

BAB IV

HASIL ANALISIS PELAKSANAAN KEGIATAN PERAN CREATIVE & COPYWRITER, MARKETING SOSIAL MEDIA, PRODUKSI VIDEO, SALES BOOTH

Dalam bab ini membahas mengenai analisis pelaksanaan program kegiatan yang dilakukan dengan berbagai strategis yang telah direncanakan. Hasil analisis dilihat dari sudut pandang creative & copywriter, marketing sosial media, produksi video, dan sales booth dalam meningkatkan brand awareness dan jumlah user aplikasi MySRLand. Kemudian pada bab ini juga membahas mengenai hasil pencapaian serta kendala yang dihadapi selama kegiatan berlangsung.

4.1 Efektivitas Kampanye

Kampanye dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan *brand awarness* dan jumlah user aplikasi MySRLand. Berbagai taktik telah dilakukan dengan menggunakan strategi Integrated Marketing Communication (IMC), mencakup sosial media marketing, advertising, sales promotion, direct marketing, dan event sehingga berhasil meningkatkan *awarness* Instagram Queen City Mall sebesar 3% yang dipertimbangkan karena kampanye ini pertama dilakukan oleh SRLand dalam memperkenalkan sekaligus mempromosikan aplikasi MySRLand dalam jangka waktu satu bulan, durasi waktu ini merupakan durasi yang telah ditetapkan oleh klien. Oleh karena itu, diperlukan target yang realistis sesuai dengan kapasitas media dan sumber daya yang tersedia.

Dalam jangka waktu satu bulan, strategi yang dilakukan fokus pada pengenalan aplikasi terlebih dahulu melalui media sosial Instagram Queen City Mall. Kemudian baru pelaksanaan booth dan event. Oleh karena itu, target 3% dipilih sebagai angka yang rasional dan dapat dicapai dengan durasi yang telah ditetapkan dalam konteks kampanye promosi dan pengenalan aplikasi di media sosial. Hal ini juga dikarenakan keterbatasan durasi, sumber daya promosi, dan kebutuhan secara bertahap untuk membangun fondasi utama dari *awarness*.

Awareness untuk sosial media Instagram Queen City Mall adalah sebanyak 4,162% di akhir periode kampanye dan terjadi peningkatan pengikut 3,60%, yaitu sebanyak 1071 followers. Untuk jumlah pengunduhan dan user

aplikasi adalah didapat sebanyak 50 user dari pelaksanaan booth dan 25 user dari pelaksanaan event. Berdasarkan hasil yang dicapai, dapat disimpulkan bahwa beberapa tools yang dipilih untuk melaksanakan kampanye ini berhasil dilaksanakan walaupun untuk bagian booth dan timeline pengunggahan konten sosial media masih belum terpenuhi. Namun, hal ini dapat menjadi evaluasi untuk kedepannya apa saja yang harus di hindari dan dapat menjadi perbaikan.

Tabel 4.1 Pelaksanaan tools, alasan penggunaan, dan hasil yang dicapai

N O	AIDA/TOO LS	RINCIAN TOOLS	KPI	PERTIMBANG AN	HASIL
1	DESIRE: Direct Marketing	Pelaksanaan Booth Interaktif Aplikasi MySRLand	Meningkatk an tingkat pengetahuan masyarakat Kota Semarang dari 19% dari hasil riset kuesioner menjadi 25%	Pengadaan booth interaktif aplikasi MySRLand sebelumnya belum pernah dilaksanakan di Queen City Mall	Menciptakan pengalaman baru sistem pengenalan aplikasi MySRLand di Queen City Mall
				Pada hasil kuesioner pra- kegiatan menunjukkan bahwa sebanyak 81% masyarakat di Kota Semarang belum mengetahui adanya aplikasi MySRLand dan 82% belum mengetahui manfaatnya	Tercapai Meningkatk an pengetahuan masyarakat terkait fitur dan manfaat aplikasi MySRLand sebanyak 6% dari 19% menjadi 26%
			Target penambahan pengguna MySRLand sebanyak 100 orang	Menambah jumlah pengguna MySRLand melalui booth	Tidak tercapai Hanya mendapatka n 50 pengguna

					baru aplikasi melalui booth interaktif
2	ATTENTION: Marketing Media Sosial	Pembuatan konten Interaktif	Target peningkatan engagement sebanyak 3%	• Sebanyak 93,6% responden menyatakan paling sering menggunakan media sosial Instagram. Riset ini yang menjadi alasan untuk menetapkan Instagram sebagai media online utama dalam pelaksanaan kampanye promosi aplikasi MySRLand	Konten Video Reels:
					1. "Apasih keuntungan makan di Queen City Mall dengan MYSRLAND"
					• Views 3127 • Like 101 • Komen - • Share 9 • Total waktu tonton 5h 30m 2s • Reach 1818 akun
					2. "Promo Ramadhan Fashion Runaway"
					• Views 2051 • Like 79 • Komen 2 • Share 1 • Total waktu tonton 2h 53m 40s • Reach 1630 akun
					3. "Tukar Poin & Menangkan

					Kesempatan Hadiah Liburan" • Views 1147 • Like 66 • Komen 1 • Share 1 • Total waktu tonton 1h 55m 22s • Reach 890 akun
					4. "5 Kesalahan yang sering dilakukan pengguna MySRLand" • Views 2641 • Like 115 • Komen 3 • Share 23 • Total waktu tonton 5h 17m 56s • Reach 1820 akun
				• Sebanyak 93% responden menyatakan konten yang paling mereka sukai adalah jenis konten short video.	6. "Tiga Tipe Pengguna MySRLand" • Views 1232 • Like 23 • Komen 0 • Share 3 • Total waktu tonton 1h 17m 38s • Reach 958 akun

				Riset ini yang menjadi alasan untuk menggunakan story dan short reels sebagai pilhan jenis konten yang dilakukan	Konten Video Feeds: 1. "Promosi Ramadhan Fashion Runaway dan Hadiah" • Views 6438 • Like 51 • Komen 2 • Share 6 • reach 3720 akun 2. "Promosi Ramadhan Fashion Runaway dan Hadiah" • Views 6438 • Like 51 • Komen 2 • Share 6 • reach 3720 akun Total Engangement Rate Tercapai ER= (721 : 17326) ER= 0.04162 X 100% ER= 4,162%
--	--	--	--	--	---

					Konten Video Story:
					1. "Promosi Booth" • Total tayangan sebanyak 1316 • Jumlah akun yang dijangkau adalah sebanyak 1212 akun
					2. "Live Report Booth 1" • Total tayangan sebanyak 1426 • Jumlah akun yang dijangkau adalah sebanyak 1360 akun
					3. "Live Report Booth 2" • Total tayangan sebanyak 934 • Jumlah akun yang dijangkau adalah sebanyak 889 akun

					4. "Promosi Ramadhan Fashion Runaway" • Total tayangan sebanyak 785 • Jumlah akun yang dijangkau adalah sebanyak 738 akun
					5. "Live Report Ramadhan Fashion Runaway" • Total tayangan sebanyak 1095 • Jumlah akun yang dijangkau adalah sebanyak 1051 akun
					6. "Q&A MySRLand itu Kegunaannya untuk Apa?" • Total tayangan sebanyak 1481 • Jumlah akun yang dijangkau adalah

					sebanyak 1360 akun
					7. "Manfaat buka aplikasi MySRLand" • Total tayangan sebanyak 1225 • Jumlah akun yang dijangkau adalah sebanyak 1143 akun
					8. "Recap booth " • Total tayangan sebanyak 997 • Jumlah akun yang dijangkau adalah sebanyak 950 akun
3	ACTION: Event	Pelaksanaan Event Ramadhan Fashion Runway	Target sebanyak 20 peserta	Pengadaan event lomba untuk mendukung program kampanye komunikasi MySRLand	Tercapai Capaian: 25 orang peserta
				Pengadaan event peragaan busana koleksi tenant fashion Queen City Mall mampu mendukung	Kerja sama dengan 3 tenant fashion: - HAMMER - HARDWAR

				acara lomba fashion show yang dilaksanakan pada momen yang bersamaan	E - CELCIUS
4	INTERESE T: Ads	Penggunaan Instagram Ads	Target views konten reels sebanyak 10.000	Instagram Ads mampu menjangkau pengguna Instagram di luar pengikut akun Instagram @queencitymall	Tercapai Konten yang dipilih untuk Instagram Ads yaitu konten reels dengan judul "Apasih keuntungan makan di Queen City Mall dengan MySRLand?". Views: 12.000
				Budget yang dikeluarkan dapat disesuaikan untuk meminimalisir biaya	Biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 80.000 untuk 3 hari pemasangan
5	INTEREST: Paid promote	Paid promote @semarangprojects	Target views konten reels sebanyak 4.000	Paid promote dapat menjangkau pengikut di luar pengikut akun Instagram @queencitymall	Tidak tercapai Konten yang diunggah di Paid Promote merupakan konten reels dengan judul "Tipe-tipe Pengguna MySRLand"
				Dapat menjadi sarana promosi online	

					Views: 3.389 Likes: 38
6	DESIRE: Sales Promotion	Membagikan voucher dan merchandise untuk pengunjung booth MySRLand	Target mendapatka n 100 voucher melalui kerjasama dengan tenant	Voucher didapatkan dari kerja sama dengan beberapa tenant Queen City Mall untuk mendukung program kampanye karya bidang dengan tujuan menarik perhatian target new downloader aplikasi MySRLand.	Tercapai Voucher tenant - Kidzlandia (10) - Funworld (10) - Ubeatz (10) - Dimdimsum (15) - 4 Ratu (5) - Bebek Semangat (15) - Penyetan Cok (15) - Suteki (2) - Baliwatch (100) - Ichiyamato (10) Merchandise - Kipas angin portable (15) - Agenda (15) Jumlah new downloader penerima voucher: 50 orang Jumlah new downloader tukar poin penerima merchandise

					: 21 orang
--	--	--	--	--	---------------

4.2 Peran Marketing Sosial Media, Copywriter, dan Creative Media

Penulis berperan sebagai Marketing Sosial Media, Copywriter, dan Creative Media dalam meningkatkan brand awareness dan jumlah user aplikasi MySRLand. Dalam pelaksanaan peran Marketing Sosial Media, penulis menyusun konten pillar, menyusun konten planner, pengunggahan konten reels & story, Memantau performa konten kampanye melalui insight instagram. Penulis berhasil menyusun konten pilar untuk memperjelas isi pesan konten selama kampanye berlangsung agar tujuan pesan utamanya tetap jelas, berhasil menyusun konten planner menyusun kalender konten agar memudahkan arah komunikasi, promosi di media sosial, dan deadline konten yang harus dipenuhi, berhasil melakukan pengunggahan konten reels, feeds, dan story instagram pada setiap minggu, berhasil memantau performa kampanye melalui insight Instagram dengan mengetahui konten mana yang paling menarik audiens dan konten mana yang audiens kurang tertarik.

Dalam pelaksanaan peran Copywriter, penulis melakukan penyusunan konten brief dan membuat caption konten. Penulis berhasil membuat konsep konten dan brief yang akan menjadi panduan untuk tim produksi dan editing dan berhasil membuat caption terhadap semua konten kampanye dengan menggunakan kalimat yang mengarah untuk mengajak audiens untuk mendownload aplikasi MySRLand. Dalam pelaksanaan peran Creative Media, penulis melakukan penyusunan konsep visual booth, Mempersiapkan kebutuhan produksi konten, Dokumentasi dan live report event dan booth, Produksi konten hingga finishing. Penulis berhasil membuat konsep virtual backdrop untuk pengaplikasian di booth kampanye, mempersiapkan segala

kebutuhan sesuai dengan kebutuhan konten, seperti kerjasama tenant, alat untuk recording, mempersiapkan talent, berhasil mengambil dokumentasi kegiatan selama pelaksanaan event dan booth untuk menjadi bukti atas berjalannya suatu acara dan penggambaran pelaksanaan kegiatan, penulis berhasil untuk membuat perencanaan produksi, mempersiapkan properti, mempersiapkan talent konten, melakukan pengambilan footage sesuai dengan brief, melakukan editing, melakukan revisi editing konten, dan finishing konten.

4.3 Analisis Peran Marketing Media Sosial, Copywriter, Creative Media

4.3.1 Marketing Media Sosial

Penulis sebagai Marketing Media Sosial bertugas untuk memastikan Instagram sosial media Queen City Mall dapat berjalan untuk melakukan pengunggahan sesuai dengan konten pillar dan konten plan kampanye yang sudah dibuat. Setiap minggunya penulis bertanggungjawab untuk melakukan konsultasi terlebih dahulu dengan tim admin dari klien sebelum melakukan pengunggahan konten reels, story, dan feed agar pengunggahan konten tetap sesuai dengan kebutuhan komunikasi klien seputar aplikasi. Penulis juga bertanggungjawab terhadap pemantauan insight dari konten kampanye yang telah diunggah.

4.3.2.1 Pencapaian Target

Pencapaian target marketing sosial media dapat diukur dari keberhasilan penulis dalam mendapatkan peningkatan followers dan engagement rate dari akun sosial media @queencitymall. Kampanye di sosial media pertama dilakukan pada tanggal 10 maret 2025 dengan followers Instagram Queen yang berjumlah 29.702 setelah melakukan pengunggahan konten hingga tanggal 24 april 2025, Queen berhasil mendapatkan peningkatan sebesar 3,60% sebanyak 1071 followers. Peningkatan jumlah pengikut ini menunjukkan strategi konten yang dijalankan mampu menarik perhatian audiens yang baru. Kemudian untuk total engagement rate keseluruhan dari 5 reels dan 2 feeds adalah 4,162%. Hasil data yang diperoleh akan diberikan kepada pihak data executive setiap minggunya untuk dianalisis apakah sosial media

marketing sudah berhasil dilakukan atau belum. Dalam hal ini, penulis dapat membangun pengetahuan audiens terhadap manfaat dan keunggulan dari aplikasi MySRLand.

Pada setiap minggunya dan akhir pengunggahan konten, penulis memantau performa Instagram. Konten mana yang ramai peminatnya dan konten mana yang rendah peminatnya. Hal ini juga mendukung konten mana yang dapat butuh untuk menggunakan ads dan paid promote. Terdapat beberapa hal yang belum dapat dipenuhi oleh penulis, yaitu pengunggahan konten yang tidak sesuai dengan kalender konten plan. Hal ini dikarenakan klien memberikan persetujuan yang lebih lama daripada waktu yang telah ditetapkan. Sehingga hal ini membuat penulis melakukan pengunggahan konten tidak sesuai dengan plan yang telah disediakan dan klien ingin durasi pengunggahan tidak dalam waktu yang berdekatan. Kemudian ada beberapa konten plan yang tidak jadi diunggah dikarenakan ketika mau di produksi klien kurang setuju dengan strategi awal yang ada di konten plan sehingga ada beberapa penyesuaian. Hal ini dilakukan karena terdapat video yang sudah diunggah dianggap kurang menarik perhatian audiens sehingga dilakukan penyesuaian

4.3.2 Copywriter

Penulis sebagai Copywriter bertugas untuk memastikan segala ide kreatif dan materi komunikasi yang dibuat akan sesuai dengan pesan utama yang ingin disampaikan. Pembuatan brief, penulisan caption, dan konsep visual dibuat dengan menyesuaikan kembali dengan kebutuhan tim produksi dan editing agar tetap fokus pada tujuan utama. Dalam pelaksanaan tugasnya, penulis berhasil untuk membuat brief, caption, dan konsep visual sebagai arahan dalam membantu pola komunikasi, produksi, dan editing yang terarah. Sehingga pembuatan konten berlangsung sesuai plan dan terencana.

4.3.2.1 Pencapaian Target

Pencapaian target Copywriter dapat diukur dari keberhasilan penulis dalam melakukan copywriting dan konsep visual yang

komunikatif, relevan, dan tentunya tidak melupakan branding dan pesan utama dari aplikasi MySRLan. Dalam proses pelaksanaannya penulis melibatkan beberapa pihak untuk penyempurnaan hasil akhir. Dalam hal ini, penulis berhasil membuat 15 brief, 15 caption, dan konsep visual untuk mempermudah pembuatan konsep kreatif bagi tim produksi dan editing dalam memberikan gambaran visual yang menarik, edukatif, dan menyampaikan manfaat dari aplikasi MySRLand dengan jelas.

4.3.3 Creative Media

Penulis sebagai Creative Media bertugas untuk memastikan proses perencanaan konten hingga tahap finishing konten dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya kendala. Sebelum dilakukan tahap produksi video penulis telah mempersiapkan kebutuhan produksi konten, seperti kerjasama dengan tenant untuk melakukan pengambilan footage pada tenant tersebut, menggunakan talent dari tenant, pemilihan properti, dan penggunaan clip on. Penulis berhasil memproduksi video dokumentasi yang diunggah melalui reels dan story instagram, termasuk live report yang diproduksi, di edit, dan diunggah penulis secara real-time.

4.3.3.1 Pencapaian Target

Pencapaian target produksi video dapat diukur dari keberhasilan penulis dalam pembuatan video dengan total 5 short reels, 8 story, dan 2 feeds. Semua video dibuat dengan menyesuaikan brief yang diberikan dengan memperhatikan pesan utama yang ingin ditampilkan pada setiap konten namun tetap memperhatikan visual yang menarik. Untuk segi durasi video sendiri penulis berhasil untuk membuat reels dengan durasi minimal adalah 45 detik dan reels durasi maksimal 90 detik. Sedangkan untuk story durasi minimal adalah 30 detik dan durasi maksimal adalah 50 detik. Kemudian penulis berhasil menganalisis durasi audiens yang melihat konten reels paling lama adalah dengan durasi 5h 30m 2s dengan judul reels "Apasih Keuntungan Makan di Queen City Mall dengan MySRLand". Kemudian durasi audiens yang melihat konten reels dengan durasi tercepat adalah dengan durasi 1h 17m 38s dengan judul reels "Tiga Tipe Pengguna MySRLand". Dengan

durasi terlama adalah 5h 30m 2s ini dapat disimpulkan bahwa konten ini berhasil untuk mendapatkan daya tarik lebih dari audiens. Dalam hal ini, penulis yang berhasil untuk menyelesaikan semua tahapan produksi video dari tahapan perencanaan hingga finishing dan siap untuk diunggah di media sosial, berhasil membuat konsep backdrop booth, dan berhasil melakukan dokumentasi kegiatan dan pembuatan live report secara tepat waktu.

4.4 Work Hours

Tabel 4.2 Work Hours

WEEK	TANGGAL	JOBDESK	WORKING HOUR
1	9-13 Desember 2024	Melakukan koordinasi dengan tim seputar tujuan dan timeline kerja	3 jam
		Koordinasi tim untuk menentukan peran dan maisng-masing jobdesk	2 jam
		Bertemu klien untuk diskusi permasalahan yang ada	2 jam
		Diskusi lanjutan untuk menentukan strategi dalam melakukan membantu permasalahan	3 jam
TOTAL			10 jam
2	16 - 20 Desember 2024	Diskusi dengan tim membuat konsep awal event	3 jam
		Penyempurnaan ide bersama klien	2 jam
		Revisi konsep dari strategi bersama tim	2 jam
		Pencarian referensi kegiatan booth yang sudah ada	2 jam
		Koordinasi dengan tim dan klien terkait logistik	2 jam
TOTAL			11 jam
3	23 - 27 Desember 2024	Koordinasi lanjutan dengan klien terkait konsep booth interaktif	2 jam
		Pembuatan proposal pengajuan kegiatan booth	2 jam

		Diskusi tim pembahasan keperluan booth	3 jam
		Penyusunan strategi pelaksanaan booth	3 jam
TOTAL			10 jam
4	30 Desember 2024 - 3 Januari 2025	Revisi proposal berdasarkan masukan klien	2 jam
		Diskusi pergantian timeline	2 jam
		Diskusi pembuatan konsep event	3 jam
TOTAL			7 jam
5	6 - 10 Januari 2025	Koordinasi dengan klien terkait penentuan waktu event	2 jam
		Koordinasi pembuatan roulette dan backdrop	3 jam
		Pengecekan logistik booth	2 jam
		Pembuatan proposal event	3 jam
TOTAL			10 jam
6	13 - 17 Januari 2025	Pembuatan surat izin pengadaan booth	1 jam
		Koordinasi lanjutan event	2 jam
		Diskusi dengan tim	2 jam
		Revisi proposal event	2 jam
TOTAL			7 jam
7	20 - 24 Januari 2025	Diskusi dengan tim	2 jam
		Bimbingan bersama dosbing dan diskusi	1 jam
		Diskusi lanjutan persiapan event dengan klien	3 jam
		Menyusun proposal rancangan event	3 jam
TOTAL			9 jam
8	27 - 31 Januari 2025	Revisi proposal rancangan event	3 jam
		Diskusi tim	2 jam
		Koordinasi update perubahan rancangan event	2 jam
TOTAL			7 jam
9	3 - 7 Februari 2025	Revisi proposal project	3 jam
		Diskusi tim	3 jam

		Konsultasi ide project dengan dosen pembimbing	1 jam
		Presentasi dan diskusi rancangan project kepada klien	3 jam
TOTAL			10 jam
10	10 - 14 Februari 2025	Diskusi tim	4 jam
		Menyusun proposal karya bidang bab 1	3 jam
		Membuat content pillar	1,5 jam
		Membuat content plan	4 jam
		Diskusi dengan klien	2 jam
TOTAL			14,5 jam
11	17 - 21 Februari 2025	Menyusun proposal keperluan project	3 jam
		Diskusi tim	4 jam
		Menyusun proposal event Ramadhan Fashion Runway	3 jam
		Diskusi dengan klien	1 jam
		Menyusun rencana anggaran project	2 jam
		Melanjutkan penyusunan proposal karya bidang bab 1	4 jam
		Membuat konten brief dan caption	2,5 jam
TOTAL			19,5 jam
12	24 - 28 Februari 2025	Diskusi tim	3 jam
		Mengurus pendaftaran ujian sidang filter karya bidang	3 jam
		Presentasi fiksasi project kepada klien	1 jam
		Menyusun pitch deck untuk sidang filter karya bidang	5 jam
TOTAL			12 jam
13	3 - 8 Maret 2025	Membuat konten brief dan caption	2,5 jam
		Koordinasi untuk hari pelaksanaan booth	2 jam
		Membuat poin-poin materi booth	3 jam
		Latihan presentasi filter	2 jam
		Kontak dan brief talent konten	1 jam

		Persiapan shooting konten "Promosi open booth"	30 menit
		Produksi konten "Promosi open booth"	1,5 jam
		Editing konten "Promosi open booth"	30 menit
		Kontak dan brief talent konten	1 jam
		Bekerjasama dengan tenant untuk keperluan take konten	30 menit
		Persiapan shooting konten "Apasih keuntungan makan di Queen City Mall dengan MySRLand"	1 jam
		Produksi konten "Apasih keuntungan makan di Queen City Mall dengan MySRLand"	3 jam
		Pemantauan performa insight Instagram	1 jam
		TOTAL	19,5 jam
15	10-16 Maret 2025	Diskusi hasil konten "promo open booth" bersama klien	30 menit
		Revisi editing konten "promo open booth" bersama klien	30 menit
		Pengecekan ulang kebutuhan booth	2 jam
		Briefing semua anggota tim	2 jam
		Hari pelaksanaan booth	6 jam
		Pemroduksian video live report booth hari 1	1,5 jam
		Editing video 4 live report booth	30 menit
		Pemroduksian video live report booth hari 2	1,5 jam
		Editing video 4 live report booth	30 menit
		Pemantauan performa insight Instagram	1 jam
		TOTAL	16 jam
16	17-23 Maret 2025	Kontak dan brief talent konten	1 jam
		Persiapan shooting konten video	1 jam
		Produksi konten video Q&A manfaat aplikasi	1,5 jam
		Editing konten video Q&A manfaat aplikasi	1 jam

		Diskusi hasil konten bersama klien	30 menit
		Hari pelaksanaan event Ramadhan Fashion Runaway	5 jam
		Dokumentasi event fashion show	2,5 jam
		Produksi konten live report fashion show	1 jam
		editing konten live report fashion show	30 menit
		Pemantauan performa insight Instagram	1 jam
TOTAL			15 jam
17	24-30 Maret 2025	Editing konten video recap event fashion show	1,5 jam
		Diskusi hasil konten "recap event fashion show" bersama klien	1 jam
		Revisi editing video recap event fashion show	30 menit
		Kontak dan brief talent konten	1 jam
		Persiapan shooting konten "Tukar Poin & Menangkan Kesempatan Hadiah Liburan"	1 jam
		Produksi konten "Tukar Poin & Menangkan Kesempatan Hadiah Liburan"	3 jam
		Editing konten "Tukar Poin & Menangkan Kesempatan Hadiah Liburan"	2 jam
		Diskusi hasil konten "Tukar Poin & Menangkan Kesempatan Hadiah Liburan" bersama klien	1 jam
		Revisi hasil konten "Tukar Poin & Menangkan Kesempatan Hadiah Liburan"	1 jam
		Pemantauan performa insight Instagram	1 jam
TOTAL			12 jam
18	1-6 April 2025	Kontak dan brief talent konten	1 jam
		Persiapan shooting konten "Manfaat buka aplikasi MySRLand"	30 menit
		Produksi konten "Manfaat buka aplikasi MySRLand"	1 jam

		Editing konten "Manfaat buka aplikasi MySRLand"	1 jam
		Diskusi konten "Manfaat buka aplikasi MySRLand" bersama klien	30 menit
		Revisi konten "Manfaat buka aplikasi MySRLand"	30 menit
		Diskusi tim mengenai Instagram Ads	2 jam
		Kontak dan brief talent konten	1 jam
		Persiapan shooting konten "5 Kesalahan yang sering dilakukan pengguna MySRLand"	1 jam
		Produksi konten "5 Kesalahan yang sering dilakukan pengguna MySRLand"	2 jam
		Editing konten "5 Kesalahan yang sering dilakukan pengguna MySRLand"	2 jam
		Pemantauan performa insight instagram bersama klien	1 jam
TOTAL		13,5 jam	
19	7-13 April 2025	Diskusi konten "5 Kesalahan yang sering dilakukan pengguna MySRLand" bersama klien	1 jam
		Revisi konten "5 Kesalahan yang sering dilakukan pengguna MySRLand"	1 jam
		Kontak dan brief talent konten	1 jam
		Bekerjasama dengan tenant untuk keperluan take konten	30 menit
		Persiapan shooting konten "Tiga Tipe Pengguna MySRLand"	2,5 jam
		Produksi konten "Tiga Tipe Pengguna MySRLand"	3,5 jam
		Editing konten "Recap booth"	1 jam
		Diskusi konten "Recap booth" bersama klien	30 menit
		Revisi konten "Recap booth" bersama klien	30 menit
TOTAL		11,5 jam	
20	14-20 April 2025	Editing konten "Tiga Tipe Pengguna MySRLand"	2 jam

		Diskusi konten konten "Tiga Tipe Pengguna MySRLand" bersama klien	1,5 jam
		Editing konten "Tiga Tipe Pengguna MySRLand"	1 jam
TOTAL			4,5 jam
21	21-27 April 2025	Pemantauan seluruh performa insight	2 jam
		Penentuan video ads	1 jam
TOTAL			3 jam
22	3-9 Mei 2025	Evaluasi tim	2 jam
TOTAL			2 jam
Total Working Hour			225 jam