 4. 8 Editing Video Promosi
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

2. Finalisasi (*Review* dan *Rendering*)

Tahap ini diawali dengan peninjauan ulang secara komprehensif oleh pihak yang berwenang (tim publikasi BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata). *Review* ini bertujuan untuk memastikan kesesuaian antara hasil video dengan standar yang telah berlaku untuk pengunggahan konten instansi. Setelah mendapatkan persetujuan mutlak, proses dilanjutkan ke penggabungan akhir (*rendering*) dan pengunggahan video ke G-drive. G-drive tersebut diserahkan kepada tim publikasi BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata untuk persiapan publikasi pada media sosial YouTube dan Instagram.



Gambar 4. 9 Pengunggahan Video melalui G-drive

3. Publikasi

Publikasi tujuh video promosi dilakukan pada platform YouTube BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata. Pengunggahan dibagi menjadi 2 hari, yakni Video Promosi Kompetensi Keahlian Perhotelan, Tata Kecantikan, dan Usaha Perjalanan Wisata diunggah tanggal 2 Oktober 2025 pada pukul 16.00 WIB. Sedangkan, Video Promosi Pelatihan Kompetensi Keahlian Bisnis Daring Pemasarana, Tata Boga, Pekerjaan Sosial, dan Tata Busana diunggah tanggal 3 Oktober 2025 pada pukul 10.00 WIB.

- a. Pelatihan Kompetensi Keahlian Bisnis Daring dan Pemasaran BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.



Gambar 4. 10 Pengunggahan Video Promosi : Bisnis Daring dan Pemasaran

(Sumber : https://youtu.be/iPHSxf_Pw-k?si=cIkimcHISOF9F5bZ)

Caption :

BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata berkomitmen untuk meningkatkan mutu sumber daya manusia melalui penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan kompetensi keahlian Bisnis Daring dan Pemasaran.

Dengan pendekatan yang menyeluruh, peserta diharapkan mampu mengembangkan keterampilan profesional dan siap bersaing di dunia kerja pemasaran.

#BBPPMPVBispar #SahabatBispar #PelatihanKompetensi

- b. Pelatihan Kompetensi Keahlian Usaha Perjalanan Wisata BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.



**Gambar 4. 11 Pengunggahan Video Promosi : Usaha
Perjalanan Wisata**

(Sumber :

https://youtu.be/yw5FxtJNyhC?si=N1Nii_biYdsiTPUs)

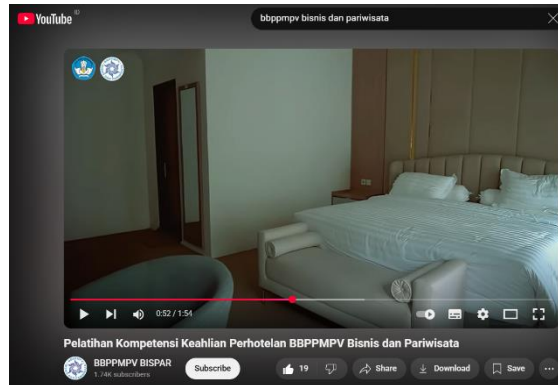
Caption :

BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata berkomitmen untuk meningkatkan mutu sumber daya manusia melalui penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan kompetensi keahlian Usaha Perjalanan Wisata.

Dengan pendekatan yang menyeluruh, peserta diharapkan mampu mengembangkan keterampilan profesional dan siap bersaing di dunia kerja pariwisata.

#BBPPMPVBispar #SahabatBispar #PelatihanKompetensi

- c. Pelatihan Kompetensi Keahlian Perhotelan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.



Gambar 4. 12 Pengunggahan Video Promosi : Perhotelan

(Sumber :

https://youtu.be/5Yx_5oLTDco?si=VWUNGRNtiL9AS16-)

Caption :

BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata berkomitmen untuk meningkatkan mutu sumber daya manusia melalui penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan kompetensi keahlian Perhotelan.

Dengan pendekatan yang menyeluruh, peserta diharapkan mampu mengembangkan keterampilan profesional dan siap bersaing di dunia kerja perhotelan.

#BBPPMPVBispar #SahabatBispar #PelatihanKompetensi

- d. Pelatihan Kompetensi Keahlian Tata Boga BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.



Gambar 4. 13 Pengunggahan Video Promosi : Tata Boga

(Sumber :

<https://youtu.be/xXEH7jSOp3I?si=fv6eajLuLynCbMQH>)

Caption :

BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata berkomitmen untuk meningkatkan mutu sumber daya manusia melalui penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan kompetensi keahlian Tata Boga.

Dengan pendekatan yang menyeluruh, peserta diharapkan mampu mengembangkan keterampilan profesional dan siap bersaing di dunia kerja kuliner.

#BBPPMPVBispar #SahabatBispar #PelatihanKompetensi

- e. Pelatihan Kompetensi Keahlian Tata Kecantikan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.



Gambar 4. 14 Pengunggahan Video Promosi : Tata Kecantikan
(Sumber :

https://youtu.be/2er4x0VruxU?si=kbZognC_TDHK_kkc)

Caption :

BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata berkomitmen untuk meningkatkan mutu sumber daya manusia melalui penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan kompetensi keahlian Tata Kecantikan.

Dengan pendekatan yang menyeluruh, peserta diharapkan mampu mengembangkan keterampilan profesional dan siap bersaing di dunia kerja kecantikan.

#BBPPMPVBispar #SahabatBispar #PelatihanKompetensi

- f. Pelatihan Kompetensi Keahlian Tata Busana BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.



Gambar 4. 15 Pengunggahan Video Promosi : Tata Busana
(Sumber :
<https://youtu.be/Odxq2r1yKzo?si=8QG8FXHa9sDkPRgG>)

Caption :

BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata berkomitmen untuk meningkatkan mutu sumber daya manusia melalui penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan kompetensi keahlian Tata Busana.

Dengan pendekatan yang menyeluruh, peserta diharapkan mampu mengembangkan keterampilan profesional dan siap bersaing di dunia kerja perancangan busana.

#BBPPMPVBispar #SahabatBispar #PelatihanKompetensi

- g. Pelatihan Kompetensi Keahlian Pekerjaan Sosial BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.



Gambar 4. 16 Pengunggahan Video Promosi : Pekerjaan Sosial

(Sumber : <https://youtu.be/mtvPK-Jw6VM?si=mxZLgEOf-ym9e7in>)

Caption :

BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata berkomitmen untuk meningkatkan mutu sumber daya manusia melalui penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan kompetensi keahlian Pekerjaan Sosial.

Dengan pendekatan yang menyeluruh, peserta diharapkan mampu mengembangkan keterampilan profesional dan siap bersaing di dunia kerja *caregiver*.

#BBPPMPVBispar #SahabatBispar #PelatihanKompetensi

4. Pembuatan Video Pendukung (*Teaser*)

Video pendukung berupa *teaser* berdurasi singkat guna memperluas jangkauan dan menciptakan *hype* melalui platform yang berbeda. Video *teaser* ini spesifik ditujukan untuk platform Instagram Story, yang memiliki format vertikal (9:16).

Proses ini meliputi adaptasi konten, dimana penulis melakukan pemilihan shot menarik dari tiap keahlian dan menyuntingnya dengan menyesuaikan rasio aspek vertikal Instagram Story. Penambahan elemen interaktif juga dilakukan guna mencantumkan tautan *playlist* dari video utama pada platform YouTube. Penjadwalan publikasi video *teaser* ini dilakukan setelah semua video utama telah diunggah untuk memaksimalkan *reach* dan *engagement*. Strategi ini berfungsi untuk meningkatkan efektivitas penyebaran pesan promosi secara keseluruhan.



Gambar 4. 17 Video Pendukung (*Teaser*) Instagram Story
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

5. Anggaran dan Fasilitas Pasca Produksi

Tabel 4. 8 Anggaran dan Fasilitas Pasca Produksi

ANGGARAN DAN FASILITAS				
Keterangan Kebutuhan	Jenis	Jumlah	Biaya/Unit	Anggaran
Kamera Digital SONY FDR-AX53 4K Ultra HD.		1	Rp5.000.000	Rp7.000.000
Tripod Kamera		1	Rp300.000	Rp300.000
Clip On		1	Rp2.000.000	Rp2.000.000
Konsumsi (Snack dan Makan)		10	Rp25.000	Rp250.000
Transportasi		1x4 hari	Rp100.000	Rp400.000
Jumlah Biaya				Rp650.000

Dalam pelaksanaan proyek produksi video promosi ini, terdapat beberapa penyesuaian pada komponen anggaran yang telah disusun pada tahap perencanaan. Pada anggaran pada tabel diatas terdapat sejumlah item yang ditandai dengan tanda khusus warna biru, tanda tersebut menunjukkan bahwa item tersebut telah difasilitasi langsung oleh BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata sehingga tidak diperlukan lagi tambahan anggaran atau fasilitas yang berasal dari pribadi. Penyesuaian lainnya yaitu dana tidak terduga yang ada pada tahap perencanaan menjadi terpakai untuk dialokasikan pada transportasi. Hal tersebut terjadi karena adanya perubahan jadwal pelaksanaan produksi yang tadinya dilaksanakan hanya dua hari, namun menjadi empat hari.

4.4. Pembahasan Hasil

Hasil dari Video Promosi pada Tugas Akhir ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas promosi BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata dalam meningkatkan keterlibatan audiens melalui materi promosi yang dapat digunakan dalam jangka panjang. Video promosi ini dibuat berdasarkan kurangnya penyebaran informasi mengenai program kegiatan pelatihan kompetensi keahlian yang diadakan oleh BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata. Berdasarkan hasil data yang penulis dapatkan dari BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata dan data survey tentang tingkat pengetahuan program kegiatan tersebut menunjukkan masih adanya ketidaktahuan dan keterbatasan informasi mengenai program kegiatan pelatihan. Atas hal tersebutlah, penulis ingin turut serta berkontribusi dalam menyebarkan informasi dan menjangkau keterlibatan peserta untuk membantu BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata melalui media sosial BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata, yaitu YouTube BBPPMPV BISPAR dan Instagram @bbppmpvbispar.kemdikbud.

Pada produksi video promosi ini, penulis melakukan beberapa tahapan. Pada tahap pra-produksi, penulis melakukan pengambilan data di Pusat Data dan Teknologi Informasi Kemendikdasmen dan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata, serta survey kepada 53 responden dengan penyebaran melalui Instagram Story akun media sosial BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata. Data tersebut dipergunakan oleh penulis untuk memperkuat identifikasi masalah, tujuan, perencanaan media, dan pesan dalam pembuatan media promosi. Analisis media sosial BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata juga dilakukan guna mengenali jangkauan audiens mana yang lebih efektif dalam menyampaikan suatu pesan. Selanjutnya, penulis membuat *Standart Sequence Guide* yang telah dilampirkan pada bab sebelumnya untuk memberikan gambaran konsep dan durasi per *scene*.

Tahap selanjutnya, penulis menyesuaikan dengan *timeline* dari klien sendiri yaitu BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata. Hal tersebut dilakukan karena penulis ingin memberikan konsep kegiatan langsung yang dilakukan

secara *real time* tanpa harus direkayasa. Pada tahap produksi ini, penulis berperan sebagai produser, kameramen, dan editor dengan menggunakan kamera SONY FDR-AX53 4K Ultra HD serta *software* penyuntingan CapCut. Dalam pelaksanaan produksi ini, tentunya penulis mengalami beberapa kendala dan perbedaan antara perencanaan dengan implementasi pada video promosi, diantaranya :

1. Kendala dan Solusi

Dalam proses produksi video promosi ini, terdapat beberapa kendala yang dihadapi. Salah satu yang menjadi kendala utama adalah proses pengambilan video yang dilakukan secara *real time* bersamaan dengan keberjalanan kegiatan pelatihan, sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan pengambilan ulang (*retake*) apabila terjadi kesalahan teknis atau perubahan situasi di lokasi. Hal ini menuntut penulis untuk bekerja secara cepat, responsif, dan menyesuaikan jadwal dengan dinamika kegiatan yang berlangsung.

Namun, hal tersebut dapat penulis atasi dengan melakukan pembagian jadwal produksi selama empat hari, disertai koordinasi dengan pihak penyelenggara kegiatan untuk menyesuaikan waktu pengambilan gambar pada momen – momen penting. Dengan cara ini, seluruh adegan yang dibutuhkan tetap dapat terekam dengan baik tanpa mengganggu jalannya kegiatan.

2. Perbedaan Perencanaan dan Implementasi

- Penggunaan *Voice Over*

Pada tahap perencanaan yang tertuang dalam *Standart Sequence Guide* (SSG), rencana awal penggunaan suara dalam video promosi adalah menampilkan sambutan dari masing – masing kepala departemen pada ketujuh video promosi yang diproduksi. Namun, pada saat pelaksanaan kegiatan, rencana tersebut tidak

dapat direalisasikan karena kendala teknis dan kondisi lapangan yang tidak memungkinkan untuk melakukan proses perekaman sambutan secara langsung. Kendala ini tentunya dapat diatasi dengan mengganti seluruh bagian sambutan tersebut menggunakan *voice over* naratif. *Voice over* tersebut berfungsi untuk menjelaskan alur video sesuai dengan struktur dan isi yang telah direncanakan dalam SSG, sehingga informasi yang ingin disampaikan tetap tersampaikan secara utuh dan jelas.

Selain itu, dalam SSG juga direncanakan adanya testimoni dari peserta kegiatan pada seluruh bidang keahlian. Namun pada pelaksanaannya, testimoni hanya dapat direalisasikan pada keahlian tata boga, sedangkan bidang lainnya tidak dapat terlaksana karena alasan teknis yang sama seperti keterbatasan waktu dan kondisi kegiatan yang berlangsung secara *real time*. Meskipun demikian, hal ini tidak mengurangi substansi informasi dalam video, karena alur cerita dan pesan dari setiap bidang keahlian tetap tersampaikan melalui narasi *voice over* yang disusun sesuai dengan naskah perencanaan awal.

- Penambahan *Scene* dan Naratif

Perbedaan antara tahap perencanaan dan tahap produksi juga terlihat pada adanya penambahan *scene*, naratif, serta teknik pengambilan gambar. Perubahan ini dilakukan berdasarkan hasil diskusi dengan klien, dengan tujuan agar pesan yang ingin disampaikan dalam video dapat tersampaikan lebih kuat dan jelas. Penambahan *scene* ini tidak hanya menambah variasi visual, tetapi juga memperkaya konteks sesuai dengan kebutuhan klien. Selain itu, beberapa bagian naratif mengalami penyesuaian agar alur video menjadi lebih komunikatif, efektif, dan mudah dipahami tanpa mengubah inti pesan yang telah direncanakan dalam SSG.

- Durasi

➤ **Pelatihan Kompetensi Keahlian Bisnis Daring dan Pemasaran BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.**

Pada bagian perencanaan, video promosi ini berdurasi 3 menit 25 detik, lalu berubah menjadi 2 menit 2 detik.

➤ **Pelatihan Kompetensi Keahlian Usaha Perjalanan Wisata BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.**

Pada bagian perencanaan, video promosi ini berdurasi 3 menit 25 detik, lalu berubah menjadi 1 menit 56 detik.

➤ **Pelatihan Kompetensi Keahlian Perhotelan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.**

Pada bagian perencanaan, video promosi ini berdurasi 3 menit 25 detik, lalu berubah menjadi 1 menit 55 detik.

➤ **Pelatihan Kompetensi Keahlian Tata Boga BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.**

Pada bagian perencanaan, video promosi ini berdurasi 3 menit 25 detik, lalu berubah menjadi 1 menit 52 detik.

➤ **Pelatihan Kompetensi Keahlian Tata Kecantikan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.**

Pada bagian perencanaan, video promosi ini berdurasi 3 menit 25 detik, lalu berubah menjadi 1 menit 44 detik.

➤ **Pelatihan Kompetensi Keahlian Tata Busana BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.**

Pada bagian perencanaan, video promosi ini berdurasi 3 menit 25 detik, lalu berubah menjadi 2 menit 19 detik.

➤ **Pelatihan Kompetensi Keahlian Pekerjaan Sosial BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.**

Pada bagian perencanaan, video promosi ini berdurasi 3

menit 25 detik, lalu berubah menjadi 1 menit 32 detik.

Perubahan durasi ini terjadi berdasarkan pertimbangan agar audiens tidak merasa bosan ketika menonton video dengan konsep tersebut pada ketujuh video promosi yang diproduksi.

- Anggaran dan Fasilitas

Jumlah yang dikeluarkan pada saat produksi sama dengan jumlah pengeluaran yang ada pada perencanaan. Namun, adanya perubahan jumlah hari pelaksanaan produksi. Bermula pelaksanaan produksi direncanakan sekitar dua hari, tetapi menjadi empat hari. Maka dari itu, biaya tak terduga yang telah direncanakan sejak awal, digunakan untuk hal tersebut.

Tahap terakhir yaitu pasca produksi, dimana pada tahap ini penulis melakukan proses pemilihan *footage* untuk persiapan *editing* melalui *software* CapCut. Pada tahap *editing*, penulis mulai menyatukan *footage* yang telah dipilih agar menjadi sebuah *scene* yang sesuai dengan konsep video yang telah direncanakan.

Setelah proses *editing* selesai, penulis mulai *mengajukan final editing* kepada klien yaitu BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata dan juga melakukan *screening* video bersama. Video melalui beberapa *review* untuk menuju langkah terakhir yaitu menyerahkan hasil akhir ketujuh video promosi dengan menyertakan *caption* untuk diunggah di media sosial BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata. Video telah berhasil diunggah pada media sosial YouTube BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata (BBPPMPV BISPAR) dan Instagram BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata (@bbppmpvbispar.kemdikbud).

4.4.1. Indikator Keberhasilan

Setelah video - video promosi dipublikasikan selama dua minggu pada platform YouTube dan satu video teaser di *Story* Instagram, dilakukan pengamatan terhadap performa masing-masing video untuk menilai efektivitas penyebaran dan respon audiens. Bagian berikut menyajikan hasil analisis *Key Performance Indicator* (KPI) dari setiap video berdasarkan data penayangan dan keterlibatan penonton.

- **YouTube**

1. Pelatihan Kompetensi Keahlian Bisnis Daring dan Pemasaran BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.

Setelah empat belas hari penayangan sejak tanggal 3 Oktober 2025 sampai dengan 17 Oktober 2025 pada platform YouTube, penulis mendapatkan interaksi terhadap video ini dengan jumlah :

- a) Penayangan : 169 kali penayangan
- b) Suka : 102 penyuka
- c) Komentar : 6 komentar
- d) CTR : 5,8 %

Berdasarkan hasil pengamatan terhadap performa tayangan dan keterlibatan audiens pada platform YouTube, dapat disimpulkan bahwa video promosi yang diproduksi telah memenuhi indikator keberhasilan yang ditetapkan.

2. Pelatihan Kompetensi Keahlian Usaha Perjalanan Wisata BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.

Setelah empat belas hari penayangan sejak tanggal 2 Oktober 2025 sampai dengan 16 Oktober 2025 pada platform YouTube, penulis mendapatkan interaksi terhadap video ini dengan jumlah :

- a) Penayangan : 238 kali penayangan
- b) Suka : 195 penyuka
- c) Komentar : 17 komentar
- d) CTR : 8,1 %

Berdasarkan hasil pengamatan terhadap performa tayangan dan keterlibatan audiens pada platform YouTube, dapat disimpulkan bahwa video promosi yang diproduksi telah memenuhi indikator keberhasilan yang ditetapkan.

3. Pelatihan Kompetensi Keahlian Perhotelan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.

Setelah empat belas hari penayangan sejak tanggal 2 Oktober 2025 sampai dengan 16 Oktober 2025 pada platform YouTube, penulis mendapatkan interaksi terhadap video ini dengan jumlah :

- a) Penayangan : 413 kali penayangan
- b) Suka : 372 penyuka
- c) Komentar : 12 komentar
- d) CTR : 8,2 %

Berdasarkan hasil pengamatan terhadap performa tayangan dan keterlibatan audiens pada platform YouTube, dapat disimpulkan bahwa video promosi yang diproduksi telah memenuhi indikator keberhasilan yang ditetapkan.

4. Pelatihan Kompetensi Keahlian Tata Boga BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.

Setelah empat belas hari penayangan sejak tanggal 3 Oktober 2025 sampai dengan 17 Oktober 2025 pada platform YouTube, penulis mendapatkan interaksi terhadap video ini dengan jumlah :

- a) Penayangan : 179 kali penayangan

- b) Suka : 166 penyuka
- c) Komentar : 5 komentar
- d) CTR : 5,9 %

Berdasarkan hasil pengamatan terhadap performa tayangan dan keterlibatan audiens pada platform YouTube, dapat disimpulkan bahwa video promosi yang diproduksi telah memenuhi indikator keberhasilan yang ditetapkan.

5. Pelatihan Kompetensi Keahlian Tata Kecantikan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.

Setelah empat belas hari penayangan sejak tanggal 2 Oktober 2025 sampai dengan 16 Oktober 2025 pada platform YouTube, penulis mendapatkan interaksi terhadap video ini dengan jumlah :

- a) Penayangan : 193 kali penayangan
- b) Suka : 184 penyuka
- c) Komentar : 14 komentar
- d) CTR : 6,4 %

Berdasarkan hasil pengamatan terhadap performa tayangan dan keterlibatan audiens pada platform YouTube, dapat disimpulkan bahwa video promosi yang diproduksi telah memenuhi indikator keberhasilan yang ditetapkan.

6. Pelatihan Kompetensi Keahlian Tata Busana BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.

Setelah empat belas hari penayangan sejak tanggal 3 Oktober 2025 sampai dengan 17 Oktober 2025 pada platform YouTube, penulis mendapatkan interaksi terhadap video ini dengan jumlah :

- a) Penayangan : 414 kali penayangan
- b) Suka : 266 penyuka

- c) Komentar : 1 komentar
- d) CTR : 8,2 %

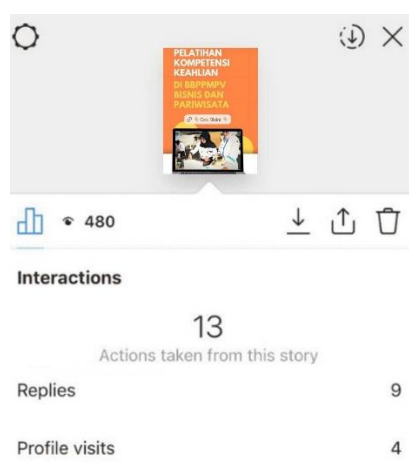
Berdasarkan hasil pengamatan terhadap performa tayangan dan keterlibatan audiens pada platform YouTube, dapat disimpulkan bahwa video promosi yang diproduksi telah memenuhi indikator keberhasilan yang ditetapkan.

7. Pelatihan Kompetensi Keahlian Pekerjaan Sosial BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.

Setelah empat belas hari penayangan sejak tanggal 3 Oktober 2025 sampai dengan 17 Oktober 2025 pada platform YouTube, penulis mendapatkan interaksi terhadap video ini dengan jumlah :

- a) Penayangan : 147 kali penayangan
- b) Suka : 37 penyuka
- c) Komentar : 6 komentar
- d) CTR : 4,9 %

• Instagram Story



Gambar 4. 18 Analitik Video Pendukung (Teaser) Instagram Story
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Setelah 24 jam penayangan sejak tanggal 3 Oktober 2025 pada platform Instagram, penulis mendapatkan interaksi terhadap video ini dengan jumlah :

- a) Penayangan : 480 *views*
- b) Interaksi : 13 (9 *replies* dan 4 *profile visits*)
- c) Jangkauan : 517 akun

Berdasarkan hasil pengamatan terhadap performa tayangan dan keterlibatan audiens pada platform YouTube, dapat disimpulkan bahwa video promosi yang diproduksi telah memenuhi indikator keberhasilan yang ditetapkan.

Berdasarkan hasil pengamatan terhadap performa tayangan dan keterlibatan audiens pada platform YouTube serta Instagram, dapat disimpulkan bahwa seluruh video promosi yang diproduksi telah memenuhi indikator keberhasilan yang ditetapkan. Capaian jumlah tayangan, tingkat interaksi, serta respons positif dari audiens menunjukkan bahwa konten video mampu menarik perhatian dan menyampaikan pesan utama secara efektif. Hal ini menegaskan bahwa strategi produksi dan distribusi yang diterapkan telah berhasil meningkatkan visibilitas serta minat guru SMK terhadap program pelatihan yang diselenggarakan oleh BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata. Dengan demikian, video promosi ini dapat dikatakan berhasil tidak hanya sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi strategis dalam memperkuat citra dan daya tarik lembaga di ranah digital.