

Pengembangan Konten Berbasis Storytelling dari Video Dokumentasi untuk Optimalisasi Insight Instagram Samira Travel Batam

Sonia NurulAini¹, Siska Handayani²

Teknik Informatika, Politeknik Negeri Batam

Teknologi Rekayasa Multimedia, Politeknik Negeri Batam

Article Info

Article history:

Received Jun 12th, 2026

Revised Aug 20th, 2026

Accepted Aug 26th, 2026

Keywords:

Storytelling

Video Dokumentasi

Instagram Reels

Insight Instagram

ADDIE

ABSTRACT

Perkembangan media sosial mendorong biro perjalanan memanfaatkan Instagram sebagai media promosi dan komunikasi visual. Samira Travel Batam telah menggunakan Instagram *Reels*, namun konten yang diunggah masih berupa kompilasi kegiatan tanpa alur cerita terstruktur sehingga performa *insight* belum optimal. Penelitian ini bertujuan mengembangkan konten berbasis *storytelling* dari video dokumentasi perjalanan umroh yang telah tersedia untuk mengoptimalkan *Insight* Instagram Samira Travel Batam. Metode yang digunakan adalah *Research and Development* (R&D) dengan model ADDIE yang mencakup lima tahap, yaitu *Analysis*, *Design*, *Development*, *Implementation*, dan *Evaluation*. Produk yang dihasilkan berupa konten Instagram *Reels* berbasis *storytelling* bertema "Perjalanan Menuju Baitullah" berdurasi 1 menit 13 detik yang dikembangkan dari *footage* video dokumentasi perjalanan umroh milik Samira Travel Batam menggunakan Adobe Premiere Pro, Adobe After Effects, dan CapCut Pro. Kelayakan produk dievaluasi melalui validasi ahli materi dengan persentase 87,77% kategori sangat layak dan validasi ahli media sebesar 84,66% kategori sangat layak. Uji coba kepada 30 responden menghasilkan persentase 90,33% kategori sangat baik. Evaluasi sumatif berdasarkan data *Insight* Instagram menunjukkan peningkatan pada seluruh indikator setelah konten dipublikasikan, yaitu tayangan dari 156 menjadi 758, akun yang dijangkau dari 86 menjadi 362, waktu menonton rata-rata dari 14 detik menjadi 16 detik, penambahan pengikut dari 0 menjadi 6, dan interaksi audiens dari 10 menjadi 123. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten berbasis *storytelling* yang dikembangkan dari video dokumentasi layak digunakan dan mampu mendukung optimalisasi *Insight* Instagram Samira Travel Batam.

Copyright © 201x Institute of Advanced Engineering and Science.

All rights reserved.

Corresponding Author:

Sonia NurulAini,

Program Studi Teknologi Rekayasa Multimedia, Jurusan Teknik Informatika

Politeknik Negeri Batam,

Jl. Ahmad Yani, Tlk. Tering, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau 29461, Indonesia.

Email: nianurulainii24@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah mengubah cara organisasi melakukan komunikasi dan penyampaian informasi kepada publik. Instagram menjadi salah satu platform strategis dalam pengelolaan konten digital karena menyediakan fitur *Insight* Instagram yang memungkinkan pengelola akun mengevaluasi performa konten melalui indikator, seperti jangkauan (*reach*), tayangan (*views*), interaksi (*interactions*), waktu menonton rata-rata (*average watch time*), dan pertumbuhan pengikut secara terukur [1]. Pemanfaatan data tersebut membantu organisasi menyusun strategi konten yang lebih efektif dalam menyampaikan informasi sekaligus meningkatkan keterlibatan audiens.

Salah satu pendekatan yang dapat meningkatkan kualitas penyampaian informasi pada media sosial adalah *storytelling*. *Storytelling* merupakan teknik penyampaian pesan melalui alur cerita yang terstruktur sehingga mampu membangun keterlibatan emosional audiens. Penelitian [2] menunjukkan bahwa konten berbasis *storytelling* berpengaruh terhadap *audience engagement* melalui *perceived creativity* dan *positive emotion*. Selain itu, penerapan *digital storytelling* pada konten visual mampu meningkatkan *reach*, *views*, dan interaksi audiens pada media sosial [3]. Oleh karena itu, *storytelling* menjadi salah satu pendekatan yang relevan untuk diterapkan pada berbagai bentuk konten digital agar informasi yang disampaikan lebih komunikatif, menarik, dan mudah dipahami.

Salah satu bentuk konten yang dapat dikembangkan menggunakan pendekatan *storytelling* adalah video dokumentasi. Video dokumentasi merupakan salah satu jenis video nonfiksi yang menyajikan rekaman peristiwa nyata berdasarkan fakta sebagai media dokumentasi sekaligus penyampaian informasi. Oleh karena itu, video dokumentasi memiliki nilai informasi, edukasi, dan arsip karena menyajikan kejadian sesuai kondisi sebenarnya [4]. Meskipun demikian, video dokumentasi sering kali hanya disajikan sebagai kumpulan rekaman kegiatan tanpa alur cerita yang jelas sehingga informasi yang ingin disampaikan kurang efektif diterima oleh audiens. Seiring berkembangnya media digital, video dokumentasi tidak lagi hanya berfungsi sebagai arsip visual, tetapi juga perlu dikembangkan menjadi konten yang lebih komunikatif melalui penyusunan alur cerita, penyusunan naskah, penambahan *voice over*, teks, musik, transisi, serta elemen visual lainnya agar informasi yang disampaikan lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens [5]. Dengan demikian, pengembangan konten berbasis *storytelling* menjadi penting agar video dokumentasi tidak hanya berfungsi sebagai arsip visual, tetapi juga menjadi media komunikasi digital yang mampu meningkatkan daya tarik serta keterlibatan audiens.

Samira Travel Batam merupakan salah satu cabang resmi PT Samira Ali Wisata yang bergerak pada layanan perjalanan umroh dan haji. Sebagai media informasi dan promosi, Samira Travel Batam memanfaatkan akun Instagram @samira.batamkepri untuk membagikan berbagai dokumentasi kegiatan, seperti manasik, keberangkatan, pelaksanaan ibadah, hingga kepulangan jamaah. Perusahaan telah memiliki video dokumentasi perjalanan umroh sebagai hasil dokumentasi kegiatan yang dilakukan selama proses perjalanan ibadah. Namun, berdasarkan hasil observasi, konten yang dipublikasikan melalui Instagram *Reels* masih berupa kompilasi dokumentasi kegiatan tanpa alur cerita yang terstruktur sehingga penyampaian informasi belum optimal. Selain itu, performa konten juga masih relatif rendah yang ditunjukkan oleh jumlah tayangan, jangkauan akun, dan interaksi audiens yang belum maksimal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa video dokumentasi yang telah dimiliki belum dimanfaatkan secara optimal sebagai media komunikasi digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini tidak berfokus pada proses produksi atau pengambilan video dokumentasi baru, melainkan pada pengembangan konten berbasis *storytelling* dari video dokumentasi yang telah tersedia. Video dokumentasi perjalanan umroh yang sebelumnya hanya berfungsi sebagai dokumentasi kegiatan dikembangkan menjadi konten yang memiliki alur cerita lebih terstruktur sehingga mampu menyampaikan informasi perjalanan umroh secara lebih komunikatif, menarik, dan mudah dipahami oleh audiens melalui Instagram *Reels*. Dengan pendekatan tersebut, video dokumentasi diharapkan tidak hanya menjadi arsip visual, tetapi juga menjadi media komunikasi digital yang mampu mendukung optimalisasi *Insight* Instagram Samira Travel Batam.

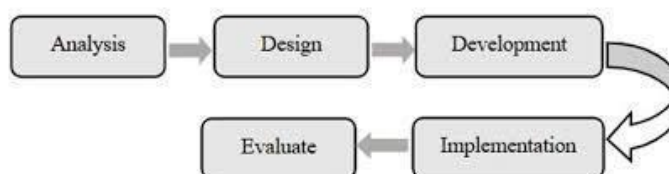
Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa video *Reels* Instagram yang dirancang secara terencana dan dianalisis menggunakan fitur *Insight* Instagram mampu meningkatkan *engagement* media sosial [6]. Penelitian lain menerapkan model ADDIE dalam pengembangan konten Instagram berupa *feed*, *story*, dan *reels* yang divalidasi oleh ahli serta dievaluasi menggunakan indikator pada fitur *Insight* Instagram, seperti *reach*, *engagement rate*, dan *growth followers* [7]. Namun, penelitian-penelitian tersebut masih berfokus pada pengembangan konten media sosial secara umum dan belum membahas pengembangan konten berbasis *storytelling* dari video dokumentasi yang telah tersedia sebagai bahan utama penelitian, khususnya pada konteks perjalanan umroh, serta belum mengevaluasi hasil pengembangannya berdasarkan data *Insight* Instagram.

Berdasarkan celah penelitian tersebut, penelitian ini mengembangkan konten berbasis *storytelling* dari video dokumentasi bertema "Perjalanan Menuju Baitullah" untuk dipublikasikan melalui Instagram *Reels* Samira Travel Batam menggunakan metode *Research and Development* (R&D) dengan model ADDIE yang terdiri atas tahap *Analysis*, *Design*, *Development*, *Implementation*, dan *Evaluation*. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengembangan satu konten berbasis *storytelling* menggunakan video dokumentasi perjalanan

umroh yang telah tersedia sebagai sumber utama *footage*, sehingga dokumentasi yang sebelumnya hanya berfungsi sebagai arsip visual dapat diolah menjadi media informasi yang lebih komunikatif dan menarik. Selain itu, penelitian ini mengevaluasi hasil pengembangan melalui perbandingan performa konten *Reels* sebelum dan sesudah publikasi berdasarkan indikator pada fitur *Insight* Instagram. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses pengembangan konten berbasis *storytelling* dari video dokumentasi serta menganalisis hasil optimalisasi *Insight* Instagram Samira Travel Batam berdasarkan hasil perbandingan performa konten *Reels* tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Research and Development* (R&D) dengan model ADDIE sebagai kerangka kerja dalam pengembangan konten berbasis *storytelling* dari video dokumentasi pada Instagram Samira Travel Batam. Metode R&D digunakan untuk menghasilkan produk melalui proses perancangan, pengembangan, serta pengujian kelayakan produk [8]. Model ADDIE dipilih karena memiliki tahapan yang sistematis dan fleksibel dalam pengembangan media digital [9]. Tahapan ADDIE yang digunakan dalam penelitian ini meliputi *Analysis*, *Design*, *Development*, *Implementation*, dan *Evaluation*, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Model ADDIE
(Sumber: An-Nisa et al. 2025)

2.1. Analysis

Tahap *analysis* dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan pengembangan konten berbasis *storytelling* dari video dokumentasi pada Instagram Samira Travel Batam. Kegiatan analisis mencakup analisis kebutuhan, analisis karakteristik, dan analisis kerja [10]. Analisis kebutuhan dilakukan melalui observasi akun Instagram @samira.batamkepri dan wawancara semi terstruktur secara daring melalui WhatsApp dengan pihak Samira Travel Batam. Analisis karakteristik dilakukan untuk memahami target audiens, sedangkan analisis kerja dilakukan untuk menentukan konsep pengembangan konten dan media publikasi yang digunakan.

2.2. Design

Tahap *design* meliputi perancangan konsep konten, penyusunan naskah, pemilihan *footage* yang akan digunakan, serta penentuan elemen pendukung. Konsep konten dirancang dengan menentukan tema, alur cerita, dan gaya visual yang sesuai dengan identitas Samira Travel Batam. Selanjutnya dilakukan pemilihan *footage* dokumentasi perjalanan umroh yang telah tersedia sebagai bahan pengembangan konten, serta penentuan elemen pendukung berupa logo dan tipografi sebagai acuan pada tahap *development*.

2.3. Development

Tahap *development* berfokus pada proses pengembangan konten berbasis *storytelling* dari video dokumentasi yang telah dirancang pada tahap *design*. Tahap ini meliputi dua kegiatan, yaitu: 1) merealisasikan naskah menjadi konten video berbasis *storytelling* melalui proses *editing bumper* logo dan *editing* video menggunakan Adobe After Effects, Adobe Premiere Pro, dan CapCut Pro; serta 2) melakukan validasi ahli materi dan ahli media setelah video selesai diproduksi. Instrumen validasi ahli materi diadaptasi dari aspek kejelasan, kegunaan, dan relevansi, sedangkan instrumen validasi ahli media diadaptasi dari aspek *spatial*, *temporal*, *live action*, dan *typography* [11].

2.4. Implementation

Tahap *implementation* dilakukan dengan mempublikasikan konten berbasis *storytelling* dari video dokumentasi melalui Instagram *Reels* pada akun @samira.batamkepri. Setelah dipublikasikan, dilakukan uji coba kepada 30 responden menggunakan kuesioner *Google Form* untuk mengetahui tanggapan audiens terhadap video. Pengujian responden menggunakan pertanyaan yang diadopsi dari sumber penelitian [12] untuk menilai hasil video yang telah dibuat.

2.5. Evaluation

Tahap *evaluation* dilakukan melalui evaluasi formatif untuk mengumpulkan umpan balik dari proses pengembangan dan implementasi sebelumnya, evaluasi sumatif untuk menganalisis hasil optimalisasi *Insight* Instagram berdasarkan perbandingan performa konten Reels sebelum dan sesudah publikasi, dan evaluasi tindak lanjut untuk memastikan bahwa hasil yang diinginkan telah dicapai dan menemukan kebutuhan atau perbaikan tambahan [7].

2.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini meliputi analisis hasil validasi ahli materi, validasi ahli media, kuesioner responden, serta data *Insight* Instagram. Hasil validasi ahli materi dan ahli media dianalisis untuk mengetahui tingkat kelayakan konten berbasis *storytelling* dari video dokumentasi sebelum dipublikasikan, sedangkan hasil kuesioner responden dianalisis untuk mengetahui tanggapan audiens terhadap konten yang telah dipublikasikan.

Persentase kelayakan dihitung menggunakan rumus berikut.

$$\text{Persentase(\%)} = \frac{\sum \text{Jumlah Skor Total}}{\sum \text{Jumlah Skor Maksimal}} \times 100\%$$

Kriteria kelayakan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria Kelayakan

Rentang Persentase	Kategori
81% – 100%	Sangat Layak
61% – 80%	Layak
41% – 60%	Cukup Layak
21% – 40%	Tidak Layak
0% – 20%	Sangat Tidak Layak

(Sumber: Diadaptasi Rizqiyah & Rochmawati, 2026)

Hasil kuesioner responden dianalisis dengan menghitung persentase tanggapan audiens menggunakan rumus berikut.

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

(P) = persentase

(f) = jumlah skor yang diperoleh dari jawaban responden

(n) = nilai ideal keseluruhan responden

(100%) = nilai tetap

Kategori interpretasi responden disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Kategori Interpretasi Responden

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
0% – 19,99%	Sangat Kurang
20% – 39,99%	Kurang
40% – 59,99%	Cukup
60% – 79,99%	Baik
80% – 100%	Sangat Baik

(Sumber: Diadaptasi dari Sains et al., 2024)

Data *Insight* Instagram dianalisis dengan membandingkan performa konten *Reels* sebelum dan sesudah publikasi konten hasil pengembangan berbasis *storytelling*. Indikator yang dianalisis meliputi tayangan, akun yang dijangkau, waktu menonton rata-rata, penambahan pengikut, dan interaksi audiens.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Analisis

Pada tahap *analysis*, peneliti mengumpulkan data melalui observasi akun Instagram @samira.batamkepri, analisis video dokumentasi perjalanan umroh yang telah tersedia, analisis data *Insight* Instagram, serta wawancara semi terstruktur secara daring melalui WhatsApp dengan pihak Samira Travel

Batam. Hasil analisis tersebut digunakan sebagai dasar dalam pengembangan konten berbasis *storytelling* dari video dokumentasi perjalanan umroh yang telah tersedia. Ringkasan hasil tahap *analysis* disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Tahap *Analysis*

Item Analisis	Informasi Analisis
Analisis kebutuhan	Diperlukan pengembangan konten berbasis <i>storytelling</i> dari video dokumentasi yang telah tersedia agar informasi perjalanan umroh tersampaikan secara lebih menarik, runtut, dan komunikatif.
Analisis karakteristik	Target audiens adalah pengguna aktif Instagram berusia 18 tahun ke atas, laki-laki maupun perempuan, serta memiliki ketertarikan terhadap konten perjalanan umroh.
Analisis kerja	Pengembangan diarahkan pada penyusunan konten berbasis <i>storytelling</i> dari video dokumentasi perjalanan umroh yang telah tersedia melalui penentuan konsep, penyusunan naskah, pemilihan <i>footage</i> , dan elemen sehingga menghasilkan konten Instagram <i>Reels</i> yang lebih terstruktur dan komunikatif. Hasil analisis ini menjadi dasar dalam tahap <i>design</i> .

(Sumber: Diadaptasi dari Sembiring & Sukma, 2023)

3.2. Hasil Design

Tahap *design* menghasilkan rancangan awal konten berbasis *storytelling* dari video dokumentasi yang menjadi dasar pada tahap *development*. Hasil dari tahap ini meliputi perancangan konsep konten, penyusunan naskah, pemilihan *footage*, serta penentuan elemen pendukung.

3.2.1 Perancangan Konsep Konten

Konsep konten mengangkat tema perjalanan umroh dengan judul “Perjalanan Menuju Baitullah”. Alur cerita mencakup persiapan keberangkatan, pelaksanaan manasik, keberangkatan menuju Tanah Suci, hingga aktivitas ibadah jamaah di Makkah dan Madinah. Konten dikembangkan dengan durasi 1 menit 13 detik dalam format vertikal 9:16 sesuai karakteristik Instagram *Reels* dengan gaya penyajian dokumentasi berbasis *storytelling* yang dilengkapi *voice over* naratif.

3.2.2 Penyusunan Naskah

Naskah disusun sebagai panduan alur visual, narasi, dan *voice over* pada setiap bagian video. Naskah dibagi menjadi tiga bagian, yaitu pembukaan, isi, dan penutup. Bagian pembukaan menampilkan montase perjalanan dan judul video, bagian isi menampilkan rangkaian perjalanan umroh, sedangkan bagian penutup menampilkan jamaah, *call to action*, dan logo Samira Travel Batam. Naskah yang telah disusun disajikan pada Tabel 4.

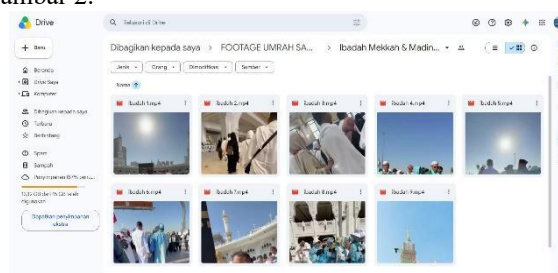
Tabel 4. Naskah

SCENE	DESKRIPSI	VOICE OVER
1	Menampilkan beberapa klip cepat jamaah di Tanah Suci sebagai pembuka video. Logo Samira Travel muncul sebagai <i>overlay</i> di bagian atas video sejak awal.	-
2	Menampilkan judul “Perjalanan Menuju Baitullah” dalam dua klip. Klip pertama berlatar menara jam Makkah dan suasana Masjidil Haram, klip kedua berlatar ornamen bangunan Masjidil Haram.	-
3	Menampilkan banner paket umroh Samira Travel.	-
4	Menampilkan jamaah berkonsultasi di kantor Samira Travel Batam.	Setiap perjalanan suci dimulai dari sebuah niat
5	Menampilkan staf memberikan informasi kepada jamaah.	Langkah pertama dimulai dari keyakinan untuk memenuhi panggilan-Nya.
6	Menampilkan perlengkapan umroh yang dipersiapkan untuk jamaah.	Persiapan dilakukan dengan penuh harap

7	Menampilkan koper dan perlengkapan jamaah yang telah siap diberangkatkan.	Menyiapkan segala kebutuhan menuju Tanah Suci.
8	Menampilkan pemateri memberikan pembekalan manasik kepada jamaah.	Melalui manasik, jamaah dibekali pemahaman.
9	Menampilkan dua klip dalam satu frame. Bagian atas memperlihatkan pemateri manasik, sedangkan bagian bawah memperlihatkan jamaah mengikuti kegiatan dengan khusyuk.	
10	Menampilkan jamaah mengikuti arahan manasik di depan replika Ka'bah.	Agar ibadah dapat dijalankan dengan sempurna.
11	Menampilkan jamaah berdoa bersama sebelum keberangkatan.	Hari yang dinantikan pun tiba.
12	Menampilkan jamaah membawa koper dan menuju keberangkatan di bandara.	Perjalanan menuju Baitullah dimulai.
13	Menampilkan jamaah yang tersenyum dan menyapa kamera.	
14	Menampilkan suasana Masjidil Haram dan Ka'bah.	Di Tanah Suci, setiap langkah menjadi doa.
15	Menampilkan aktivitas ibadah jamaah di sekitar Ka'bah.	Setiap detik menjadi momen yang tak terlupakan.
16	Menampilkan tour leader dari belakang sedang mendampingi jamaah selama perjalanan di Tanah Suci.	
17	Menampilkan jamaah perempuan sedang berdoa dan membaca doa.	Hati yang hadir dipenuhi rasa syukur.
18	Menampilkan jamaah laki-laki berdoa dengan khusyuk.	Dan kedekatan dengan Sang Pencipta.
19	Menampilkan jamaah berkumpul atau berfoto bersama di depan Ka'bah sebagai penutup cerita perjalanan.	Bersama Samira Travel Batam, wujudkan perjalanan suci Anda. Ikuti @samira.batamkepri untuk informasi umroh lainnya.
20	Menampilkan logo Samira Travel sebagai penutup video.	-

3.2.3 Pemilihan *Footage*

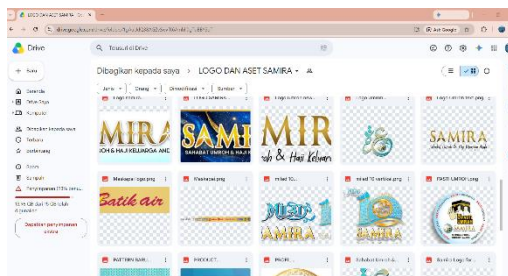
Pemilihan *footage* dilakukan dengan menyeleksi video dan gambar dokumentasi perjalanan umroh yang telah tersedia dari Samira Travel Batam melalui Google Drive. *Footage* dipilih berdasarkan kesesuaian dengan alur cerita, kejelasan objek, kualitas visual, pencahayaan, dan kestabilan gambar. Tampilan pemilihan *footage* ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Drive Pemilihan *Footage*
Sumber: Google Drive Samira Travel Batam

3.2.4 Penentuan Elemen Pendukung

Elemen pendukung yang digunakan dalam konten berbasis *storytelling* dari video dokumentasi meliputi logo Samira Travel, tipografi, dan teks pendukung. Logo digunakan sebagai identitas visual pada bagian pembuka dan penutup video. Tipografi menggunakan font Montserrat karena memiliki karakter modern, sederhana, dan mudah dibaca pada media digital. Teks pendukung digunakan untuk memperjelas informasi dalam video, seperti judul video, penanda bagian cerita, *call to action*, dan *watermark* akun @samira.batamkepri.



Gambar 3. Elemen Pendukung

3.3. Hasil Development

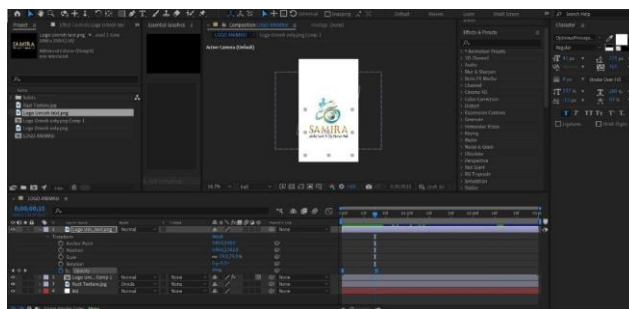
Tahap *development* merupakan realisasi dari rancangan konten yang telah disusun pada tahap *design*. Tahap ini mencakup proses pengembangan konten berbasis *storytelling* dari video dokumentasi melalui *editing bumper logo*, *editing konten video*, serta validasi ahli materi dan validasi ahli media [13].

3.3.1 Editing

Tahap *editing* terbagi menjadi dua proses, yaitu *editing bumper logo* dan *editing video konten*.

1. Editing Bumper Logo

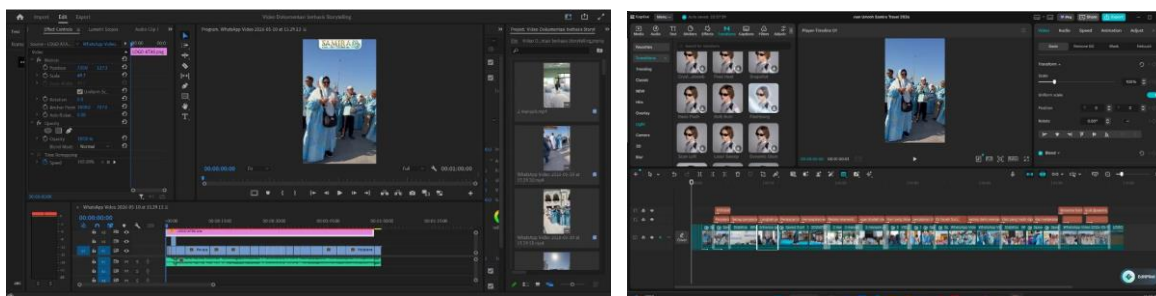
Bumper logo dibuat menggunakan Adobe After Effects dengan ukuran 1080×1920 px, durasi 3 detik, dan *frame rate* 29,97 fps sesuai format vertikal Instagram Reels. *Bumper* logo menampilkan logo Samira Travel dengan latar putih dan efek. *Bumper* ini ditempatkan pada bagian akhir video sebagai *closing bumper* yang menampilkan logo Samira Travel disertai animasi sederhana sebagai identitas visual perusahaan.



Gambar 4. Editing Bumper Logo

2. Editing Video Konten

Proses editing dilakukan dengan menyusun *footage* dokumentasi yang telah tersedia (*footage existing*) sesuai naskah yang telah disusun pada tahap *design*. Adobe Premiere Pro digunakan untuk melakukan proses *trimming*, penyusunan klip, sinkronisasi audio-visual, serta penambahan logo Samira Travel. Selanjutnya, CapCut Pro digunakan untuk menambahkan teks, judul, transisi, serta menyesuaikan format video vertikal 9:16 sesuai Instagram Reels. Musik latar, *sound effect*, dan *voice over* ditambahkan untuk memperkuat suasana dan alur cerita. Tahap *editing* menghasilkan konten berbasis *storytelling* dari video dokumentasi berdurasi 1 menit 13 detik dengan resolusi 1080×1920 piksel.



Gambar 5. Editing Video Konten

3.3.2 Validasi Ahli

1. Validasi ahli materi

Validasi ahli materi dilakukan oleh tiga validator internal dari pihak Samira Travel Batam yang diberi kode (A1, A2, dan A3). Validator (A1) adalah Jojo Samijo, S.E. selaku Pimpinan Cabang Samira Travel dengan pengalaman 10 tahun di bidang terkait, Validator (A2) adalah Syamsul Effendy selaku Tour Leader atau mitra agent PT Samira Ali Wisata dengan pendidikan terakhir S1 dan pengalaman lebih dari lima tahun dalam kegiatan perjalanan umroh, Validator (A3) adalah Dinda selaku bagian administrasi Samira Travel dengan pendidikan terakhir S1 dan pengalaman kurang dari tiga tahun di bidang terkait. Aspek yang dinilai meliputi kejelasan, kegunaan, dan relevansi [11]. Instrumen validasi ahli materi menggunakan skala penilaian 1–5, yaitu 5 (Sangat Layak), 4 (Layak), 3 (Cukup Layak), 2 (Tidak Layak), dan 1 (Sangat Tidak Layak). Hasil penilaian validasi ahli materi disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Validasi Ahli Materi

No	Aspek	Item Pertanyaan	Skor Perolehan			Skor Maksimal
			A1	A2	A3	
1	Kejelasan	Video dokumentasi perjalanan umroh yang disampaikan sesuai dengan informasi yang ingin dikomunikasikan oleh Samira Travel Batam.	4	4	5	5
		Pesan dari video dokumentasi tersampaikan dengan jelas melalui kombinasi gambar, teks, dan audio.	5	4	5	5
2	Kegunaan	Penggunaan pendekatan <i>storytelling</i> dalam video dokumentasi ini tepat digunakan untuk menyampaikan materi perjalanan umroh kepada audiens di Instagram.	5	4	5	5
		Video dokumentasi berbasis <i>storytelling</i> ini dapat menjadi media informasi dan promosi yang efektif bagi calon jamaah umroh Samira Travel Batam.	4	3	5	5
3	Relevansi	Video dokumentasi berbasis <i>storytelling</i> ini sudah relevan dengan kebutuhan promosi akun Instagram @samira.batamkepri saat ini.	4	3	5	5
		Konten video dokumentasi ini relevan dengan tujuan penyampaian informasi perjalanan umroh Samira Travel Batam.	5	4	5	5
Skor Total			27	22	30	30
Rata-rata Skor Total			26,33			30

Perhitungan persentase kelayakan validasi ahli materi adalah sebagai berikut:

$$\text{Persentase(\%)} = \frac{26,33}{30} \times 100\% = 87,77\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan, persentase kelayakan dari validasi ahli materi memperoleh nilai sebesar 87,77%. Nilai tersebut berada pada rentang 81% – 100%, sehingga konten berbasis *storytelling* dari video dokumentasi berjudul “Perjalanan Menuju Baitullah” termasuk dalam kategori “Sangat Layak”.

Dengan demikian, konten yang dikembangkan dinyatakan sangat layak untuk digunakan dengan beberapa perbaikan sesuai saran validator. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari sisi materi, konten telah mampu menyampaikan informasi perjalanan umroh secara jelas, relevan, dan sesuai dengan tujuan penyampaian informasi.

2. Validasi Ahli Media

Validasi ahli media dilakukan oleh tiga validator yang diberi kode (A1, A2, dan A3). Validator (A1) adalah Annisa Pertiwi, S.Tr.Kom. selaku Staf Desain di Samira Travel Batam dengan keahlian *Content Multimedia* serta pengalaman kurang dari 3 tahun di bidang *Photography & Videographer*, (A2) adalah Erwan selaku Staf Media Yayasan dengan keahlian Desain Grafis dan pengalaman kurang dari 3 tahun di bidang terkait, dan (A3) adalah Aryanza Pradana selaku Staf IT Pengadilan Negeri Batam dengan keahlian *Editor & Developer App* serta pengalaman lebih dari 5 tahun sebagai *Director & Editor Video Company Profile*. Ketiga validator memiliki latar belakang pendidikan sarjana/sarjana terapan dan pemahaman dalam bidang media, teknologi informasi, serta pengelolaan konten digital. Aspek yang dinilai pada validasi ahli media meliputi *spatial*, *temporal*, *live action*, dan *typography* [11]. Instrumen validasi ahli media menggunakan skala penilaian 1–5, yaitu 5 (Sangat Layak), 4 (Layak), 3 (Cukup Layak), 2 (Tidak Layak), dan 1 (Sangat Tidak Layak). Hasil penilaian validasi ahli media disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Validasi Ahli Media

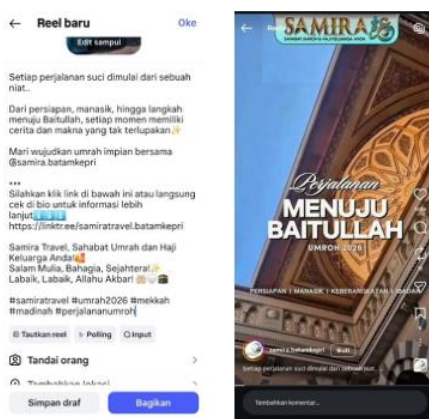
No	Aspek	Item Pertanyaan	Skor Perolehan			Skor Maksimal
			A1	A2	A3	
1	Spatial	Letak objek dan subjek pada video dokumentasi sudah tepat.	5	5	4	5
		Ukuran objek, subjek, teks, dan elemen visual sudah proporsional.	5	4	4	5
2	Temporal	Durasi perpindahan <i>scene</i> sudah sesuai dengan alur perjalanan umroh.	5	5	3	5
		Tempo pergerakan visual selaras dengan alur <i>storytelling</i> .	5	4	3	5
		Pergerakan dan transisi antar visual terlihat mulus.	5	4	3	5
3	Live Action	Visual kegiatan persiapan, manasik, keberangkatan, dan ibadah terlihat jelas.	5	5	4	5
		Angle atau sudut pengambilan gambar sudah sesuai	5	4	3	5
		Pencahayaan, warna, dan <i>color grading</i> video sudah baik.	4	3	4	5
4	Typography	Ukuran teks dalam video sudah sesuai.	5	3	4	5
		Teks dalam video dapat dibaca dengan baik.	5	4	5	5
Skor Total			49	41	37	50
Rata-rata Skor Total			42,33			50

$$\text{Persentase(\%)} = \frac{42,33}{50} \times 100\% = 84,66\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan, persentase kelayakan dari validasi ahli media memperoleh nilai sebesar 84,66%. Nilai tersebut berada pada rentang 81% – 100%, sehingga konten berbasis *storytelling* dari video dokumentasi berjudul “Perjalanan Menuju Baitullah” termasuk dalam kategori “Sangat Layak”. Dengan demikian, konten berbasis *storytelling* yang dikembangkan dinyatakan sangat layak untuk digunakan dengan beberapa perbaikan sesuai saran validator. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari sisi media, konten telah memenuhi aspek kualitas visual, penyajian, dan tipografi sehingga layak dipublikasikan.

3.4. Implementation

Tahap *implementation* dilakukan setelah konten berbasis *storytelling* yang dikembangkan dari video dokumentasi berjudul “Perjalanan Menuju Baitullah” dinyatakan layak oleh ahli materi dan ahli media. Pada tahap ini, konten berbasis *storytelling* hasil pengembangan dipublikasikan melalui Instagram *Reels* pada akun @samira.batamkepri pada tanggal 21 Mei 2026.



Gambar 6. Publikasi Video pada Instagram Reels
Sumber: Dokumentasi peneliti, 2026

Setelah video dipublikasikan, dilakukan uji coba kepada responden untuk mengetahui tanggapan audiens terhadap konten yang telah dikembangkan. Uji coba dilakukan kepada 30 responden menggunakan kuesioner *Google Form* dengan skala *Likert 5* poin. Responden dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu [14]. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah pengguna aktif Instagram berusia 18 tahun ke atas dan telah menonton konten berbasis *storytelling* "Perjalanan Menuju Baitullah" yang dipublikasikan melalui akun Instagram @samira.batamkepri. Jumlah responden tersebut mengacu pada pendapat *Roscoe* yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian berkisar antara 30 hingga 500 responden [15]. Data demografi responden disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Demografi Responden Uji Coba

No.	Karakteristik	Kategori	Jumlah
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	11
		Perempuan	19
2	Usia	18–26 tahun	17
		27–34 tahun	0
		35–44 tahun	2
		45 tahun ke atas	11

Berdasarkan Tabel 8, responden didominasi oleh perempuan sebesar 63,3%, sedangkan laki-laki sebesar 36,7%. Dari segi usia, responden didominasi oleh rentang usia 18–26 tahun sebesar 56,7%, diikuti usia 45 tahun ke atas sebesar 36,7%, dan usia 35–44 tahun sebesar 6,7%, sedangkan pada kelompok usia 27–34 tahun tidak terdapat responden. Seluruh responden atau 100% merupakan pengguna aktif Instagram dan telah menonton konten berbasis *storytelling* yang dikembangkan dari video dokumentasi perjalanan umroh Samira Travel Batam. Hasil uji coba responden diperoleh dari enam butir pertanyaan. Jawaban pada instrumen kuesioner responden diklasifikasikan menjadi lima pilihan, yaitu 5 (Sangat Baik), 4 (Baik), 3 (Cukup), 2 (Kurang), dan 1 (Sangat Kurang). Rekapitulasi hasil kuesioner uji coba responden disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji Coba Responden

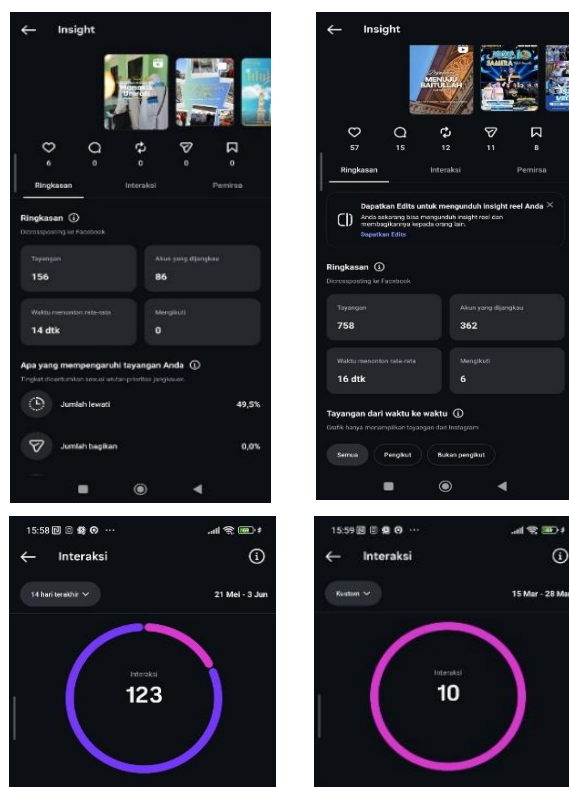
No.	Pertanyaan yang diajukan	SB	B	C	K	SK	Total Skor
1	Bagaimana kesan Anda terhadap kualitas video dokumentasi perjalanan umroh tersebut?	17	11	2	0	0	135
2	Seberapa baik video dokumentasi perjalanan umroh tersebut menurut Anda?	16	14	0	0	0	136
3	Apakah video dokumentasi ini membuat Anda tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang proses perjalanan umroh?	19	10	1	0	0	138
4	Seberapa baik alur video dokumentasi tersebut sehingga perjalanan umroh mudah dipahami dari awal sampai akhir?	15	14	1	0	0	134
5	Seberapa baik tampilan video, teks, musik, dan suara dalam membantu menjelaskan perjalanan umroh?	15	14	1	0	0	134
6	Menurut Anda, seberapa baik video dokumentasi tersebut dalam menyampaikan informasi tentang perjalanan umroh?	17	12	1	0	0	136
Total Skor							813

$$P = \frac{f}{n} \times 100\% = \frac{813}{900} \times 100\% = 90,33\%$$

Berdasarkan hasil uji coba responden, diperoleh jumlah skor sebesar 813 dari nilai ideal keseluruhan responden sebesar 900. Dengan demikian, persentase tanggapan responden adalah 90,33%. Nilai tersebut berada pada interval 80% – 100% dan termasuk dalam kategori “Sangat Baik”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan yang sangat baik terhadap kualitas tampilan, kejelasan informasi, alur cerita, daya tarik konten, serta kesesuaian elemen visual, teks, musik, dan suara.

3.5. Evaluation

Evaluasi formatif telah dilakukan pada tahap *development* melalui validasi ahli materi dan ahli media, kemudian dilanjutkan pada tahap *implementation* melalui uji coba responden. Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa konten berbasis *storytelling* yang dikembangkan dari video dokumentasi telah sesuai dengan tujuan pengembangan. Evaluasi sumatif dilakukan melalui analisis *Insight* Instagram dengan membandingkan performa konten *Reels* sebelum dan sesudah pengembangan berdasarkan periode pengamatan yang sama, yaitu 14 hari setelah konten dipublikasikan. Indikator yang dianalisis meliputi tayangan, akun yang dijangkau, waktu menonton rata-rata, penambahan pengikut, dan interaksi audiens. Hasil perbandingan menunjukkan peningkatan pada seluruh indikator, yaitu tayangan meningkat dari 156 menjadi 758, akun yang dijangkau dari 86 menjadi 362, waktu menonton rata-rata dari 14 detik menjadi 16 detik, penambahan pengikut dari 0 menjadi 6 akun, dan interaksi audiens dari 10 menjadi 123 interaksi. Data tersebut menunjukkan bahwa konten berbasis *storytelling* yang dikembangkan dari video dokumentasi mampu meningkatkan performa Instagram *Reels* sehingga mendukung optimalisasi *Insight* Instagram Samira Travel Batam.



Gambar 7. Perbandingan Performa Konten *Reels* Sebelum dan Sesudah Pengembangan
(Sumber: *Insight* Instagram @samira.batamkepri, 2026)

Pada tahap evaluasi terakhir, dilakukan tindak lanjut berdasarkan hasil evaluasi formatif dan evaluasi sumatif. Tindak lanjut yang dapat dilakukan adalah mempertahankan penggunaan alur *storytelling* pada konten berikutnya, meningkatkan kualitas *footage* dari segi kestabilan gambar, pencahayaan, dan ketajaman visual, serta melakukan pemantauan *Insight* Instagram secara berkala. Melalui ketiga tahapan evaluasi tersebut, konten berbasis *storytelling* yang dikembangkan dari video dokumentasi dapat digunakan sebagai media informasi dan promosi yang lebih terstruktur, menarik, dan komunikatif.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menghasilkan konten berbasis *storytelling* yang dikembangkan dari video dokumentasi perjalanan umroh bertema "Perjalanan Menuju Baitullah" untuk dipublikasikan melalui Instagram Samira Travel Batam. Produk dikembangkan menggunakan model ADDIE yang terdiri dari tahap *Analysis*, *Design*, *Development*, *Implementation*, dan *Evaluation* melalui analisis kebutuhan, perancangan konsep, penyusunan naskah, pemilihan *footage existing*, penyuntingan konten, validasi ahli, publikasi melalui Instagram *Reels*, serta evaluasi hasil pengembangan.

Konten berbasis *storytelling* yang dikembangkan dari video dokumentasi memperoleh penilaian sebesar 87,77% dari ahli materi dengan kategori sangat layak dan 84,66% dari ahli media dengan kategori sangat layak. Uji coba kepada responden memperoleh persentase 90,33% dengan kategori sangat baik. Setelah dipublikasikan, konten *Reels* sesudah pengembangan menunjukkan peningkatan dibandingkan konten sebelum pengembangan. Tayangan meningkat dari 156 menjadi 758, akun yang dijangkau meningkat dari 86 menjadi 362, waktu menonton rata-rata meningkat dari 14 detik menjadi 16 detik, penambahan pengikut meningkat dari 0 menjadi 6 akun, dan interaksi audiens meningkat dari 10 menjadi 123 interaksi. Dengan demikian, pengembangan konten berbasis *storytelling* dari video dokumentasi mampu mendukung optimalisasi *Insight* Instagram Samira Travel Batam melalui peningkatan performa konten Instagram *Reels*.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah mengembangkan konten berbasis *storytelling* dari video dokumentasi secara berkelanjutan, meningkatkan kualitas *footage* dari segi kestabilan, pencahayaan, dan variasi pengambilan gambar, serta menambahkan indikator analisis seperti *engagement rate*, *share*, *save*, atau *retention rate* agar evaluasi performa konten lebih mendalam. Selain itu, pemantauan *Insight* Instagram secara berkala juga perlu dilakukan untuk mengetahui perkembangan performa konten setelah dipublikasikan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Kusuma, D. Darma, and S. R. Sari, "Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi di Perpustakaan Universitas Bangka Belitung Berdasarkan Engagement Rate, Impression dan Reach," *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi dan Kearsipan*, vol. 9, no. 2, pp. 105–116, Dec. 2023, doi: 10.14710/lenpust.v9i2.49483.
- [2] G. R. Tyas, D. A. Ardelia, and K. S. Artamevia, "Pengaruh Storytelling Content Instagram Terhadap Audiens Engagement yang Dimediasi oleh Perceived Creativity dan Positive Emotion," *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, vol. 2, no. 2, pp. 1374–1386, Nov. 2024, doi: 10.62710/8mjqmz63.
- [3] H. W. Aripadono, "Penerapan Komunikasi Digital Storytelling Pada Media Sosial Instagram," *Teknika*, vol. 9, no. 2, pp. 121–128, Nov. 2020, doi: 10.34148/teknika.v9i2.298.
- [4] S. Afriansyah, A. Hakim, S. Sn, and M. Ds, "PERANCANGAN VIDEO DOKUMENTER BATIK JAMBI SEBAGAI MEDIA INFORMASI MASYARAKAT." [Online]. Available: www.youtube.com
- [5] J. Dokumentasi, A. A. Haq, ; Roro, and I. P. Ganggi, "SA license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). Pengembangan video dokumentasi preservasi tari tradisional 'Denok Deblong' di perpustakaan menggunakan model ADDIE," vol. 46, no. 2, p. 2025, 2025, doi: 10.55981/j.baca.2025.13098.
- [6] M. Iqbal and E. B. Sembiring, "Analisis Video Reels Terhadap Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Engagement Media Sosial Instagram @ruasjaricoffee," 2024. [Online]. Available: <http://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAMN>
- [7] M. R. Fanani and T. C. Kusumandyoko, "PENGEMBANGAN KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PONDOK PESANTREN SABILILLAH SURABAYA," 2024. [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- [8] N. Rizqiyah and R. Rochmawati, "Pengembangan Media Pembelajaran Video Tutorial Accurate Berbasis ADDIE pada Pembelajaran Komputer Akuntansi di SMKN 1 Sooko Mojokerto," *Jurnal Penelitian Inovatif*, vol. 6, no. 2, pp. 1513–1522, May 2026, doi: 10.54082/jupin.2447.
- [9] L. An-Nisa, I. A. Farida, N. Eva, D. A. Apsari, and H. B. Utomo, "Implementasi Model ADDIE dalam Media Edukasi sebagai Pemahaman Kesehatan Mental," *Psyche 165 Journal*, pp. 41–46, Feb. 2025, doi: 10.35134/jpsy165.v18i1.466.
- [10] E. B. Sembiring and N. Sukma, "Pengembangan Media Edukasi Melalui Model ADDIE (Motion Graphic Tata Cara Pembayaran PBB di Kantor BAPENDA Kota Batam)," 2023. [Online]. Available: <http://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAMN>
- [11] S. T. Camilla and F. Suandi, "Analisis Efektivitas Video HSE Induction Berbasis Motion Graphic Pada Pekerja di PT Wasco Engineering Indonesia," *Journal of Applied Multimedia and Networking (JAMN)*, vol. 7, no. 1, 2023, [Online]. Available: <http://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAMN>
- [12] J. K. Sains, D. Teknologi, F. Fersellia, M. A. Nugroho, G. Z. Muflih, and F. Fachri, "Pembuatan Video Iklan menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic untuk Media Promosi di Instagram," 2024.
- [13] R. Aziz, P. Sukma, S. P. D. Prasetya, M. T. Dosen, and P. Mahasiswa, "Pengembangan Media Pembelajaran Maket 3D Geografi Pada Materi Lipatan dan Patahan Pengembangan Media Pembelajaran Maket 3D Pada

- Materi Lipatan dan Patahan Pengembangan Media Pembelajaran Maket 3D Geo grafi Pada Materi Lipatan dan Patahan Pengembangan Media Pembelajaran Maket 3D Pada Materi Lipatan dan Patahan.”
- [14] R. C. Choeron and I. Nofiana, “Kesalahan Penggunaan Teknik Sampling Pada Penelitian Kuantitatif Di Bidang Ilmu Keperawatan,” 2023.
- [15] W. Dwi Octaviany, “Analisis Efektivitas Motion graphic Sebagai Media Informasi Company profile Polibatam Press Menggunakan Epic Model,” 2023.

LAMPIRAN :

<https://drive.google.com/drive/folders/1Oz7uHBfhgCGxoZWXISwkyMEvUsM07x57?usp=sharing>