

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Fokus pada pengerjaan Tugas Akhir ini adalah peningkatan jumlah produksi dan publikasi konten Instagram di akun @pusdiklat\_baznas untuk meningkatkan minat pegiat dan pemerhati zakat terhadap informasi pelatihan di Pusdiklat BAZNAS. Melalui pendekatan visual, audio visual, serta model komunikasi AISAS, berikut analisis tahap praproduksi, produksi, hingga pascaproduksi dari konten Instagram yang telah dipublikasi:

#### **4.1 Analisis Tahap Praproduksi**

##### **4.1.1 Pengkoordinasian dan Pengambilan Data di Pusdiklat BAZNAS**

Berkoordinasi dan melakukan pengambilan data di Pusdiklat BAZNAS merupakan langkah paling awal dari seluruh tahapan dalam pengerjaan Tugas Akhir ini. Sebelum pelaksanaan kampanye dimulai, penulis memastikan bahwa Pusdiklat BAZNAS bersedia menjadi Pihak Kedua yang dapat membantu pengerjaan Tugas Akhir penulis. Selanjutnya, penulis mengajukan permohonan izin pengerjaan proyek kepada Pusdiklat BAZNAS.

Setelah mendapatkan izin, penulis melakukan wawancara dengan Bapak Rizky Dias Saputra selaku Manajer Bagian Penyelenggaraan Diklat dan Bapak Kukuh Widyanoro selaku Staf Pelatihan Tematik di Pusdiklat BAZNAS. Wawancara tersebut dilakukan untuk memperoleh data dan informasi mendalam terkait Pusdiklat BAZNAS serta untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi oleh klien. Penulis turut diizinkan untuk mengobservasi lebih dalam setiap konten yang dipublikasi pada akun Instagram @pusdiklat\_baznas.

Selain itu, untuk mengurangi bias dan memperkuat data, penulis melakukan survei yang diisi oleh 100 responden. Data hasil survei yang telah ditelaah, digunakan sebagai dasar untuk menentukan *objectives*, target sasaran, dan *platform* kampanye; menjadwalkan publikasi konten dan durasi

kampanye; membuat rancangan dan format konten yang dipublikasi; serta merancang anggaran dan biaya yang dibutuhkan. Selanjutnya, rangkaian hasil analisis tersebut penulis cantumkan pada lembar proposal untuk dipresentasikan kepada pihak klien guna mendapatkan arahan dan persetujuan sebelum konten diproduksi dan dipublikasi.

#### **4.1.2 Perancangan *Layout* dan Penyusunan *Standard Sequence Guide* (SSG)**

Berdasarkan observasi dan survei yang dilakukan oleh penulis, format konten yang dipublikasi adalah konten Instagram *feeds carousel* dan *reels*. Dengan demikian, dalam fase ini penulis merancang tata letak *feeds* yang mencakup visualisasi desain dan keterangan (*body copy*) berisi teks yang telah disepakati oleh klien. Selain itu, penulis turut menyusun naskah *Standard Sequence Guide* (SSG) yang mencakup deskripsi visual, narasi, pemilihan *sound effect* dan latar musik, serta durasi video. *Layout* (tata letak) yang telah dirancang dan *Standard Sequence Guide* (SSG) yang telah disusun ini berfungsi sebagai bahan acuan dalam proses produksi konten.

Terdapat beberapa konten yang mengalami perubahan isi teks (*body copy*) dan narasi. Perubahan tersebut penulis terima setelah fase *editing* (penyuntingan), yaitu saat pihak klien meninjau kembali konten yang sudah penulis buat. Untuk konten *feeds carousel*, 1 dari 4 konten yang telah penulis rancang mengalami perubahan secara substansial sehingga harus kembali melalui fase perancangan *layout*. Isi teks (*body copy*) yang telah disetujui di awal, dirombak secara menyeluruh karena pihak klien merasa isi pesan masih general dan cenderung mengarah pada *branding* BAZNAS RI daripada Pusklat BAZNAS. Akibatnya, hal tersebut turut memengaruhi jadwal publikasi di mana waktu publikasi mundur dari yang telah direncanakan sebelumnya. Berikut penulis cantumkan tabel yang berisi perubahan isi teks (*body copy*) pada konten *Feeds 2* berdasarkan arahan dan masukan dari pihak klien:

Tabel 4.1 Analisis Perubahan Isi Teks *Feeds 2*

Rancangan Awal	Isi Teks yang Sebenarnya
<b>Feeds 2</b>	
<p><b>Slide 1</b> Judul: Rajin nabung, tapi hidup masih sering goyah dan rasanya 'kurang' terus? Subjudul: <i>Life Saver</i>: Zakat, Infak, dan Sedekah.</p> <p><b>Slide 2</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ternyata yang nyelamatin hidup kita bukan dari uang yang kita tabung karena rasa takut. Takut sakit, takut kena musibah, takut kalau suatu saat nanti ada apa-apa dan gak pegang uang.</li> <li>- Rasa takut itu gak bikin kita ngerasa aman kan? Coba kamu inget-inget lagi, ternyata hidup kita selamat dari setiap nominal kecil yang kita bagikan dengan rasa tulus di baliknya.</li> </ul> <p><b>Slide 3</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “duh, sayang uangnya”</li> <li>- “yaudahlah kasih aja, gak seberapa kok”</li> </ul> <p>Keduanya pernah jadi KITA.</p> <p><b>Slide 4</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Setiap harta yang kita zakatkan, infakan, dan sedekahkan bekerja dua kali loh!</li> <li>- Pertama, untuk mereka yang menerima dan membutuhkan.</li> <li>- Kedua, untuk dirimu sendiri.</li> <li>- “..kalau ternyata aku ngasih ke orang yang salah gimana? gimana cara taunya kalau orang itu bener-bener butuh?”</li> </ul> <p><b>Slide 5</b></p>	<p><b>Slide 1</b> Judul: MENJADI AMIL ZAKAT BUKAN SEKADAR IKHLAS DAN PUNYA NIAT BAIK. Subjudul: Ikhlas dan punya niat baik adalah syarat. Namun, punya kompetensi yang terstandar adalah kewajiban. Yuk, simak bareng-bareng!</p> <p><b>Slide 2</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Amil yang cakap dan profesional, lahir dari ilmu, keinginan kuat untuk belajar, dan semangat untuk terus berkembang.</li> <li>- Namun kenyataannya, banyak Amil yang menghadapi keraguan hari demi hari, seperti: Bagaimana cara menghitung zakat yang benar? Seperti apa prosedur pengajuan bantuan yang sesuai SOP? Sebenarnya siapa sih yang berhak menerima zakat?</li> </ul> <p><b>Slide 3</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jika tidak segera ditangani, keraguan tersebut akan bermuara pada: Zakat yang terkumpul menjadi tidak sah secara syariat, adanya keterlambatan bahkan penolakan dalam proses pengajuan bantuan, dan dana zakat justru mengalir ke mereka yang tidak berhak mendapatkannya.</li> <li>- Tantangan di lapangan memang tidak mudah. Merasa ragu juga bukan kesalahan. Yang harus</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Solusi: Pahami kriterianya, apakah mereka seorang asnaf? apakah mereka terancam putus sekolah? apakah mereka harus menahan lapar dan dahaga hingga sehari-hari bahkan berbulan-bulan?</li> <li>- Di sinilah Pusdiklat BAZNAS bekerja. Membantu kita untuk memahami bagaimana tata kelola zakat mulai dari hulu ke hilir melalui berbagai program pelatihan yang ditawarkan.</li> </ul> <p><b>Slide 6</b> Jadi, yuk sama-sama belajar, tetap berbagi, peduli sekitar, dan jangan sampai kita sibuk mencari rezeki, tapi lupa sama yang kasih kita rezeki.</p>	<p>Amil memiliki adalah: Pengetahuan yang tepat, keterampilan yang terukur dan memadai, dan kompetensi yang terstandar.</p> <p><b>Slide 4</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Di sinilah Pusdiklat BAZNAS hadir. Membantu Amil untuk belajar dan berkembang sehingga lebih siap dan bisa berdampak untuk umat.</li> <li>- Ikuti Instagram kami untuk informasi dan jadwal pelatihan terbaru! Siap jadi Amil Cakap Profesional? Mulai dari sini!</li> </ul>
---	---

Untuk konten *reels*, dalam implementasinya terdapat 2 dari 11 konten yang mengalami perubahan secara substansial, yaitu konten *Reels 5* dan *Reels 11*. Selain itu, terdapat 1 dari 11 konten yang mengalami perubahan waktu yang cukup signifikan di mana waktu bertambah 20 detik, yaitu konten *Reels 10*. Dalam konten *Reels 5*, penulis mengubah keseluruhan konsep karena pihak klien mengarahkan penulis untuk membuat konten yang melibatkan peserta pelatihan. Dengan demikian, penulis harus menyelaraskan antara gambar yang diambil dengan pemilihan musik. Penyelarasan tersebut turut mengubah durasi video menjadi lebih panjang. Berikut penulis cantumkan tabel yang berisi perubahan pada konten *Reels 5* berdasarkan arahan dan masukan pihak klien:

Tabel 4.2 Analisis Perubahan Konten *Reels 5*

Rancangan Awal	Hasil
<b>Judul:</b> <i>Day 1 ngikutin intrusive thoughts!</i>	<b>Judul:</b> Pesan singkat sejuta makna. <b>Perubahan judul.</b>
<b>Scene 1:</b> Seorang laki-laki yang	- Sisipkan teks: Secercah pesan

sedang berdiri di tempat umum tiba-tiba dicolek oleh seorang perempuan dari belakang. <i>*perempuan</i> “Bagus mas, beli di mana?”	singkat penuh makna untuk para Amil dan pegiat zakat agar tetap semangat dalam mempelajari luasnya ilmu mengenai pengelolaan zakat. - Sisipkan 7 klip video dari 7 peserta Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Akuntansi Zakat. <b>Perubahan: Perubahan isi konten.</b>
<b>Scene 2:</b> Laki-laki menghadap ke belakang dengan wajah bingung. <i>*perempuan</i> “Beli di mana mas?”	
<b>Scene 3:</b> Laki-laki berputar ke belakang, kemudian menunjukan Instagram Pusdiklat BAZNAS. <i>*laki-laki</i> “Saya gak beli, tapi waktu itu ikut pelatihan di sini. Ini akun Instagramnya, langsung kepoin jadwal pelatihannya aja mba!”	
<b>Penutup:</b> - Sisipkan logo Pusdiklat BAZNAS	<b>Penutup:</b> - Sisipkan keterangan pembuat video - Sisipkan logo Pusdiklat BAZNAS <b>Perubahan: Penambahan keterangan pembuat video.</b>
<b>Musik:</b> Tanpa latar musik.	<b>Musik:</b> <i>Love Theme from Twin Peaks</i> <b>Perubahan: Penambahan musik.</b>
<b>Durasi:</b> 19”	<b>Durasi:</b> 51”

Dalam pelaksanaan proyek Tugas Akhir ini, selain mengubah keseluruhan konsep pada konten *Reels* 5, penulis turut mengubah seluruh konsep pada *Reels* 11. Penulis tidak menerapkan konsep konten yang tertera pada proposal karena pihak klien baru menginformasikan bahwa mereka memiliki format khusus untuk video kesan-pesan dan testimoni. Oleh karena itu, penulis membuat konsep video baru dan menyelaraskannya dengan pemilihan musik. Adanya perubahan konsep dan pemilihan musik menyebabkan durasi pada video ini bertambah.

Tabel 4.3 Analisis Perubahan Konten *Reels* 11

Rancangan Awal	Hasil
<p><b>Judul:</b> <i>Aku tunggu kamu untuk ikut belajar di sini juga!</i></p>	<p><b>Judul:</b> Pelatihan terdekat. Siap berkembang dan jadi Amil Cakap Profesional? <b>Perubahan judul.</b></p>
<p><b>Pembuka:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Video ini dibuat khusus untuk kalian yang masih ragu untuk belajar di Pusdiklat BAZNAS”</li> <li>- “Yuk, kita dengerin gimana kegiatan pelatihan di Pusdiklat BAZNAS menurut peserta!”</li> <li>- “Sambil nonton, boleh coba komen: Apa yang paling bikin kamu galau untuk ikut pelatihan zakat selama ini?”</li> </ul>	<p><b>Pembuka:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Di era digital ini, lembaga dan instansi yang berkembang pesat dipimpin oleh SDM yang mau mengembangkan kompetensinya secara terarah dan terstruktur.”</li> </ul> <p><b>Perubahan: Narasi berubah karena isi konten berubah.</b></p>
<p><b>Isi:</b> Narasi akan disesuaikan dengan kesan dan pesan peserta.</p>	<p><b>Isi:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Dalam konteks ini, kalian sebagai Amil, pegiat, maupun pemerhati zakat memegang amanah yang besar, mengelola dana umat sesuai dengan prinsip syariat Islam dan regulasi zakat.”</li> <li>- Namun, apakah kompetensi kita sudah benar-benar terstandar di tengah dinamika zakat yang terus berkembang dan muzaki yang semakin kritis? Yang tidak segera berbenah, akan tertinggal.”</li> <li>- “Kabar baiknya, Pusdiklat BAZNAS hadir. Menawarkan program pelatihan bersertifikat dan didampingi oleh pengajar ahli. Kegiatannya dirancang khusus untuk kalian yang mau berkembang.”</li> <li>- “Silahkan hubungi nomor yang tertera di atas atau tanyakan pada kolom komentar untuk</li> </ul>

	informasi lebih lanjut!” <b>Perubahan: Narasi berubah menyesuaikan judul.</b>
<b>Penutup:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Aku rekomendasiin kalian untuk belajar bareng di Pusdiklat BAZNAS!”</li> <li>- “Yuk, ikut pelatihan selanjutnya!”</li> <li>- “Mau <i>upgrade skill</i>? Di Pusdiklat BAZNAS aja!”</li> <li>- “Males-malesan, no! Belajar di Pusdiklat BAZNAS, yes!”</li> <li>- “Aku tunggu kalian belajar di sini juga!”</li> <li>- Sisipkan logo Pusdiklat BAZNAS</li> </ul>	<b>Penutup:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Jadilah Amil yang Cakap dan Profesional, tersertifikasi, dan diakui dengan mendaftarkan diri kalian pada program pelatihan di Pusdiklat BAZNAS!”</li> <li>- “Siap jadi Amil yang cakap profesional? Ya mulai dari sini!”</li> <li>- Sisipkan keterangan pembuat video</li> <li>- Sisipkan logo Pusdiklat BAZNAS</li> </ul> <b>Perubahan: Penambahan kalimat persuasif, tagline, dan keterangan pembuat video.</b>
<b>Musik:</b> Tanpa latar musik.	<b>Musik:</b> <i>Headache</i> <b>Perubahan: Penambahan latar musik.</b>
<b>Durasi:</b> 48”	<b>Durasi:</b> 1’3”

Terakhir, perubahan turut terjadi pada *Reels* 10 karena terdapat tambahan isi konten. Hal ini terjadi karena pihak klien menginstruksikan untuk menambahkan poin ‘mitos’ berdasarkan permasalahan yang kerap kali terjadi di lingkungan pegiat dan pemerhati zakat. Selain itu, penulis turut memberikan narasi tambahan yang menjelaskan fakta dari mitos yang beredar agar pegiat dan pemerhati zakat dapat tercerdaskan. Dengan demikian, durasi konten lebih panjang daripada durasi yang sudah direncanakan sebelumnya.

Tabel 4.4 Analisis Perubahan Konten *Reels* 10

Rancangan Awal	Hasil
<b>Judul:</b> Mitos atau Fakta?	<b>Judul:</b> Stop percaya 4 mitos ini!

	<b>Perubahan judul.</b>
<p><b>Pembuka:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Mitos atau fakta?”</li> <li>- “Ayo tonton sampai habis, kita lurusin bareng-bareng!”</li> </ul>	<p><b>Pembuka:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Mitos atau fakta?”</li> <li>- “Ayo tonton sampai habis, kita lurusin bareng-bareng!”</li> </ul> <p><b>Tidak ada perubahan.</b></p>
<p><b>Isi:</b></p> <p>Laki-laki berdiri sendiri.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Gelombang jaringan 5G bisa membahayakan otak.”</li> <li>- “Mitos.”</li> </ul> <p>Perempuan berdiri sendiri.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Lima tahun ke depan, semua pekerjaan akan tergantikan oleh AI. Makin banyak yang nganggur.”</li> <li>- “Mitos.”</li> </ul> <p>Laki-laki berdiri sendiri.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Orang yang sering belajar, biasanya adalah orang bodoh.”</li> <li>- “Mitos.”</li> </ul> <p>Perempuan berdiri sendiri.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Yang sering ikut pelatihan biasanya gak ada kerjaan.”</li> </ul> <p>Perempuan lain menghampiri dengan ekspresi kaget dan marah.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Jelas mitos. Karena banyak kerjaan makanya belajar biar <i>skill</i>nya makin unggul. Lagian gamenya mitos atau fakta. Bukan mitos atau mitos dari tadi. Nih baru fakta nih.”</li> <li>- “Ayo guys ikut kelas pelatihan zakat di Pusdiklat BAZNAS. Waktu pelaksanaan liat di <i>caption</i> atau tunggu info selanjutnya ya!”</li> <li>- “<i>Share</i> informasinya ke yang lain juga ya!”</li> </ul>	<p><b>Isi:</b></p> <p><i>*perempuan pertama</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Gelombang jaringan 5G bisa membahayakan otak.”</li> </ul> <p><i>*perempuan kedua</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Mitos. Karena faktanya, asalkan main HPnya gak kayak gini (sambil deketin HP ke kepala) dan tahu batasan, ya masih tergolong aman.”</li> </ul> <p><i>*perempuan pertama</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Lima tahun ke depan, semua pekerjaan akan tergantikan oleh AI. Jadi makin banyak deh yang nganggur.”</li> </ul> <p><i>*perempuan kedua</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Mitos. Karena faktanya, mereka yang mau beradaptasi dengan perkembangan zaman dan teknologi, tetep bisa mempertahankan performanya.”</li> </ul> <p><i>*perempuan pertama</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Zakat itu gak perlu dihitung, cukup dikira-kira saja karena keikhlasan itu jauh lebih penting.”</li> </ul> <p><i>*perempuan kedua</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Mitos. Faktanya, zakat punya perhitungan masing-masing sesuai jenis zakat yang ditunaikan.”</li> </ul> <p><i>*perempuan pertama</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Setiap orang, termasuk Amil, bisa belajar otodidak karena pengalaman lebih penting daripada pelatihan atau belajar langsung dari pakarnya.”</li> </ul>

	<p><i>*perempuan kedua</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Ya jelas mitoslah karena pengalaman tanpa fondasi ilmu, justru malah memperkuat kebiasaan yang salah. Mending dengerin fakta yang ini!”</li> <li>- “Kalau kalian mau jadi Amil Cakap Profesional, perkuat ilmunya! Karena semua tentang zakat, bisa kalian pelajari di Pusdiklat BAZNAS!”</li> </ul> <p><b>Perubahan: Penambahan narasi dan perubahan mitos ketiga dan keempat.</b></p>
<p><b>Penutup:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sisipkan logo Pusdiklat BAZNAS</li> </ul>	<p><b>Penutup:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sisipkan keterangan pembuat video</li> <li>- Sisipkan logo Pusdiklat BAZNAS</li> </ul> <p><b>Perubahan: Penambahan keterangan pembuat video.</b></p>
<p><b>Musik:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Punch Sound</i></li> <li>2. <i>Pipopipong!</i></li> </ol>	<p><b>Musik:</b></p> <p><i>Go Pop !!_Happy, Cheerful, Delightful, Joyful / Kids, Pets, Animals, Dogs, Puppy, Cats, Kitten / Recipe, Cooking, Lunch, Sweets(1240438)</i></p> <p><b>Perubahan: Pergantian latar musik.</b></p>
<p><b>Durasi: 42”</b></p>	<p><b>Durasi: 1’3”</b></p>

#### 4.1.3 Pengalokasian Sumber Daya Manusia dan Keuangan

Dalam rangka menghasilkan konten Instagram yang mampu meningkatkan minat pegiat dan pemerhati zakat terhadap informasi pelatihan di Pusdiklat BAZNAS, penulis mengalokasikan beberapa individu yang berkontribusi dalam pembuatan konten *feeds* dan *reels*. Berikut penulis cantumkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang terdiri atas tim produksi dan *talent* video yang terlibat dalam pengerjaan Tugas Akhir ini:

Tabel 4.5 Tim Produksi dan *Talent* Video Konten Instagram  
@pusdiklat\_baznas

Peran	Nama
Produser	Elsa Amelia
Penulis Naskah	Elsa Amelia
Juru Kamera	Elsa Amelia
Editor	1. Elsa Amelia 2. Firza Faradina 3. Shifa Humaeroh
<i>Talent</i> /Pemeran	1. Elsa Amelia 2. Firza Faradina 3. Ghabri M Al Ayyubi 4. Handrian Bimasena 5. Isabella Dwi Chandra 6. Kukuh Widyantoro 7. Rendy Heryadiansyah 8. Peserta Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Akuntansi Zakat 9. Pengajar Pusklat BAZNAS

Selain mengalokasikan Sumber Daya Manusia (SDM) yang terlibat, penulis turut mengalokasikan keuangan dengan melakukan transaksi pembelian aplikasi Canva Pro dan CapCut Pro. Pembelian aplikasi pro ini bertujuan untuk menghasilkan kualitas konten yang lebih baik atas dukungan fitur-fitur yang lebih lengkap. Berikut total dana yang dikeluarkan:

Tabel 4.6 Total Dana yang Dikeluarkan

Kebutuhan	Kuantitas	Biaya/Bulan	Jumlah
Canva Pro	1 bulan	Rp7.000	Rp7.000
CapCut Pro	2 bulan	Rp55.000	Rp110.000
<b>Total Biaya</b>			<b>Rp117.000</b>

#### **4.1.4 Penetapan Jadwal dan Lokasi Produksi Konten**

Setelah mengalokasikan tim produksi dan *talent* video, penulis turut menetapkan jadwal dan lokasi produksi konten. Keduanya penulis tetapkan dengan mempertimbangkan jadwal publikasi konten dan kesesuaian naskah yang sudah penulis susun. Dalam menetapkan jadwal dan lokasi produksi konten, penulis melibatkan klien, yaitu Pusdiklat BAZNAS guna memastikan bahwa serangkaian kegiatan produksi konten tidak mengganggu aktivitas Sumber Daya Manusia (SDM) lain yang tidak terlibat dalam pengerjaan Tugas Akhir ini. Berdasarkan koordinasi penulis dengan pihak klien, ditetapkan bahwa proses produksi konten berlangsung mulai tanggal 6-29 Mei 2026. Sebagian konten diproduksi di Gedung BAZNAS Institute dan sebagian lainnya diproduksi di tempat tinggal penulis.

### **4.2 Analisis Tahap Produksi**

#### **4.2.1 *Preparing* (Persiapan Alat yang Digunakan)**

Dalam proses produksi, untuk menghasilkan kualitas konten Instagram yang tajam, stabil, dan estetik, penulis membutuhkan dukungan perangkat keras. Perangkat keras tersebut digunakan untuk pengambilan gambar dan video serta melakukan penyuntingan. Dalam pelaksanaannya, berikut perangkat keras atau peralatan yang penulis gunakan selama memproduksi konten:

1. 1 unit Iphone 15
2. 1 unit Laptop Lenovo Ideapad Flex 5
3. 1 unit Tripod Fantech
4. 1 unit Ring Light Selfie JETE RL1
5. 1 unit Wireless Microphone Clip On TNW-W17

#### **4.2.2 *Shooting* (Pengambilan Gambar dan Pengoperasian Kamera)**

Setelah tahap perencanaan terselesaikan dan peralatan yang dibutuhkan dipersiapkan, penulis memasuki fase pengambilan gambar yang memanfaatkan pengoperasian kamera. Pengambilan gambar penulis lakukan

berdasarkan *Standard Sequence Guide* (SSG) yang sudah disusun sebelumnya. Berikut penulis cantumkan tabel yang berisi waktu pengambilan gambar, *camera angle*, *type of shot*, dan *camera movement* yang penulis terapkan:

Tabel 4.7 Proses Pengambilan Gambar dan Pengoperasian Kamera

<b>Konten</b>	<b>Waktu Shooting</b>	<b>Camera Angle</b>	<b>Type of Shoot</b>	<b>Camera Movement</b>
<i>Reels 1</i>	9 Mei 2026	<i>Eye Level</i>	<i>Close Up</i>	-
<i>Reels 2</i>	7 Mei 2026	<i>Eye Level</i>	<i>Medium Shot</i>	-
<i>Reels 3</i>	7 Mei 2026	<i>Eye Level</i>	1. <i>Medium Shot</i> 2. <i>Close Up</i>	1. <i>Dolly</i> 2. <i>Pan</i>
<i>Reels 4</i>	11 Mei 2026	<i>Eye Level</i>	<i>Medium Shot</i>	-
<i>Reels 5</i>	13 Mei 2026	<i>Eye Level</i>	1. <i>Medium Shot</i> 2. <i>Close Up</i>	-
<i>Reels 6</i>	12 Mei 2026	<i>Eye Level</i>	1. <i>Full Shot</i> 2. <i>Medium Shot</i>	-
<i>Reels 7</i>	09 Juni 2026	<i>Eye Level</i>	1. <i>Medium Shot</i> 2. <i>Close Up</i>	-
<i>Reels 8</i>	7 dan 12 Mei 2026	<i>Eye Level</i>	1. <i>Full Shot</i> 2. <i>Medium Shot</i> 3. <i>Close Up</i>	1. <i>Dolly</i> 2. <i>Pan</i> 3. <i>Arc</i>
<i>Reels 9</i>	09 Juni 2026	<i>Eye Level</i>	1. <i>Full Shot</i> 2. <i>Medium Shot</i>	<i>Pan</i>
<i>Reels 10</i>	19 Mei 2026	<i>Eye Level</i>	<i>Close Up</i>	-

<i>Reels 11</i>	17 Mei 2026	<i>Eye Level</i>	<i>Close Up</i>	-
-----------------	-------------	------------------	-----------------	---




Dalam fase ini, penulis mengemban 3 peran, yaitu produser yang mengawasi proses praproduksi hingga pascaproduksi konten, juru kamera yang melakukan pengambilan gambar, dan *talent*/pemeran yang hadir dalam video. Sebagai juru kamera, penulis melakukan pengambilan gambar di Gedung BAZNAS Institute dan tempat tinggal penulis.



Gambar 4.1 Proses pengambilan gambar  
(Sumber: Data Pribadi Penulis)

Secara keseluruhan, pengambilan gambar yang penulis lakukan menerapkan *camera angle: eye level*. *Eye level* merupakan salah satu jenis *camera angle* di mana sudut kamera sejajar dengan posisi objek. Selain mengatur *camera angle*, dalam proses pengambilan gambar penulis turut mengatur *type of shoot*. Penulis menerapkan beberapa *type of shoot*, yaitu *close up*, *medium shot*, dan *full shot*. Untuk konten edukatif dan informatif, penulis lebih banyak menerapkan *type of shot: close up*. Untuk konten persuasif, penulis lebih banyak menerapkan *type of shot: medium shot*. Terakhir, untuk konten yang menunjukkan suasana belajar di kelas, penulis menerapkan *type of shot: full shot*. Berikut visualisasi dari *close up*, *medium shot*, dan *full shot* yang penulis terapkan dalam konten video sebagai luaran dari proyek Tugas Akhir ini:

Tabel 4.8 *Type of Shoot*

<i>Close Up</i>	<i>Medium Shot</i>	<i>Full Shot</i>
		
Gambar 4.2 <i>Close Up</i>	Gambar 4.3 <i>Medium Shot</i>	Gambar 4.4 <i>Full Shot</i>

Terakhir, penulis turut menerapkan teknik *camera movement* untuk *Reels 3* dan *Reels 8*. Pada *Reels 3*, penulis menggunakan teknik *dolly* saat kamera bergerak mendekati objek dan teknik *pan* saat kamera bergerak secara horizontal ke sisi kanan objek. Pada *Reels 8*, penulis menggunakan teknik *dolly*, *pan*, dan *arc* untuk menunjukkan suasana belajar di kelas pada kegiatan pelatihan di Pusdiklat BAZNAS. Dalam pelaksanaannya, fase ini tidak terlepas dari kendala yang dihadapi, berikut kendala yang penulis temui dalam proses *shooting* (pengambilan gambar dan pengoperasian kamera):

1. Sebagian *talent*/pemeran kesulitan dalam menunjukkan mimik wajah dan intonasi sesuai isi pesan yang tertera dalam naskah.
2. Letak Gedung BAZNAS Institute yang berada di tepi jalan arteri menyebabkan kebocoran suara kendaraan walaupun proses pengambilan gambar sudah didukung oleh penggunaan *wireless microphone clip on*.
3. Kesalahan pelafalan teks sehingga terjadi beberapa pengulangan pengambilan gambar guna memaksimalkan hasil video.

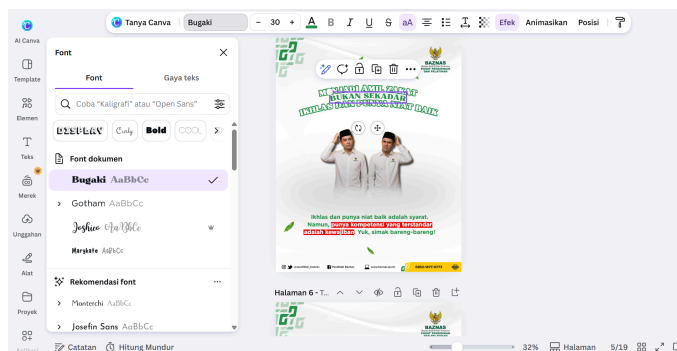
## 4.3 Analisis Tahap Pascaproduksi

### 4.3.1 *Editing* (Penyuntingan Poster dan Video)

Dalam pelaksanaannya, fase ini memiliki 2 proses penyuntingan terpisah, yaitu penyuntingan poster untuk konten Instagram *feeds* dan penyuntingan video untuk konten Instagram *reels*. Dalam rangka penyuntingan poster, penulis memanfaatkan aplikasi Canva Pro dengan beberapa tahapan berikut:

#### 1. Pemilihan Jenis Tulisan (*font*)

Walaupun Pusdiklat BAZNAS memiliki panduan *branding* dengan menerapkan jenis tulisan *Gotham*, lembaga tetap mengizinkan penulis untuk mengeksplorasi jenis tulisan lain yang dapat menciptakan keserasian pada desain poster dan mencerminkan isi pesan. Artinya, jenis tulisan yang dipilih berkaitan erat dengan salah satu prinsip desain, yaitu Kesatuan di mana jenis tulisan yang dipilih memiliki keterikatan dengan elemen lain dan isi pesan. Oleh karena itu, dalam satu poster *feeds carousel*, penulis hanya menerapkan 2-3 jenis tulisan, yaitu *Gotham*, *Bugaki*, dan *Marykate*. Jenis tulisan ini penulis terapkan pada 4 konten *feeds carousel* yang dipublikasi.



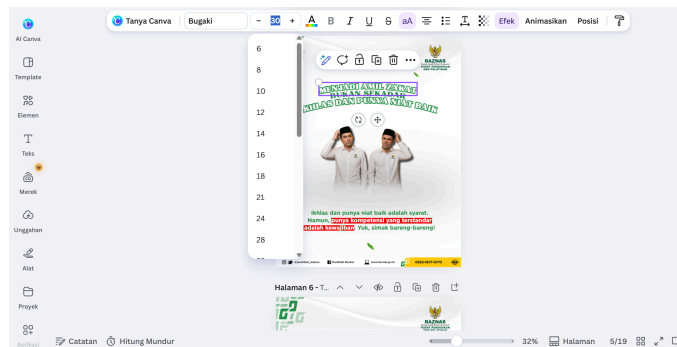
Gambar 4.5 Pemilihan jenis tulisan (*font*)

(Sumber: Data Pribadi Penulis)

#### 2. Penyesuaian Ukuran Tulisan

Setelah penulis memilih jenis tulisan (*font*), penulis menyesuaikan ukuran tulisan berdasarkan prioritas pesan sebagai

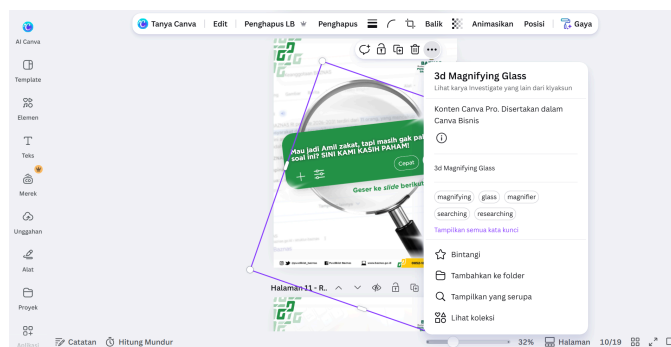
bentuk implementasi dari prinsip Penekanan. Dalam penerapannya, penulis membedakan ukuran teks judul, subjudul, dan informasi pendukung secara berurutan dari ukuran besar ke ukuran yang lebih kecil.



Gambar 4.6 Penyesuaian ukuran tulisan  
(Sumber: Data Pribadi Penulis)

### 3. Pemilihan Elemen Pendukung

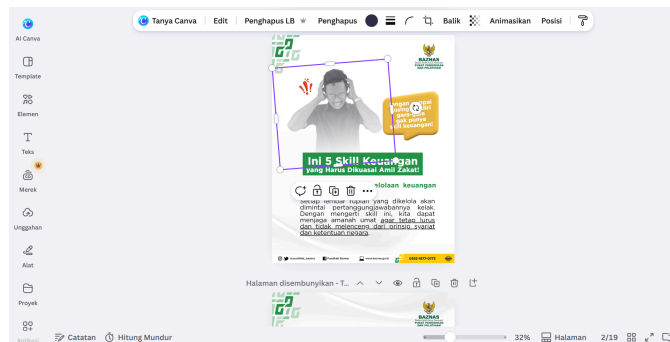
Selain memanfaatkan tulisan dalam proses produksi konten, penulis turut memanfaatkan elemen desain *bentuk* sebagai pendukung dalam menciptakan visualisasi yang selaras dengan isi pesan di benak penganut dan pemerhati zakat. Di sisi lain, ini merupakan implementasi dari prinsip Kontras untuk menciptakan titik fokus.



Gambar 4.7 Pemilihan elemen pendukung  
(Sumber: Data Pribadi Penulis)

#### 4. Pemilihan Gambar Pendukung

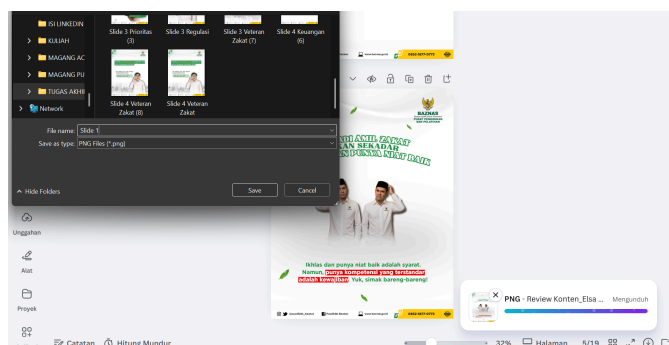
Dalam menciptakan visualisasi yang selaras dengan isi pesan di benak audiens, penulis turut memanfaatkan gambar pendukung. Penulis memanfaatkan gambar yang ekspresinya relevan dengan tema. Agar gambar dapat menyatu dengan keseluruhan desain poster, penulis mengatur transparansi saat menempelkan gambar ke halaman poster.



Gambar 4.8 Pemilihan gambar pendukung  
(Sumber: Data Pribadi Penulis)

#### 5. Penyimpanan Poster

Tahap terakhir dalam penyuntingan poster adalah menyimpan poster tersebut kemudian diserahkan kepada pihak klien untuk diperiksa secara menyeluruh. Dalam pelaksanaannya, penulis beberapa kali melakukan perubahan isi pesan dan penyempurnaan desain sesuai instruksi klien.

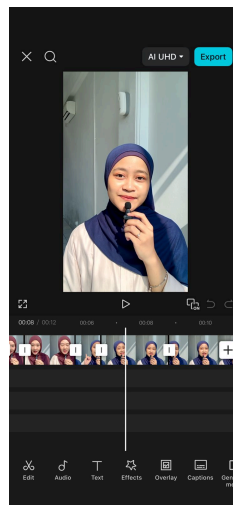


Gambar 4.9 Penyimpanan poster  
(Sumber: Data Pribadi Penulis)

Selanjutnya, dalam rangka penyuntingan video, penulis memanfaatkan aplikasi CapCut Pro dengan beberapa tahapan berikut:

### 1. Pemilihan dan Pemotongan Klip Video

Penulis memilih klip video (*footage*) yang akan digunakan sebelum diimpor ke aplikasi *editing*. Penulis turut melakukan pemotongan pada klip video yang telah dipilih untuk menghindari jeda yang terlalu panjang sehingga ritme video lebih sesuai. Klip video yang sudah dipilih dan dipotong, digabungkan dan urutannya disesuaikan dengan *Standard Sequence Guide (SSG)* yang telah penulis susun sebelumnya. Selanjutnya, penulis memanfaatkan fitur *transition*, seperti *Motion Gallery*, *Glare II*, dan *Pull In*. Agar konten video yang dihasilkan lebih menarik, penulis menambahkan gambar dengan memanfaatkan fitur *overlay* dan menambahkan *video effects* untuk mendukung visualisasi isi pesan.

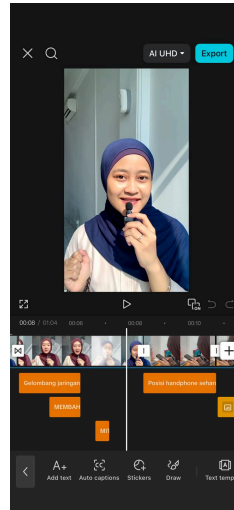


Gambar 4.10 Pemilihan dan pemotongan klip video  
(Sumber: Data Pribadi Penulis)

### 2. Penambahan Teks

Setelah klip video tersusun dengan ritme yang teratur, penulis menambahkan teks agar isi pesan yang disampaikan dapat terlihat lebih jelas. Jenis tulisan (*font*) yang penulis gunakan di antaranya *System*,

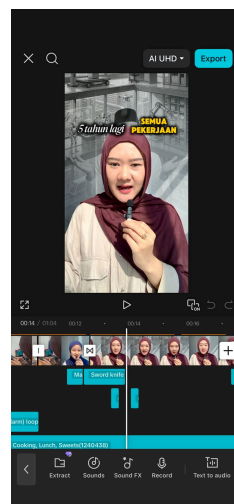
*Pelajar-It*, dan *ButyricEN*. Pada tahapan ini, penulis turut melakukan pengaturan ukuran dan gaya tulisan.



Gambar 4.11 Penambahan teks  
(Sumber: Data Pribadi Penulis)

### 3. Penambahan *Sound Effect* dan Latar Musik

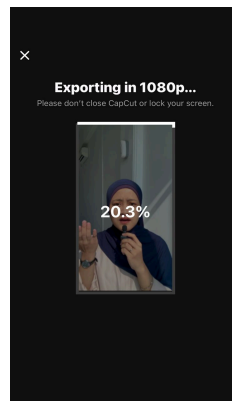
Setelah klip video disusun dan ditambahkan teks, penulis menambahkan *sound effect* dan latar musik agar konten video yang dihasilkan terasa lebih hidup.



Gambar 4.12 Penambahan *sound effect* dan latar musik  
(Sumber: Data Pribadi Penulis)

#### 4. Penyimpanan Video

Setelah seluruh tahapan penyuntingan video terselesaikan, penulis melakukan penyimpanan video dengan resolusi 1080P dan laju bingkai 30FPS.



Gambar 4.13 Penyimpanan video  
(Sumber: Data Pribadi Penulis)

#### 4.3.2 *Posting* (Analisis Publikasi Konten)

Dalam fase ini, terdapat 2 elemen yang penulis analisis, yaitu waktu publikasi konten dan perubahan isi teks, baik pada konten *feeds carousel* maupun konten *reels*. Terkait waktu publikasi konten, berikut penulis cantumkan tanggal publikasi yang terlaksana:

Tabel 4.9 Waktu Publikasi Konten yang Terlaksana

Konten	Rencana Publikasi	Waktu Publikasi	Alasan
<b>Minggu 1 (11-15 Mei 2026):</b>			
<i>Reels</i> 1	11/5/2026	11/5/2026 Pukul 16.40	Waktu publikasi sesuai dengan rencana publikasi.
<i>Feeds</i> 1	12/5/2026	13/5/2026 Pukul 12.00	Karena padatnya jadwal salah satu pihak klien, <i>feedback</i> baru diberikan pada tanggal 12 malam.

3 <i>Story Recap</i>	-	12/5/2026 Pukul 19.00	Pihak klien menginstruksikan untuk membuat konten <i>recap</i> Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Akuntansi Zakat.
<i>Reels 2</i>	13/5/2026	13/5/2026 Pukul 16.00	Waktu publikasi sesuai dengan rencana publikasi.
1 <i>Story Recap</i>	-	13/5/2026 Pukul 19.00	Pihak klien menginstruksikan untuk membuat konten <i>recap</i> Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Akuntansi Zakat.
<i>Reels 3</i>	14/5/2026	14/5/2026 Pukul 16.00	Waktu publikasi sesuai dengan rencana publikasi.
<i>Reels 4</i>	15/5/2026	15/5/2026 Pukul 16.00	Waktu publikasi sesuai dengan rencana publikasi.
<b>Minggu 2 (18-22 Mei 2026):</b>			
<i>Feeds 2</i>	18/5/2026	22/5/2026 Pukul 19.00	<i>Body copy</i> yang telah disetujui di awal, dirombak secara keseluruhan oleh pihak klien dan pihak klien tidak responsif dalam meninjau kembali konten.
1 <i>Story Recap</i>	-	18/5/2026 Pukul 19.00	Pihak klien menginstruksikan untuk membuat konten <i>recap</i> Skema Kualifikasi 3 Bidang Pengelolaan Zakat Se-Provinsi Jambi.
<i>Reels 5</i>	19/5/2026	19/5/2026 Pukul 16.00	Waktu publikasi sesuai dengan rencana publikasi.

<i>Feeds 3</i>	20/5/2026	22/5/2026 Pukul 08.00	Keterlambatan <i>feedback</i> dan kesalahan teknis oleh pihak klien.
<i>Reels 6</i>	21/5/2026	21/5/2026 Pukul 16.00	Waktu publikasi sesuai dengan rencana publikasi.
<i>Reels 7</i>	22/5/2026	Estimasi Publikasi 17 Juni 2026	<i>Body copy</i> yang telah disetujui di awal, dirombak secara keseluruhan dan keterlambatan <i>feedback</i> oleh pihak klien.
<b>Minggu 3 (25-29 Mei 2026):</b>			
<i>Feeds 4</i>	25/5/2026	25/5/2026 Pukul 19.00	Waktu publikasi sesuai dengan rencana publikasi.
<i>Reels 8</i>	26/5/2026	26/5/2026 Pukul 12.00	Waktu publikasi sesuai dengan rencana publikasi.
<i>Reels 9</i>	27/5/2026	Estimasi Publikasi 19 Juni 2026	<i>Body copy</i> yang telah disetujui di awal, dirombak secara keseluruhan dan keterlambatan <i>feedback</i> oleh pihak klien.
<i>Reels 10</i>	28/5/2026	28/5/2026 Pukul 12.00	Waktu publikasi sesuai dengan rencana publikasi.
<i>Reels 11</i>	29/5/2026	29/5/2026 Pukul 19.00	Waktu publikasi sesuai dengan rencana publikasi.

Berdasarkan beberapa tabel yang penulis cantumkan di atas, dapat disimpulkan bahwa penulis berhasil melakukan publikasi 4 konten *feeds carousel*, 9 konten *reels*, dan 5 konten *story* pada akun Instagram @pusdiklat\_baznas. Konten-konten tersebut penulis publikasi dalam 3 waktu utama, yaitu pukul 12.00 WIB, 16.00 WIB, dan 19.00 WIB. Tiga slot waktu tersebut penulis pilih berdasarkan preferensi responden dalam menghabiskan waktu untuk berselancar di media sosial. Dalam implementasinya, terdapat 3 konten yang terpublikasi pada pukul 12.00

WIB, 6 konten yang terpublikasi pada pukul 16.00 WIB, 3 konten yang terpublikasi pada pukul 19.00 WIB, dan 1 konten lainnya terpublikasi pada pukul 08.00 karena kesalahan teknis dari pihak klien.

Walaupun terdapat 2 konten *reels* yang tidak terpublikasi karena adanya keterlambatan peninjauan dan perolehan *feedback* dari klien, penulis tetap berhasil mempublikasi 18 konten lainnya, yaitu 13 konten dari yang sudah penulis susun dan 5 konten tambahan. Sebelumnya, pembuatan konten berdasarkan Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Akuntansi Zakat, Skema Manajer Pengumpulan, serta Pelatihan Perencanaan, Monitoring, dan Evaluasi Program Penyaluran. Namun, terjadi perubahan karena dua pelatihan lainnya diundur sampai waktu yang tidak bisa ditentukan. Berikut dasar pelatihan dari publikasi konten yang terlaksana:

1. PBK Skema Pimpinan BAZNAS Daerah bulan Mei 2026
2. PBK Skema Kualifikasi 3 Bidang Pengelolaan Zakat bulan Mei 2026
3. PBK Skema Kualifikasi 3 Bidang Pengelolaan Zakat Se-Provinsi Jambi
4. Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Akuntansi Zakat
5. PBK Skema Pimpinan BAZNAS Daerah bulan Juni 2026
6. PBK Skema Kualifikasi 3 Bidang Pengelolaan Zakat bulan Juni 2026

#### **4.3.3 Evaluating (Evaluasi Hasil Publikasi Konten)**

Sebagai upaya untuk mendukung kegiatan pelatihan di Pusdiklat BAZNAS, pada proyek Tugas Akhir ini, penulis dan rekan penulis sebagai mahasiswa *Public Relations* melaksanakan 2 strategi yang terencana, yaitu peningkatan jumlah produksi dan publikasi konten Instagram serta perancangan dan produksi *merchandise kit* dengan desain baru. Dalam implementasinya, penulis berfokus pada peningkatan jumlah produksi dan publikasi konten di akun Instagram @pusdiklat\_baznas. Gaya visual atau konsep konten yang penulis publikasi berupa konten edukatif, konten informatif, konten persuasif, dan konten suasana belajar di kelas. Terdapat 2 indikator yang penulis gunakan untuk mengukur keberhasilan konten yang

terpublikasi. Kedua indikator tersebut mencakup total *interactions* dan total *profile visits*.

Dalam rentang waktu 11-31 Mei 2026, penulis membantu klien melalui peningkatan jumlah produksi dan publikasi konten Instagram. Dalam pelaksanaannya, penulis berkontribusi dalam memproduksi dan mempublikasi konten sejumlah 4 konten *feeds carousel*, 9 konten *reels*, dan 5 konten *story*. Jika ditilik kembali berdasarkan konten yang penulis rancang dan susun, artinya 13 dari 15 konten berhasil dipublikasi. Dua konten lain tidak dapat terpublikasi karena proses produksi yang dinamis, berupa keterlambatan *feedback* dari pihak klien dan membutuhkan penyempurnaan konten yang lebih lama dari waktu yang sudah ditentukan. Sementara itu, Pusdiklat BAZNAS memproduksi dan mempublikasi 6 konten *feeds* tunggal dan 1 konten *feeds carousel*.

Untuk konten yang berhasil dipublikasi, terdapat 3 waktu utama yang penulis gunakan, yaitu pukul 12.00 WIB, pukul 16.00 WIB, dan pukul 19.00 WIB. Pemilihan waktu tersebut didasari oleh survei preferensi pegiat dan pemerhati zakat dalam berselancar di media sosial. Berdasarkan capaian indikator yang dihasilkan, 3 waktu utama yang digunakan memengaruhi jumlah performa konten yang berbeda-beda. Berikut total *interactions* dan total *profile visits* yang diperoleh akun Instagram @pusdiklat\_baznas dalam rentang waktu 11-31 Mei 2026:

#### 1. *Interactions*

Selanjutnya, *interactions* penulis gunakan sebagai indikator guna mengukur ketertarikan atau minat audiens terhadap informasi pelatihan di Pusdiklat BAZNAS. Minat pegiat dan pemerhati zakat terhadap informasi pelatihan di Pusdiklat BAZNAS dapat dilihat melalui respon dan kontribusi mereka pada konten yang dipublikasi. Dalam waktu 3 minggu, total *interactions* yang diperoleh penulis adalah 1.331 dari sebelumnya yang berada pada angka 1.047. Artinya, terdapat peningkatan sebanyak 27,13% dan sejalan dengan target yang penulis tetapkan, yaitu terdapat peningkatan sebanyak 25-67%.



Gambar 4.14 Total *interactions*

(Sumber: [instagram.com/pusdiklat\\_baznas/](https://www.instagram.com/pusdiklat_baznas/))

Adanya peningkatan pada indikator ini menunjukkan bahwa terdapat peningkatan minat pegiat dan pemerhati zakat terhadap informasi pelatihan di Pusdiklat BAZNAS. Untuk mendukung pernyataan ini, terdapat komentar positif yang menunjukkan ketertarikan audiens, di antaranya:

- @ririnspti : “woww thanks infonya ya kakkkkk”
- @rahmah\_sulistiani : “Kelas khusus fundraising ada ga kira-kira?”
- @salwamuthiazzahra: “Brrti semua pelatihannya paid ya?”
- @hilwasb : “tertarik ikut, tapi susah bagi waktunya”
- @abelchand : “Mari jo iko pelatihan di PUSDIKLAT BAZNAS 🤩”
- @tristiwulan : “Ayok2 🤩”
- @titin.wahyuni12 : “ayo ikut pelatihan di baznas”
- @itinglamegogo : “Mohon dibuatkan di Medan Pak, di lembaga kami sudah ada UPZ, kami yakin para pengurus dan stafnya butuh ilmunya.”

## 2. Profile Visits

Terakhir, penulis turut menggunakan *profile visits* sebagai indikator guna mengukur ketertarikan atau minat audiens terhadap informasi pelatihan di Pusdiklat BAZNAS yang penulis sajikan dalam setiap konten yang terpublikasi. Total *profile visits* yang diperoleh menyentuh angka 652 dari yang sebelumnya di angka 432. Artinya, terdapat peningkatan sebanyak 50,93%, sejalan pula dengan target yang penulis tetapkan, yaitu terdapat peningkatan sebanyak 25-67%. Konten-konten yang dipublikasi berhasil mencapai target total *profile visits* pada akun Instagram @pusdiklat\_baznas.






Gambar 4.15 Total *profile visits*




(Sumber: [instagram.com/pusdiklat\\_baznas/](https://www.instagram.com/pusdiklat_baznas/))

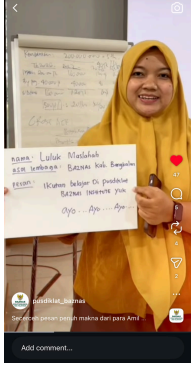

Sebagai data pendukung pada hasil proyek Tugas Akhir ini, berikut penulis cantumkan pula tabel metrik indikator Instagram @pusdiklat\_baznas terhadap konten informasi pelatihan di Pusdiklat BAZNAS yang penulis produksi dan publikasi selama periode kampanye, yaitu tanggal 11-31 Mei 2026:



Tabel 4.10 Analisis Metrik Indikator Instagram @pusdiklat\_baznas terhadap Konten Informasi Pelatihan di Pusdiklat BAZNAS

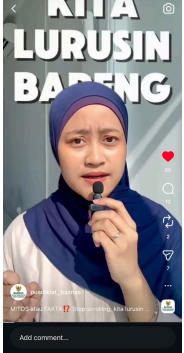
Konten	Metrik Indikator				
	Likes	Comment	Repost	Shared	Saved
<b>Reels 1</b> <b>(11/5/26-16.40)</b> Indonesia punya potensi zakat yang luar biasa. Tapi realisasinya masih	130	15	7	1	1


<p>jauh dari potensi.</p>  <p><i>Konten Informatif</i></p>					
<p><b>Feeds 1</b> (13/5/26-12.00)</p>  <p><i>Konten Edukatif</i></p>	<a href="https://www.instagram.com/p/DYRDNYWEbZ-/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DYRDNYWEbZ-/?img_index=1</a>				
<p><b>Reels 2</b> (13/5/26-16.00)</p> <p>POV: Masih gemeteran waktu ngobrol sama atasan.</p>  <p><i>Konten Persuasif</i></p>	<a href="https://www.instagram.com/p/DYRdvDiBax-/">https://www.instagram.com/p/DYRdvDiBax-/</a>				
62	7	4	2	3	
57	10	11	5	2	

<p><b>Reels 3</b> (14/5/26-16.00) Gimana mau sukses kalau terlalu banyak “ah tapi..”</p>  <p><i>Konten Informatif</i></p>	<a href="https://www.instagram.com/p/DYUEXVPherk/">https://www.instagram.com/p/DYUEXVPherk/</a>				
<p><b>Reels 4</b> (15/5/26-16.00) <i>At Least!</i></p>  <p><i>Konten Persuasif</i></p>	<a href="https://www.instagram.com/p/DYWn-a6BTpa/">https://www.instagram.com/p/DYWn-a6BTpa/</a>				
<p><b>Feeds 2</b> (22/5/26-19.00)</p>  <p><i>Konten Edukatif</i></p>	<a href="https://www.instagram.com/p/DYo-tDqID5Z/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DYo-tDqID5Z/?img_index=1</a>				
<p>51</p>	<p>11</p>	<p>7</p>	<p>1</p>	<p>5</p>	
<p>66</p>	<p>12</p>	<p>5</p>	<p>2</p>	<p>0</p>	
<p>40</p>	<p>2</p>	<p>1</p>	<p>1</p>	<p>0</p>	

<p><b>Reels 5</b> <b>(19/5/26-16.00)</b> Pesan singkat sejuta makna.</p>  <p><i>Konten Persuasif</i></p>	<a href="https://www.instagram.com/p/DYg7NjBB4C3/">https://www.instagram.com/p/DYg7NjBB4C3/</a>				
<p><b>Feeds 3</b> <b>(22/5/26-08.00)</b></p>  <p><i>Konten Edukatif</i></p>	<a href="https://www.instagram.com/p/DYnbn84kwyx/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DYnbn84kwyx/?img_index=1</a>				
	47	5	2	4	0
	35	7	5	1	2

<p><b>Reels 6</b> <b>(21/5/26-16.00)</b> Lambaikan tangan ke kamera terus bilang “ayo ikut pelatihannya juga!” pakai bahasa daerahmu.</p>  <p><i>Konten Persuasif</i></p>	<a href="https://www.instagram.com/p/DYmG-A5hvl-/">https://www.instagram.com/p/DYmG-A5hvl-/</a>				
<p><b>Reels 7</b></p>	<p>Estimasi Publikasi 17 Juni 2026</p>				
<p><b>Feeds 4</b> <b>(25/5/26-19.00)</b></p>  <p><i>Konten Persuasif</i></p>	<a href="https://www.instagram.com/p/DYwsi9BFLF9/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DYwsi9BFLF9/?img_index=1</a>				
	<p>48</p>	<p>12</p>	<p>1</p>	<p>2</p>	<p>0</p>
	<p>27</p>	<p>3</p>	<p>2</p>	<p>0</p>	<p>1</p>

<p><b>Reels 8</b> <b>(26/5/26-12.00)</b> Ekspektasi vs Realita!</p>  <p><i>Konten Suasana Belajar di Kelas</i></p>	<a href="https://www.instagram.com/p/DYyhTrBB-8u/">https://www.instagram.com/p/DYyhTrBB-8u/</a>				
	43	5	4	1	0
<p><b>Reels 9</b></p>	Estimasi Publikasi 19 Juni 2026				
<p><b>Reels 10</b> <b>(28/5/26-12.00)</b> Stop percaya 4 mitos ini!</p>  <p><i>Konten Edukatif</i></p>	<a href="https://www.instagram.com/p/DY3q2hnBt6Y/">https://www.instagram.com/p/DY3q2hnBt6Y/</a>				
	78	12	7	2	1

<p><b>Reels 11</b> (29/5/2026-19.00) Pelatihan terdekat. Siap berkembang dan jadi Amil Cakap Profesional?</p>  <p><i>Konten Informatif</i></p>	<a href="https://www.instagram.com/p/DY7ACmGhNjZ/">https://www.instagram.com/p/DY7ACmGhNjZ/</a>	76	32	6	1	0
---	---	----	----	---	---	---

Dalam implementasinya, terdapat beberapa jenis konten yang dipublikasi, yaitu 5 konten persuasif, 4 konten edukatif, 3 konten informatif, dan 1 konten suasana belajar di kelas. Konten informatif memiliki jumlah rata-rata interaksi tertinggi, yaitu 114,6 interaksi. Rata-rata interaksi tertinggi kedua disusul oleh konten edukatif, yaitu 68 interaksi. Terakhir, konten persuasif menduduki posisi ketiga sebagai konten yang memiliki jumlah rata-rata interaksi di angka 64,8. Sementara itu, konten suasana belajar di kelas dinilai kurang kompetitif.

Berdasarkan tabel di atas, publikasi yang terlaksana pada pukul 16.00 WIB menghasilkan jumlah interaksi yang lebih banyak daripada publikasi yang berlangsung pada pukul 12.00 WIB dan 19.00 WIB. Ini memperlihatkan bahwa di hari kerja (*weekdays*), pukul 16.00 WIB menjadi waktu paling efektif dalam mempublikasi konten di Instagram @pusdiklat\_baznas. Hal tersebut dapat terjadi karena mayoritas audiens sudah menyelesaikan pekerjaannya di waktu pagi dan siang sehingga mereka dapat menjelajah media sosial dengan lebih santai di sore hari. Bukti dari konsistensi interaksi yang dihasilkan dapat dilihat pada jumlah interaksi konten *Reels* 1 yang

memperoleh angka 154 serta konten *Reels* 2 dan *Reels* 4 yang memperoleh angka 85.

Selanjutnya, publikasi konten yang terlaksana pada pukul 12.00 WIB menghasilkan jumlah interaksi yang beragam. Terdapat 2 konten yang dipublikasi saat hari kerja (*weekdays*), yaitu *Feeds* 1 yang memperoleh jumlah interaksi sebanyak 78 dan *Reels* 8 yang memperoleh jumlah interaksi sebanyak 53. Sementara itu, 1 konten lainnya yang dipublikasi saat cuti bersama, yaitu konten *Reels* 10 memperoleh jumlah interaksi tertinggi dengan angka 100. Dengan demikian, pukul 12.00 WIB lebih sesuai digunakan untuk mempublikasi konten saat cuti bersama atau hari libur karena audiens memiliki waktu makan siang yang lebih panjang. Membuat mereka lebih fleksibel pula untuk berselancar di media sosial.

Terakhir, pukul 19.00 WIB menjadi waktu yang konsisten dalam menghasilkan jumlah interaksi terendah, kecuali konten *Reels* 11 yang mampu meraih 115 total interaksi. Berdasarkan analisis penulis, konten tersebut dapat memperoleh total interaksi yang tinggi karena menerapkan konten informatif dengan format *reels*. Sementara 2 konten edukatif lainnya dengan format *feeds carousel*, kurang diminati oleh audiens. Oleh karena itu, publikasi konten pada pukul 19.00 WIB dinilai kurang sesuai untuk format *feeds carousel* yang menerapkan jenis konten edukatif.

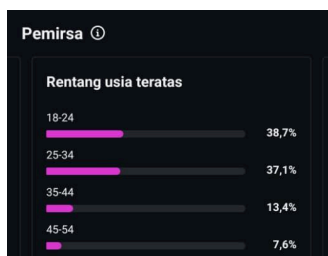


Gambar 4.16 Hasil interaksi berdasarkan lokasi

(Sumber: [instagram.com/pusdiklat\\_baznas/](https://www.instagram.com/pusdiklat_baznas/))

Lebih dari itu, penulis turut memantau interaksi akun Instagram @pusdiklat\_baznas berdasarkan lokasi dan rentang usia. Dalam 30 hari terakhir, per tanggal 10 Juni 2026, penulis melihat bahwa interaksi yang

terjadi pada akun Instagram @pusdiklat\_baznas didominasi oleh pengguna yang berasal dari Kota Semarang 16,3%; Jakarta 13,2%; Bekasi 11,1%; dan Depok 2,6%.



Gambar 4.17 Hasil interaksi berdasarkan rentang usia

(Sumber: [instagram.com/pusdiklat\\_baznas/](https://www.instagram.com/pusdiklat_baznas/))

Sementara itu, dalam 30 hari terakhir, per tanggal 10 Juni 2026, penulis melihat bahwa interaksi yang terjadi pada akun Instagram @pusdiklat\_baznas didominasi oleh pengguna dengan rentang usia 18-24 tahun sebesar 38,7%; usia 25-34 tahun 37,1%; usia 35-44 tahun 13,4%; dan usia 45-54 tahun 7,6%.

Secara keseluruhan, penulis dapat menyimpulkan bahwa waktu paling efektif untuk mempublikasi konten pada akun Instagram @pusdiklat\_baznas saat hari kerja adalah pukul 16.00 WIB dan saat hari libur nasional atau cuti bersama adalah pukul 12.00 WIB. Selanjutnya, jenis konten yang layak untuk dikembangkan lebih lanjut dan diterapkan kembali adalah konten informatif dan konten edukatif. Selain itu, dengan adanya peningkatan pada total *interactions* dan *profile visits*, mendukung tujuan penulis dalam Tugas Akhir ini, yaitu meningkatkan minat pegiat dan pemerhati zakat terhadap informasi pelatihan di Pusdiklat BAZNAS melalui peningkatan jumlah produksi dan publikasi konten di Instagram @pusdiklat\_baznas.

#### 4.3.4 Ulasan Klien terhadap 18 Konten Instagram yang Dipublikasi

Publikasi 4 konten *feeds carousel*, 9 konten *reels*, dan 5 konten *story* yang diproduksi oleh penulis sebagai luaran dari Tugas Akhir ini mendapatkan respon positif dari Pusdiklat BAZNAS. Pihak klien

mengatakan bahwa konten yang penulis sajikan lebih kreatif dibandingkan dengan konten sebelumnya yang pernah mereka publikasi. Selain itu, konten-konten tersebut juga dapat menghasilkan jumlah interaksi yang lebih tinggi daripada konten sebelumnya tanpa berkolaborasi dengan akun lain.

Sebagai bentuk keberlanjutan, pihak klien menyatakan bahwa mereka akan mengembangkan jenis konten informatif dan edukatif dengan model komunikasi AISAS. Hal tersebut sudah mulai mereka tunjukkan melalui rancangan konten yang sedang mereka buat untuk keperluan kegiatan pelatihan yang akan datang.

#### **4.4 Hambatan dan Solusi**

##### **4.4.1 Hambatan dan Solusi Tahap Praproduksi**

Dalam implementasinya, Tugas Akhir ini tidak terlepas dari hambatan yang penulis temukan di lapangan. Pada tahap praproduksi, hambatan terjadi saat fase perancangan *layout* dan penyusunan *Standard Sequence Guide* (SSG). Saat merancang keterangan (*body copy*) berisi teks dan menyusun narasi, penulis wajib melaporkan hasil rancangan dan susunan tersebut hingga mendapatkan persetujuan langsung dari kepala Pusdiklat BAZNAS. Akan tetapi, dalam pengajuan hasil tersebut, penulis terkendala karena kepala Pusdiklat BAZNAS sangat sulit ditemui akibat kesibukannya. Kesibukan tersebut menyebabkan ia tidak bisa hadir ke kantor. Sebagai solusi, hampir setiap harinya penulis melakukan tindak lanjut melalui salah satu manajer di Pusdiklat BAZNAS. Oleh karena bentuk komunikasi dan tindak lanjut yang konsisten, pada akhirnya pertemuan khusus dengan kepala Pusdiklat BAZNAS untuk membahas hasil dan persetujuan *layout* dan *Standard Sequence Guide* (SSG) dapat dijadwalkan.

##### **4.4.2 Hambatan dan Solusi Tahap Produksi**

Selain menghadapi hambatan pada tahap praproduksi, penulis turut menemukan hambatan pada tahap produksi. Hambatan tersebut penulis

temukan saat fase pengambilan gambar dan penyuntingan. Pertama, saat proses pengambilan gambar, penulis terkendala ketika sebagian *talent*/pemeran kesulitan dalam menunjukkan mimik wajah dan intonasi sesuai isi pesan yang tertera dalam naskah. Solusinya, penulis harus melakukan pengambilan gambar berulang kali hingga mencapai hasil yang maksimal. Selain itu, letak Gedung BAZNAS Institute yang berada di tepi jalan arteri turut menyebabkan kebocoran suara kendaraan walaupun proses pengambilan gambar sudah didukung oleh penggunaan *wireless microphone clip on*. Solusinya, penulis memanfaatkan fitur *Reduce Noise* pada aplikasi CapCut Pro guna meminimalisir kebisingan yang masuk ke dalam video. Terakhir, penulis memiliki kendala saat sebagian *talent*/pemeran mengalami kesalahan pelafalan teks sehingga terjadi beberapa pengulangan pengambilan gambar guna memaksimalkan hasil video.

#### **4.4.3 Hambatan dan Solusi Tahap Pascaproduksi**

Pada tahap pascaproduksi, saat proses penyuntingan penulis beberapa kali terkendala karena konten *feeds carousel* dan *reels* yang sudah jadi bukan lagi mengalami tahap penyempurnaan. Namun, keterangan (*body copy*) dan narasi yang sudah disusun tiba-tiba mengalami perubahan secara keseluruhan. Padahal, seluruh rancangan *layout* dan *Standard Sequence Guide* (SSG) sudah disetujui pada tahap praproduksi. Solusinya, penulis harus merancang ulang keterangan (*body copy*) dan menyusun ulang narasi pada *Standard Sequence Guide* (SSG).

Selain itu, terdapat salah satu konten yang sudah dijadwalkan naik pukul 19.00 WIB tiba-tiba dihapus dan dipublikasi ulang pada pukul 08.00 WIB keesokan harinya. Hal ini terjadi karena admin media sosial Pusdiklat BAZNAS tidak memahami bahwa pada *feeds* Instagram dapat menambahkan halaman poster tanpa harus menghapus unggahan. Hambatan turut terjadi pada tahap publikasi di mana dalam rentang waktu yang ditentukan, terdapat 2 konten *reels* yang belum terpublikasi karena proses pemberian *feedback* yang sangat lama setelah penulis memberikan susunan

*Standard Sequence Guide* (SSG) baru. Oleh karena pihak klien yang baru memberikan *feedback* pada tanggal 09 Juni 2026, estimasi publikasi 2 konten tersebut jatuh di tanggal 17 dan 19 Juni 2026 setelah proses peninjauan kembali selesai. Akibatnya, publikasi konten mundur dari jadwal yang sudah ditentukan.