

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada ini menjelaskan tentang gambaran umum klien, analisis masalah, proses pembuatan karya bidang, hasil produksi dan keberhasilan karya bidang berupa video konten promosi sebagai upaya peningkatan penjualan produk *Pusat Oleh-Oleh Yummy*. Proses pembuatan karya bidang melalui tiga tahap produksi, yaitu tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi.

4.1 Gambaran Umum Klien

Pusat Oleh-Oleh Yummy merupakan salah satu UMKM di bidang kuliner yang menjual berbagai macam camilan atau oleh-oleh di Blora yang didirikan sejak tahun 2022 oleh Ibu Happy Dwi Rizky. *Pusat Oleh-Oleh Yummy* menjual aneka camilan dan oleh-oleh khas Blora, seperti keripik sagu tempe, keripik belalang goreng, tumpi, mie lidi, basreng, keripik usus, keripik belut, keripik gadung, onde-onde ketawa, sambel pecel, bawang goreng dan abon. Berlokasi di Jalan Kapuas, Nomor 35 B, Kelurahan Kedungjenar, Kecamatan Blora, Kabupaten Blora, Jawa Tengah. Pada awal tahun 2025, *Pusat Oleh-Oleh Yummy* merubah nama *brand* menjadi *Happy Yummy*. Hal ini terjadi karena pada saat sang *owner* ingin mendaftarkan *brand* dengan nama Yummy ternyata nama tersebut sudah dimiliki orang lain. Kemudian setelah melakukan konsultasi, sang *owner* menambahkan kata “*Happy*” di depan nama “*Yummy*” sehingga menjadi “*Happy Yummy*”.

4.2 Analisis Permasalahan

Pusat Oleh-Oleh Yummy menghadapi permasalahan yaitu masih terjadi penurunan penjualan meskipun telah memanfaatkan *platform* TikTok sebagai salah satu strategi promosi. Setelah penulis melakukan analisis, dapat ditemukan permasalahan sebagai berikut:

- Dilihat dari postingan di akun TikTok resmi *Pusat Oleh-Oleh*

Yummy yang masih sedikit, yaitu hanya dua postingan dalam kurun waktu satu bulan. Selain itu, konten yang diunggah juga belum menarik perhatian pengguna TikTok.

- Ditemukan beberapa kekurangan pada konten video tersebut. Dari segi isi dan konsep video yang kurang menarik karena konten yang dibagikan di TikTok @happyummy89 tidak ada elemen *storytelling*, hanya menggunakan musik tanpa narasi yang menarik dan isi video tidak menjelaskan tentang keunggulan produk camilan yang ditawarkan. Hal ini menyebabkan pengguna TikTok yang melihat video tersebut tidak dapat memahami apa yang membuat produk camilan tersebut spesial. Selain itu, tidak ada keterangan yang menjelaskan tentang produk camilan tersebut. Hal ini menyebabkan pengguna TikTok yang melihat video tersebut tidak dapat memahami informasi apa yang disampaikan.

4.3 Tahap Pra Produksi

Pada tahap pra produksi, penulis melakukan langkah-langkah sebagai berikut :

4.3.1 Identifikasi Permasalahan dan Penentuan Konsep Karya

Tahap pertama dalam pra produksi video promosi *Pusat Oleh-Oleh Yummy* adalah identifikasi permasalahan dan penentuan konsep karya. Pada tahap ini, dilakukan wawancara dan analisis untuk menentukan tema, tujuan, dan target audiens video promosi. Identifikasi konsep karya ini bertujuan untuk memastikan bahwa video promosi yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan tujuan *Pusat Oleh-Oleh Yummy*.

4.3.2 Menyusun Naskah *Standart Sequence Guide* (SSG)

Sebelum memulai proses produksi konten, penulis menyusun *Standart Sequence Guide* (SSG). *Standart Sequence Guide* adalah

panduan urutan dalam sebuah produksi video yang di dalamnya terdapat deskripsi *shoot scene* atau adegan, narasi, *background music* dan durasi.

4.3.3 Penentuan Lokasi

Sebelum memulai proses produksi konten, penulis melakukan pencarian lokasi yang tepat untuk mengambil gambar dan merekam adegan. Agar lokasi sesuai dengan konsep dan tema konten, serta lokasi tersebut dapat mendukung proses produksi yang efektif, maka penulis memilih melakukan syuting di toko *Pusat Oleh-Oleh Yummy*, area kota Blora dan di rumah *talent*.



Gambar 4. 1 Proses Pemilihan Lokasi (Sumber : dokumen pribadi, tahun 2024)

4.3.4 Penentuan Talent

Untuk mewujudkan konsep video promosi yang telah dibuat, penulis membutuhkan bantuan dari beberapa orang *talent*. Dalam tahap penentuan *talent*, penulis memutuskan untuk meminta bantuan dari teman-teman penulis untuk menjadi *talent* dalam video promosi *Pusat Oleh-Oleh Yummy*. *Talent* yang terlibat dalam proses pembuatan video berjumlah empat orang.

4.3.5 Persiapan Alat dan Properti

Dalam tahap persiapan alat dan properti, penulis melakukan persiapan untuk memastikan bahwa semua alat dan properti yang

diperlukan sudah siap untuk digunakan dalam proses produksi video promosi. Properti yang digunakan adalah produk camilan dari *Pusat Oleh-Oleh Yummy*, sedangkan alat-alat yang diperlukan adalah *handphone*, tripod, dan mikrofon.



Gambar 4. 2 Persiapan Alat (Sumber : Dokumen pribadi, tahun 2024).

4.3.6 Perubahan *Standart Sequence Guide*

Selama proses produksi video konten TikTok, telah terjadi beberapa perubahan yang tidak sesuai dengan rencana awal. Perbedaan ini terdapat pada narasi, adegan, dan durasi yang berbeda dari hasil akhir karya. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut tentang hasil implementasi *standart sequence guide*.

1. Perubahan *Standart Sequence Guide* Video 1

Dalam proses produksi video 1 yang mengacu pada *standart sequence guide*, terdapat perubahan narasi yang dilakukan untuk menyempurnakan kalimat dan efektivitas penyampaian pesan. Berikut adalah penjabaran perubahan yang dilakukan berdasarkan hasil implementasi *standart sequence guide*.

TABEL 4. 1 PERUBAHAN *STANDART SEQUENCE GUIDE* VIDEO 1

No	Perubahan	Perancangan Awal	Hasil	Alasan Perubahan
1.	Narasi	Narasi scene 2 : Yuk ikut mimin, mimin kasih tau petunjuk jalannya! Narasi scene 3 : Namanya <i>Pusat Oleh-Oleh Yummy</i>. Pusat oleh-oleh terlengkap yang menyediakan berbagai camilan kekinian dan unik khas Blora. Komplit banget deh pokoknya! Narasi scene 7 : Tinggal mampir aja ke <i>outlet</i> kita, dijamin gak bakal kebingungan. Narasi scene 9 : Menurut kalian, oleh-oleh khas Blora itu apa aja sih guys? Komen ya!	Narasi scene 2 diubah : Yuk ikutin mimin, mimin kasih tau petunjuk jalannya! Narasi scene 3 diubah : Ini dia Namanya <i>Pusat Oleh-Oleh Yummy</i>. Pusat oleh-oleh terlengkap yang menyediakan berbagai camilan kekinian dan unik khas Blora. Komplit banget deh pokoknya! Narasi scene 7 diubah : Tinggal mampir aja ke <i>outlet</i> kami. Dijamin gak bakal kebingungan. Narasi scene 9 diubah : Narasi dihilangkan	Scene 2 : Perubahan dari "ikut" menjadi "ikutin". Penyesuaian kata agar terdengar lebih santai dan akrab. Scene 3: Penambahan kata "Ini dia" untuk penekanan. Scene 7 : "Kami" digunakan untuk merujuk pada orang pertama (pembicara) dan orang lain (tidak termasuk pendengar), artinya "kami" tidak mencakup pendengar. Scene 9 :

2.	Deskripsi	Closing : Belum ada informasi pemesanan, logo Undip dan logo <i>Happy Yummy</i> di bagian <i>closing</i> .	Closing : Pada bagian <i>closing</i> ditambahkan informasi pemesanan, logo Undip dan logo <i>Happy Yummy</i> .	Penghapusan narasi di <i>scene 9</i> untuk mengurangi interaksi yang tidak diperlukan karena konten lebih fokus pada promosi.
3.	Music	<i>No copyright music.</i>	Tiktok <i>music (Vlog-Stylish City Pop)</i> .	
4.	Durasi	1 menit 9 detik.	1 menit 15 detik.	
5.	Efek	Tidak ada.	Bagian <i>closing</i> ditambahkan efek transisi <i>mix, flash white</i> dan <i>fade black</i> .	

2. Perubahan *Standart Sequence Guide* Video 2

Pada proses produksi video 2 terdapat perubahan narasi yang dilakukan untuk penyempurnaan kalimat. Berikut adalah penjabaran perubahan yang dilakukan berdasarkan hasil implementasi *standart sequence guide*.

TABEL 4. 2 PERUBAHAN *STANDART SEQUENCE GUIDE* VIDEO 2

No	Perubahan	Perancangan Awal	Hasil	Alasan Perubahan
1.	Narasi	Narasi scene 1 : Hai warga Blora! Kalian lagi cari cemilan buat oleh-oleh? Ini nih, toko oleh-oleh dan cemilan kekinian di Blora yang wajib kamu datengin. Narasi scene 3 :	Narasi scene 1 diubah : Kalian lagi cari cemilan buat oleh-oleh? Ini nih, toko oleh-oleh dan cemilan kekinian di Blora yang wajib kamu datengin. Narasi scene 3	Scene 1 : Dihilangkan sapaan "Hai warga Blora!" karena menghindari sapaan yang mungkin tidak relevan bagi penonton yang bukan warga Blora. Scene 3 : Perubahan dari

		Kalian jangan kaget ya, ngelihat aneka oleh-oleh dan camilan yang unik dan kekinian yang ada disini jenisnya banyak banget. Narasi scene 5 : Dan yang bikin seneng, semua jajanan dan oleh-oleh disini itu fresh lho! Narasi scene 7 : Oiya selain aneka cemilan disini tersedia sambel pecel, abon dan bawang goreng juga Narasi scene 8 : Jadi di <i>Pusat Oleh-Oleh Yummy</i>, kalian bisa dapetin apa yang kalian butuhin dan kalian bawa pulang buat oleh-oleh.	diubah : Kalian jangan heran ya, ngelihat aneka oleh-oleh dan camilan yang unik dan kekinian yang ada disini jenisnya banyak banget. Narasi scene 5 diubah : Dan yang bikin seneng, semua jajanan dan oleh-oleh disini fresh lho! Narasi scene 7 diubah : Oiya selain aneka cemilan disini tersedia sambel pecel, abon dan bawang goreng juga lho! Narasi scene 8 diubah : Jadi di Pusat Oleh-Oleh Yummy, kalian bisa dapetin apa yang kalian butuhin dan kalian bawa pulang buat oleh-oleh. Tunggu apalagi? Yuk mampir sekarang!	"kaget" menjadi "heran" karena kata "kaget" bermakna konotasi yang lebih kuat dan tiba-tiba, sedangkan "heran" lebih netral dan menunjukkan rasa penasaran atau takjub. Scene 7 : Penambahan kata "lho" untuk penekanan. Scene 8 : Penambahan kalimat ajakan untuk meningkatkan interaksi.

2.	Deskripsi	Closing : Belum ada informasi pemesanan, logo Undip dan logo <i>Happy Yummy</i> di bagian <i>closing</i> .	Closing : Pada bagian <i>closing</i> ditambahkan informasi pemesanan, logo Undip dan logo <i>Happy Yummy</i> .	
3.	Music	<i>No copyright music.</i>	Tiktok <i>music</i> (Cute-Aurel Surya Lie).	
4.	Durasi	1 menit 8 detik	1 menit 13 detik.	
5.	Efek	Tidak ada.	Bagian <i>closing</i> ditambahkan efek transisi <i>mix, flash white</i> dan <i>fade black</i> .	

3. Perubahan *Standart Sequence Guide* Video 3

Dalam proses produksi video 3 yang mengacu pada *standart sequence guide*, terdapat perubahan narasi dan *shoot* yang dilakukan untuk efektivitas penyampaian pesan dan penyempurnaan adegan. Berikut adalah penjabaran perubahan yang dilakukan berdasarkan hasil implementasi *standart sequence guide*.

TABEL 4. 3 PERUBAHAN *STANDART SEQUENCE GUIDE* VIDEO 3

No	Perubahan	Perancangan Awal	Hasil	Alasan Perubahan
1.	Narasi	Narasi scene 1 : Belanja oleh-oleh disini harganya mulai 10 ribuan aja! Narasi scene 3 : Semua produk-produk ini harganya mulai 10 ribu sampai 20 ribuan aja	Narasi scene 1 diubah : Hai semua, kalian lagi cari camilan yang disukai anak-anak? <i>Pusat Oleh-Oleh Yummy</i> jawabannya! Narasi scene 3 diubah :	Scene 1 : Perubahan difokuskan ke jenis camilan yang cocok anak-anak. Scene 3 : Narasi dihilangkan agar penonton fokus pada visual

			Narasi dihilangkan.	produk.
2.	Deskripsi	Shoot scene 1 : Shoot depan toko Pusat Oleh-Oleh Yummy. Shoot scene 5 : Shoot produk basreng dan mie lidi. Shoot scene 8 : Produk-produk Yummy.	Shoot scene 1 diubah : Shoot talent anak-anak sedang makan mie lidi. Shoot scene 5 diubah : Shoot produk basreng saja. Shoot scene 8 diubah : Shoot produk mie lidi di rak.	Shoot scene 1 : Perubahan fokus pada talent anak-anak karena menyesuaikan naskah. Shoot scene 5 : Perubahan memfokuskan satu produk karena produk mie lidi akan ditampilkan di scene berikutnya.
		Shoot scene 9 : Shoot depan toko Pusat Oleh-Oleh Yummy. Closing : Belum ada informasi pemesanan, logo Undip dan logo Happy Yummy.	Shoot scene 9 diubah : Shoot produk keripik belut dan keripik gadung di rak. Closing : Ditambahkan informasi pemesanan, logo Undip dan logo Happy Yummy.	Shoot scene 8 : Karena di scenesebelumnya belum menampilkan produk mie lidi. Shoot scene 9 : Agar menampilkan footage yang lebih variasi.
3.	Music	No copyright music.	Tiktok music (Animals and Dishes-Cute BGM)	
4.	Durasi	1 menit 1 detik	1 menit 6 detik.	
5.	Efek	Tidak ada.	Bagian closing ditambahkan efek transisi mix, flash white dan fade black.	

4. Perubahan Standart Sequence Guide Video 4

Dalam proses produksi video 4 yang mengacu pada *standart sequence*

guide, terdapat penambahan narasi dan *shoot* yang dilakukan untuk menambahkan variasi visual dan audio. Berikut adalah penjabaran perubahan yang dilakukan berdasarkan hasil implementasi *standart sequence guide*.

TABEL 4. 4 PERUBAHAN STANDART SEQUENCE GUIDE VIDEO 4

No	Perubahan	Perancangan Awal	Hasil	Alasan Perubahan
1.	Narasi	Pada rancangan awal hanya terdapat 9 <i>scene</i>	Menjadi 12 <i>scene</i> karena terdapat penambahan 3 narasi pada <i>shoot</i> di bagian awal/	Penambahan narasi bertujuan untuk menghindari kebosanan penonton dengan <i>scene</i> dan <i>shoot</i> yang tidak monoton di bagian awal.
		Narasi scene 5 : Kalau produk yang unik satu ini yaitu belalang goreng ada dua pilihan yaitu belalang utes dan belalang kayu.	<i>opening</i> sebagai berikut : Narasi tambahan 1 : Siang-siang gini enak nya ngemil nih! Narasi tambahan 2 : Ih makan apa tuh? Narasi tambahan 3 : Kak, kak, kak, hm? Makan apa itu? Kayaknya enak banget? Kamu mau? Mau dong. Yuk ikut aku! Yuk yuk. Narasi scene 5 diubah : Kalau produk yang unik satu ini yaitu belalang goreng ada dua pilihan yaitu belalang utes dan	

			belalang kayu dengan varian rasa original dan pedas.	
2.	Deskripsi	Pada rancangan awal hanya terdapat 9 <i>scene</i>. Closing : Belum ada informasi pemesanan, logo Undip dan logo <i>Happy Yummy</i>.	Menjadi 12 <i>scene</i> karena terdapat penambahan 3 <i>shoot</i> pada bagian awal/<i>opening</i> sebagai berikut : Shoot tambahan 1 : <i>Shoot</i> memperlihatkan suasana langit di siang hari. Shoot tambahan 2 : <i>Shoot</i> seorang <i>talent</i> sedang menikmati camilan. Shoot tambahan 3 : <i>Shoot</i> menghampiri seorang <i>talent</i> yang sedang menikmati camilan. Closing : Ditambahkan informasi pemesanan, logo Undip dan logo <i>Happy Yummy</i>.	
3.	Music	<i>No copyright music.</i>	Tiktok music (<i>Beautiful Day-Samranis</i>).	
4.	Durasi	1 menit 1 detik.	1 menit 22 detik.	
5.	Efek	Tidak ada.	Bagian <i>closing</i> ditambahkan efek transisi <i>mix</i> , <i>flash white</i> dan <i>fade black</i> .	

5. Perubahan *Standart Sequence Guide* Video 5

Pada proses produksi video 5 yang mengacu pada *standart sequence guide*, terdapat perubahan narasi dan *shoot* yang dilakukan untuk efektivitas penyampaian pesan dan penyempurnaan informasi agar sesuai dengan judul video. Berikut adalah penjabaran perubahan yang dilakukan berdasarkan hasil implementasi *standart sequence guide*.

TABEL 4. 5 PERUBAHAN STANDART SEQUENCE GUIDE VIDEO 5

No	Perubahan	Perancangan Awal	Hasil	Alasan Perubahan
1.	Narasi	Narasi scene 1 : Hai warga Blora, ini dia <i>Pusat Oleh-Oleh Yummy!</i> Narasi scene 2 : Pusatnya oleh-oleh terlengkap di Blora. Narasi scene 3 : Solusi buat kamu yang lagi bingung nyari oleh-oleh untuk keluarga dan orang tersayang. Narasi scene 4 : Lokasinya di jalan Kapuas No.35 B, Kedungjenar Blora. Narasi scene 5 : Disini itu produk yang jual lengkap, bervariasi dan halal pastinya. Narasi scene 7 : Oiya, kalau kalian membeli banyak produk di <i>Pusat Oleh-Oleh Yummy</i> kalian	Narasi scene 1 diubah : Hai semua mimin mau tunjukkin. Narasi scene 2 diubah : Apa aja keunggulan kalau kalian belanja di <i>Pusat Oleh-Oleh Yummy</i>. Narasi scene 3 diubah : Semua produk-produk <i>Yummy</i> diproduksi sendiri. Narasi scene 4 diubah : Dengan bahan-bahan yang berkualitas.	Scene 1 : Narasi sapaan "Hai warga Blora!" diubah karena menghindari sapaan yang mungkin tidak relevan bagi penonton yang bukan warga Blora. Scene 2,3,4 : Narasi diubah agar sesuai judul video dan menghindari kebosanan penonton dengan <i>scene</i> di bagian awal. Scene 5 : Diubah karena untuk menambahkan informasi tentang produk yang non-MSG. Scene 7 :

		bisa mendapatkan <i>packaging</i> sesuai kebutuhan. Narasi scene 8 : Ada <i>paper bag</i> ataupun kardus, yang dijamin packingnya rapi dan aman untuk dibawa kemana-mana.	Narasi scene 5 diubah : Produk yang dijual lengkap, bervariasi, non- MSG dan pastinya halal. Narasi scene 7 diubah : Kalau kalian membeli produk di <i>Pusat Oleh-Oleh Yummy</i>. Kalian bisa mendapatkan <i>packaging</i> sesuai kebutuhan. Narasi scene 8 diubah : Ada <i>paper bag</i> ataupun kantong plastik, yang dijamin aman untuk dibawa kemana-mana	Diubah agar kalimat menjadi lebih sederhana. Scene 8 : Perubahan dari "kardus" menjadi "kantong plastik" karena di toko tidak ada kemasan kardus sehingga memakai kantong plastik
--	--	---	--	---

2.	Deskripsi	Shoot scene 1 : Shoot depan toko. Shoot scene 2 : Shoot dalam toko Yummy. Shoot scene 3 : Shoot produk Yummy. Shoot scene 4 : Shoot depan toko Yummy. Shoot scene 6 : Kemasan produk Yummy. Shoot scene 7 : Penataan produk di meja dan membayar di kasir. Shoot scene 8 : Shoot memasukkan produk di <i>paper bag</i> dan kardus. Shoot scene 9 : Shoot ke luar toko membawa <i>paper bag</i>. Closing : Belum ada informasi pemesanan, logo Undip dan logo Happy Yummy.	Shoot scene 1 diubah : Shoot menggoreng adonan tumpi. Shoot scene 2 diubah : Shoot membuat adonan onde-onde ketawa. Shoot scene 3 diubah : Shoot meniriskan tumpi yang sudah matang. Shoot scene 4 diubah : Shoot onde-onde ketawa yang sudah didinginkan. Shoot scene 6 diubah : Shoot pengemasan keripik sagu tempe. Shoot scene 7 diubah : Ditambahkan <i>shoot talent</i> sedang mengambil produk Yummy. Shoot scene 8 diubah : Shoot memasukkan produk ke <i>paper bag</i> dan kantong plastik.	Shoot 1,2,3,4 dan 5 : Diubah agar sesuai judul video dengan memperlihatkan proses produksi kepada penonton. Shoot 6 : Diubah agar memperlihatkan secara langsung proses pengemasan produk kepada penonton. Shoot 7 : Diubah karena sebelum menata dan membayar interaksi <i>talent</i> saat belanja mengambil produk perlu diperlihatkan agar alur lebih jelas. Scene 8 : perubahan jenis kemasan karena di toko tidak tersedia kardus dan digantimenggunakan kantong plastik. Scene 9 : Diubah agar terdapat variasi sehingga tidak monoton dan menunjukkan hasil belanja setelah transaksi
----	-----------	---	--	--

			Shoot scene 9 diubah : <i>Talent</i> membayar dan menyerahkan uang ke kasir. <i>Talent</i> memamerkan produk <i>Yummy</i> yang dibawa. Closing : Ditambahkan informasi pemesanan, logo Undip dan logo <i>Happy Yummy</i>.	
3.	Music	<i>No copyright music.</i>	Tiktok music (<i>Cooking BGM-Japanese Style</i>).	
4.	Durasi	1 menit 1 detik.	1 menit 8 detik.	
5.	Efek	Tidak ada.	Bagian <i>closing</i> ditambahkan efek transisi <i>mix, flash white</i> dan <i>fade black</i> .	

6. Perubahan *Standart Sequence Guide* Video 6

Dalam proses produksi video 6 yang mengacu pada *standart sequence guide*, terdapat perubahan narasi dan *shoot* yang dilakukan untuk menambahkan variasi visual dan efektivitas penyampaian pesan. Berikut adalah penjabaran perubahan yang dilakukan berdasarkan hasil implementasi *standart sequence guide*.

TABEL 4. 6 PERUBAHAN STANDART SEQUENCE GUIDE VIDEO 6

No	Perubahan	Perancangan Awal	Hasil	Alasan Perubahan
1.	Narasi	Narasi scene 1 : Hai warga Blora, mimin mau kasih tau ke kalian. Narasi scene 2 : Salah satu produk yang wajib banget buat kalian cobain kalau belanja di <i>Pusat Oleh Oleh Yummy</i>. Narasi scene 3 : Ya! yang pertama ada Mie lidi, salah satu produk <i>best seller</i> dari <i>Yummy</i> karena rasanya emang enak banget. Narasi scene 4 : Oke, selanjutnya, mimin juga rekomendasiin ke kalian buat nyobain Tumpi. Narasi scene 5 : Untuk yang tumpi ini rasanya juga bervariasi lho kalian juga bisa pilih sesuai	Narasi scene 1 diubah : Hai semua mimin mau kasih tau ke kalian nih! Narasi scene 2 diubah : Produk yang wajib banget buat kalian cobain kalau belanja di <i>Pusat Oleh-Oleh Yummy</i>. Narasi scene 3 diubah : Yang pertama ada mie lidi, salah satu produk <i>best seller</i> dari <i>Yummy</i>, karena rasanya emang enak banget. Narasi scene 4 diubah :	Scene 1 : Sapaan "Hai warga Blora!" diubah karena menghindari sapaan yang mungkin tidak relevan bagi penonton yang bukan warga Blora. Scene 2 : Diubah karena produk yang ditunjukkan ada beberapa produk bukan hanya satu. Scene 3, 4, 5 dan 6 : Diubah agar kalimat lebih sederhana dan efektif. Scene 7 : Penambahan

		selera. Ada original, pedas dan daun jeruk Narasi scene 6 : Kita lanjut ke produk yang unik, yang juga wajib buat kalian cobain. Narasi scene 7 : Ya, disini juga tersedia keripik belut dan keripik sagu tempe lho.	Selanjutnya mimin juga rekomendasiin ke kalian buat nyobain Tumpi. Narasi scene 5 diubah : Produk Tumpi di sini rasanya juga bervariasi loh. Kalian juga bisa pilih sesuai selera ada original, pedas dan daun jeruk. Narasi scene 6 diubah : Kita lanjut ke produk yang unik. Narasi scene 7 diubah : Di sini juga tersedia keripik belut, belalang goreng dan keripik sagu tempe lho	produk "belalang goreng" untuk variasi jenis produk.
		Shoot scene 1 : <i>Shoot</i> depan toko Pusat Oleh- Oleh Yummy. Shoot scene 6 : <i>Shoot</i> menuju produk keripik belut dan keripik sagu tempe. Shoot scene 7 : <i>Shoot</i> mengambil produk Keripik	Shoot scene 1 diubah : Seorang <i>talent</i> berjalan masuk ke dalam toko. Shoot scene 6 diubah : <i>Talent</i> menuju keripik belut, belalang goreng dan keripik sagu tempe.	Shoot 1 : Diubah untuk menghindari kebosanan penonton dengan <i>scene</i> di bagian awal. Shoot 6 dan 7 : Diubah karena ada penambahan variasi produk. Shoot 8 :

2.	Deskripsi	Belut dan Belalang Goreng. Shoot scene 8 : Shoot membayar di kasir. Shoot scene 9 : Shoot keluar dari toko membawa produk. Closing : Belum ada informasi pemesanan, logo Undip dan logo Happy Yummy.	Shoot scene 7 diubah : Seorang <i>talent</i> mengambil produk keripik belut, belalang goreng dan keripik sagu tempe. Shoot scene 8 diubah : Penataan produk di meja kasir. Shoot scene 9 diubah : <i>Talent</i> memberi uang dikasir dan memperlihatkan <i>paper bag</i> yang dibawa. Closing : Ditambahkan Informasi pemesanan, logo Undip dan logo Happy Yummy.	Diubah agar alur jelas sebelum terjadi transaksi terlebih dahulu produk ditata di atas meja kasir. Shoot 9 : Diubah agar lebih ada variasi pada bagian akhir video.
3.	Music	<i>No copyright music.</i>	Tiktok music (<i>Happy Days-Syafeea Library</i>).	
4.	Durasi	60 detik (1 menit).	1 menit 7 detik.	
5.	Efek	Tidak ada.	Bagian <i>closing</i> ditambahkan efek transisi <i>mix, flash white dan fade black</i> .	

7. Perubahan *Standart Sequence Guide* Video 7

Pada proses produksi video 7 yang mengacu pada *standart sequence guide*, terdapat perubahan narasi dan *shoot* yang dilakukan untuk menambahkan variasi visual dan menyesuaikan penyampaian pesan yang disampaikan narasumber. Berikut adalah penjabaran perubahan yang dilakukan berdasarkan hasil implementasi *standart sequence guide*.

TABEL 4. 7 PERUBAHAN STANDART SEQUENCE GUIDE VIDEO 7

No	Perubahan	Perancangan Awal	Hasil	Alasan Perubahan
1.	Narasi	Narasi Scene 1 (Perkenalan Diri) : Halo, perkenalkan saya Ibu Handayani, pendiri <i>Pusat Oleh-Oleh Yummy</i>. Kali ini saya akan menjawab pertanyaan tentang cerita di balik pendirian toko oleh-oleh kami dan bagaimana kami memilih nama brand dari <i>Yummy</i> ini. Narasi Scene 2 (Cerita Awal Mula	Narasi Scene 1 (Perkenalan Diri) diubah : Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh. Perkenalkan nama saya ibu Sri Ngabekti Handayani Pemilik atau pendiri <i>Pusat Oleh-Oleh Happy Yummy</i>. Yang berada di Jalan Kapuas 35 B Kedungjenar Kecamatan Blora Kota Kabupaten Blora. Di sini saya akan menceritakan awal mula pendirian toko oleh-oleh ini. Narasi Scene 2 (Cerita Awal Mula Pendirian Toko) diubah : Di sini akan saya ceritakan awal mula saya mendirikan <i>Pusat Oleh- Oleh Happy Yummy</i>.	Scene 1,2, 3, dan 4 : Perubahan narasi terjadi karena menyesuaikan dengan keterangan yang disampaikan oleh narasumber saat pembuatan video <i>Question and Answer</i>, sehingga jawaban yang diberikan lebih sesuai dengan kebutuhan.

			Berawal saya dengan suami, terutama suami saya yang suka banget	
		Pendirian Toko) : Awal miula saya mendirikan Yummy yaitu pada bulan Januari 2021 berawal dari kegemaran saya dan suami makan tumpi, akhirnya kami mencoba membuatnya sendiri dan menjualnya. Awalnya, kami hanya menjual satu jenis produk dengan nama brand dengan nama saya "Mbak Han". Namun, melihat antusiasme pelanggan, kami merasa ingin menambah inovasi produk. Jadi kami juga memutuskan untuk mengubah nama brand kami dari "Mbak Han" menjadi "Yummy" agar bisnis toko oleh-oleh kami bisa lebih dikenal banyak orang dan jangkauannya lebih luas.	dengan Tumpi atau rempeyek. Berawal dari itu saya berusaha untuk membuat banyak orang menyukai, gimana caranya. Saya berawal dari modal dua ratus ribu. Pertama saya tawarkan ke teman. Satu orang dua orang, alhamdulillah masuk rasa di mereka. Mereka terus getok tular. Alhamdulillah, ada lagi <i>customer-customer</i> yang mulai berdatangan untuk Memesan tumpi saya. Dan selanjutnya saya, setelah Awal satu produk, berkembang lagi, dua produk ke Keripik Belut, dan selanjutnya karena saya merasa sudah agak-agak tua terus, saya alhamdulillah, dibantu dengan anak- anak saya. Sekarang sudah	

			berkembang dari produk satu, dari tumpi. Menambah lagi ke belut, ke onde-onde ketawa, ke mie lidi-mie lidi aneka rasa, kerupuk gadung ada, keripik tempe sagu, ada usus dan lain sebagainya. Alhamdulillah dari motivasi teman-teman dan anak-anak juga suami saya. Alhamdulillah sekarang sudah bertambah produk-produk saya dan alhamdulillah, banyak digemari dan banyak orang-orang suka. Narasi scene 3 (Asal-Usul Pemberian Nama Brand dari Pusat Oleh-Oleh Yummy) : Berawal dari <i>brand</i> saya yang memakai nama sendiri saya <i>Mbak Han</i> itu berawal dari anak Saya nomor 4 kasih tahu karena saya mintai pendapat ini kasih brand apa ya namanya Saya bilang gitu. Terus dari usulan anak-	
--	--	--	--	--

			anak saya Ternyata saya disuruh pakai nama saya sendiri yaitu <i>Mbak Han</i> . Akhirnya timbullah nama <i>Mbak Han Tumpi</i> .	
2.	Deskripsi	Shoot scene 2 : <i>Shoot owner</i> bercerita tentang bagaimana awal mula pendirian <i>Toko Pusat Oleh-Oleh Yummy</i>. Shoot scene 3 : <i>Shoot owner</i> bercerita tentang bagaimana asal-usul pemberian nama <i>brand</i> dari <i>Pusat Oleh-Oleh Yummy</i>. Shoot scene 4 : <i>Shoot Owner</i> menyampaikan <i>closing</i>.	Shoot scene 2 diubah : Ditambahkan cuplikan proses penggorengan tumpi, produk keripik belut, produk aneka camilan <i>Yummy</i> dan proses pengemasan produk keripik sagu tempe. Shoot scene 3 diubah : Ditambahkan cuplikan papan nama Tumpi “Mbak Han” dan kemasan dengan nama <i>brand</i> “Happy Yummy”. Shoot scene 4 diubah : <i>Closing</i> hanya berupa tulisan “Terima kasih sudah menonton. Jangan lupa <i>like</i> dan <i>follow</i> untuk <i>update</i> menarik lainnya”.	Shoot 2,3,4 : Perubahan ini mencakup penyesuaian narasi dan variasi visual untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan.

3.	Music	<i>No copyright music.</i>	<i>(Chill music-Happy Lofi).</i>	
4.	Durasi	1 menit 5 detik.	3 menit 35 detik.	
5.	Efek	Tidak ada.	Bagian <i>closing</i> ditambahkan efek transisi <i>mix, flash white</i> dan <i>fade black</i> .	

8. Perubahan *Standart Sequence Guide* Video 8

Dalam proses produksi video 8 yang mengacu pada *standart sequence guide*, terdapat perubahan narasi dan *shoot* yang dilakukan untuk menyesuaikan isi informasi yang disampaikan oleh *talent* dan menyesuaikan dengan kebutuhan video. Berikut adalah penjabaran perubahan yang dilakukan berdasarkan hasil implementasi *standart sequence guide*.

TABEL 4. 8 PERUBAHAN STANDART SEQUENCE GUIDE VIDEO 8

No	Perubahan	Perancangan Awal	Hasil	Alasan Perubahan
1.	Narasi	Narasi Scene 1 : Hai guys, kali ini kita mau <i>review</i> produk dari <i>Yummy</i> Narasi Scene 2 : Yuk kita kita lihat yang ada di dalam <i>paper bag</i> ini isinya apa aja! Narasi Scene 3 : Pertama ada basreng, lalu ada mie lidi dan ada onde-onde ketawa. Narasi Scene 4 : Yuk langsung aja kita buka dan cobain satu persatu. Pertama aku mau cobain yang mie lidi. Narasi Scene 5 :	Narasi scene 1 diubah : Oke kali ini kita mau <i>review</i> produk dari <i>Yummy</i>. Narasi scene 2 diubah : Yuk kita lihat isinya apa aja! Narasi scene 3 diubah : Wow! Ternyata isinya ada basreng, terus juga ada onde-onde ketawa dan juga ada mie lidi rasa	Narasi pada <i>Standar Sequence Guide</i> berubah karena menyesuaikan skenario dengan spontan yang diucapkan <i>talent</i> saat me- <i>review</i> produk.

		Aku cobain yang varian mie goreng, rasanya gurih, teksturnya garing dan renyah waktu digigit, bumbunya juga terasa dan cocok banget buat nih buat	mie goreng. Narasi scene 4 diubah : Yuk sekarang kita cobain dan rasain ini rasanya gimana? Coba buka ya tuh <i>packaging</i>-nya gampang banget dibuka. Narasi scene 5 diubah : Rasanya gurih, teksturnya garing dan renyah waktu	
		kalian semua yang lagi pengen ngemil dan nostalgia jajanan jadul waktu kecil, ditambah <i>packaging</i>-nya juga lucu anak-anak pasti suka. Narasi Scene 6 : Yang kedua aku mau cobain basreng. Narasi Scene 7 : Tekstur basrengnya ga keras, renyah saat digigit, bumbunya juga merata ga pelit pokoknya cocok banget rasanya di lidah dan bikin nagih. Narasi Scene 8 :	digigit, bumbunya juga terasa. Cocok banget nih buat kalian semua yang lagi pengen ngemil dan nostalgia jajanan jadul waktu kecil, ditambah <i>packaging</i>-nya juga lucu. Narasi scene 6 diubah : Yang kedua kita cobain basreng, rasa	

		Yang terakhir nih, aku mau cobain onde-onde ketawa. Rasanya itu gurih dan ada manisnya, teksturnya kering yang ketika digigit juga ga keras gampang dikunyah. Cocok nih buat jadi teman ngopi atau ngeteh. Narasi Scene 9 : Oke, segitu dulu ya review kali ini. Buat kalian yang penasaran dan pengen cobain juga. Jangan lupa beli camilan di <i>Yummy</i> ya!	sambal matah! Narasi scene 7 diubah : Tekstur basrengnya enggak keras, renyah saat digigit, bumbunya juga merata. Pokoknya cocok banget rasanya di lidah dan bikin nagih. Narasi scene 8 diubah : Dan yang terakhir ada onde-onde ketawa. Kita cobain ya! Rasanya itu gurih dan ada manisnya. Teksturnya kering yang ketika digigit juga tidak keras, gampang dikunyah. Cocok nih buat jadi temen ngopi atau ngeteh. Narasi scene 9 diubah : Oke segitu dulu	
--	--	---	--	--

			ya, review kali ini. Jangan lupa beli camilan di Yummy ya!	
2.	Deskripsi	Shoot scene 1 : Shoot dan produk Yummy di dalam paper bag. Shoot scene 2 : Shoot mengambil paper bag. Shoot scene 4 :	Shoot scene 1 diubah : Talent melambatkan tangan sambil membawa paper bag. Shoot scene 2 diubah : Shoot talent memperlihatkan paper bag dan menaruh di atas meja.	Perubahan Shoot pada Standar Sequence Guide menyesuaikan aksi spontan talent saat me-review produk.
		Shoot produk Yummy. Shoot scene 5 : Shoot kemasan mie lidi, membuka produk dan makan mie lidi. Shoot scene 6 : Shoot kemasan basreng, membuka produk. Shoot scene 7 : Shoot makan basreng. Shoot scene 8 : Shoot kemasan onde-onde ketawa, membuka produk dan makan onde-onde ketawa. Shoot scene 9 : Shoot produk Yummy. Closing : Belum ada informasi pemesanan, logo	Shoot scene 4 diubah : Shoot talent mengeluarkan produk (basreng, onde-onde ketawa dab mie lidi) ke atas meja. Shoot scene 5 diubah : Talent mengambil produk mie lidi dari atas meja. Shoot scene 6 diubah : Talent membuka kemasan mie lidi. Shoot scene 7 diubah : Shoot talent makan	

		Undip dan logo <i>Happy Yummy</i> .	mie lidi. Shoot scene 8 diubah : <i>Talent</i> memperlihatkan isi kemasan basreng yang sudah dibuka dan memakan basreng. Shoot scene 9 diubah : <i>Talent</i> memperlihatkan kemasan onde-onde ketawa yang sudah dibuka dan makan onde-onde ketawa. Closing : Ditambahkan informasi pemesanan, logo Undip dan logo <i>Happy Yummy</i> .	
3.	Music	<i>No copyright music.</i>	Tiktok music (<i>Unboxing-Gemini</i>).	
4.	Durasi	1 menit 5 detik.	1 menit 31 detik.	
5.	Efek	Tidak ada.	Bagian <i>closing</i> ditambahkan efek transisi <i>mix, flash white</i> dan <i>fade black</i> .	

9. Perubahan *Standart Sequence Guide* Video 9

Pada proses produksi video 9 yang mengacu pada *standart sequence*

guide, terdapat perubahan narasi dan *shoot* yang dilakukan untuk menyesuaikan isi informasi yang disampaikan oleh *talent* dan menyesuaikan dengan kebutuhan video. Berikut adalah penjabaran perubahan yang dilakukan berdasarkan hasil implementasi *standart sequence guide*.

TABEL 4. 9 PERUBAHAN STANDART SEQUENCE GUIDE VIDEO 9

No	Perubahan	Perancangan Awal	Hasil	Alasan Perubahan
1.	Narasi	Narasi Scene 1 : Hai guys, kita mau <i>review</i> produk dari Yummy lagi nih! Narasi Scene 2 : Kali ini yang mau aku cobain itu ada Tumpi, Keripik Sagu Tempe dan Belalang Goreng. Narasi Scene 3 : Yuk langsung aja kita cobain, yang pertama yaitu Tumpi. Narasi Scene 4 : Waktu pertama kali digigit teksturnya renyah dan kriuk di mulut. Rasanya juga gurih, enak banget pokoknya! Narasi Scene 5 : Lanjut yang kedua, ada keripik sagu tempe. Waktu dicoba teksturnya garing	Narasi scene 1 diubah : Hai guys! Balik lagi, kita bakal <i>review</i> lagi, yang kedua jajanan dari Yummy. Narasi scene 2 diubah : Kita cek lagi, ada apa ya? Isinya tiga lagi lho! Ada tumpi, ada kripik sagu tempe, ini enak lho pasti gurih banget, sama belalang goreng. Yuk kita cobain satu- satu! Narasi scene 3 diubah : Yang pertama ada tumpi Yummy, isinya banyak loh, <i>full</i> banget. Narasi scene 4 diubah : Kita cobain yuk! Waktu digigit	Narasi pada <i>Standar Sequence Guide</i> berubah karena menyesuaikan skenario dengan spontan yang diucapkan <i>talent</i> saat me- <i>review</i> produk.

		dan gak keras, dan yang pasti rasanya gurih. Narasi Scene 6 : Dan yang terakhir, aku mau cobain yang unik nih, yaitu belalang goreng. Teksturnya garing dan renyah. Yang aku cobain ini varian belalang utes ya. Narasi Scene 7 : Segitu dulu ya review kali ini, kalau kalian tertarik buat cobain juga. Langsung aja beli di <i>Yummy</i> ya. Narasi Scene 8 : Alamatnya ada di Jalan Kapuas No.35 B Blora atau isa pesan lewat whatsapp ya! Narasi Scene 9 : Sampai jumpa lagi di <i>review Yummy</i> selanjutnya!	teksturnya renyah dan kriuk di mulut, rasanya juga gurih. Enak banget deh pokoknya! Narasi scene 5 diubah : Kita cobain yang kedua ada keripik sagu tempe. Kita coba buka ya, isinya <i>full</i> juga dong. Sekarang kita cobain! Waktu dicobain teksturnya garing dan gak keras. Dan yang pasti rasanya gurih. Narasi scene 6 diubah : Dan yang terakhir ada beralang goreng. Siapa nih yang belum pernah coba? Kita cobain ya! Teksturnya garing dan renyah, yang aku cobain ini varian belalang utes pedas ya! Narasi scene 7 diubah : Oke, segitu aja <i>review</i> kali ini. Kita bakal <i>review</i> lagi nanti.	
--	--	--	---	--

			Narasi scene 8 diubah : Narasi dihilangkan. Narasi scene 8 diubah : Tunggu aja selanjutnya ya, dadah!	
2.	Deskripsi	Shoot scene 1 : Shoot dan produk Yummy di dalam <i>paper bag</i>. Shoot scene 2 : Shoot mengeluarkan produk dalam <i>paper bag</i>. Shoot scene 3 : Shoot membuka produk. Shoot scene 4 : Shoot makan produk. Shoot scene 5 : Shoot membuka dan makan produk. Shoot scene 6 : Shoot membuka dan makan produk. Shoot scene 7 : Shoot produk Yummy. Shoot scene 8 : Shoot produk Yummy. Shoot scene 9 : Shoot produk Yummy.	Shoot scene 1 diubah : Shoot talent melambatkan tangan sambil membawa <i>paper bag</i>. Shoot scene 2 diubah : Shoot talent mengambil <i>paper bag</i>, melihat isi <i>paper bag</i> dan mengeluarkan produk ke atas meja. Shoot scene 3 diubah : Shoot talent memperlihatkan kemasan produk tumpi yang sudah terbuka. Shoot scene 4 diubah : Shoot talent makan produk tumpi. Shoot scene 5 diubah : Shoot talent membuka produk keripik sagu tempe dan memperlihatkan	Perubahan Shoot pada <i>Standar Sequence Guide</i> menyesuaikan aksi spontan talent saat me-review produk.

		Closing : Belum ada informasi pemesanan, logo Undip.	isi di dalam kemasan. Shoot scene 6 diubah : <i>Shoot talent</i> makan produk keripik sagu tempe. Shoot scene 7 diubah : <i>Talent</i> memperlihatkan produk belalang goreng. Shoot scene 8 diubah : <i>Shoot talent</i> makan belalang goreng. Shoot scene 9 diubah : <i>Shoot talent</i> membawa ketiga produk dan melambaikan tangan. Closing : Ditambahkan informasi pemesanan, logo Undip dan logo <i>Happy Yummy</i>.	
3.	Music	<i>No copyright music.</i>	Tiktok <i>music</i> (Funny Kids-Syafeea Library).	
4.	Durasi	60 detik (1 menit).	1 menit 31 detik.	
5.	Efek	Tidak ada.	Bagian <i>closing</i> ditambahkan efek transisi <i>mix</i> , <i>flash white</i> dan <i>fade black</i> .	

10. Perubahan *Standart Sequence Guide* Video 10

Dalam proses produksi video 10 yang mengacu pada *standart sequence*

guide, terdapat perubahan narasi dan *shoot* yang dilakukan untuk menyesuaikan isi informasi yang disampaikan oleh *talent* dan menyesuaikan dengan kebutuhan video. Berikut adalah penjabaran perubahan yang dilakukan berdasarkan hasil implementasi *standart sequence guide*.

TABEL 4. 10 PERUBAHAN *STANDART SEQUENCE GUIDE* VIDEO 10

No	Perubahan	Perancangan Awal	Hasil	Alasan Perubahan
1.	Narasi	Narasi Scene 1 : Hai guys, waktunya review produk Yummy lagi nih! Narasi Scene 2 : Langsung aja, kita lihat ada apa aja isinya. Narasi Scene 3 : Ada keripik belut, keripik gadung dan keripik usus. Narasi Scene 4 : Langsung aja mari kita coba, yang pertama yaitu keripik belut. Waktu dimakan teksturnya garing dan renyah, rasanya juga asin gurihnya pas. Narasi Scene 5 : Lanjut yang kedua, kita cobain keripik usus. Renyah banget waktu digigit dan teksturnya garing untuk rasanya juga gurih asinnya pas. Narasi Scene 6 : Dan yang terakhir	Narasi scene 1 diubah : Oke sekarang ini yang terakhir ya! Narasi scene 2 diubah : Narasi dihilangkan. Narasi scene 3 diubah : Ada keripik usus, oke kripik usus. Lalu ada keripik belut, tuh kemasannya bagus banget ya. Dan yang terakhir yang paling besar ini, ada keripik gadung. Narasi scene 4 diubah : Kita coba yuk! Oke, yang pertama ada keripik belut. Nih	Narasi pada <i>Standar Sequence Guide</i> berubah karena menyesuaikan skenario dengan spontan yang diucapkan <i>talent</i> saat me-review produk.

		aku mau cobain yang keripik gadung nih. Narasi Scene 7 : Pas dimakan teksturnya ga keras, renyah dan gurihnya enak banget. Narasi Scene 8 : Oke segitu dulu ya <i>review</i> kali ini. Gimana kalian pengen nyobain produk- produk <i>Yummy</i> juga? Narasi Scene 9 : Yuk langsung aja dipesan bisa datang langsung ke tokonya atau pesan lewat whatsapp ya. Terima kasih sudah menonton.	kalian lihat dulu nih packaging-nya menarik banget ya! Kita cobain ya! Waktu dimakan teksturnya kering dan renyah, rasanya juga asin, gurihnya pas. Narasi scene 5 diubah : Oke. Yang kedua ada keripik usus. Keripik ususnya itu gede banget, tau. Segini-segini. Kita cobain yuk! Renyah banget waktu digigit dan teksturnya garing untuk rasanya juga gurih. Narasi scene 6 diubah : Oke, yang terakhir yang paling besar. Kita buka bareng-bareng ya. Keripik gadung, udah pernah cobain, belum? Tipis-	
--	--	---	--	--

			tipis tapi <i>full</i> tau, tuh? Kita cobain! Narasi scene 7 diubah : Waktu dimakan teksturnya enggak keras, renyah, gurih. Pokoknya enak banget. Narasi scene 8 diubah : Yuk guys, kalau mau cobain jananan-jananan unik ini. Narasi scene 9 diubah : Bisa ke <i>Yummy</i> Blora.	
2.	Deskripsi	Shoot scene 1 : <i>Shoot paper bag.</i> Shoot scene 3 : <i>Shoot produk Yummy.</i> Shoot scene 4 : <i>Shoot membuka dan makan keripik belut.</i> Shoot scene 5 : <i>Shoot membuka produk dan makan keripik usus.</i> Shoot scene 6 :	Shoot scene 1 diubah : <i>Talent menunjukkan paper bag.</i> Shoot scene 3 diubah : <i>Shoot talent memperlihatkan kemasan keripik belut.</i> Shoot scene 4 diubah : <i>Shoot talent makan keripik belut.</i>	Shoot 1 sampai 8 : <i>Perubahan Shoot pada Standar Sequence Guide menyesuaikan aksi spontan talent saat me-review produk.</i> Shoot 9 : <i>Diubah agar terdapat variasi adegan.</i>

		<i>Shoot</i> membuka produk keripik gadung. Shoot scene 7 : <i>Shoot</i> makan keripik gadung. Shoot scene 8 : <i>Shoot</i> produk Yummy. Shoot scene 9 : <i>Shoot</i> produk Yummy. Closing : Belum ada informasi pemesanan, logo Undip.	Shoot scene 5 diubah : <i>Shoot talent</i> memperlihatkan kemasan, menunjukkan sepotong keripik usus. Shoot scene 6 diubah : <i>Shoot talent</i> makan keripik usus. Shoot scene 7 diubah : <i>Shoot talent</i> memperlihatkan dan membuka kemasan keripik gadung. Shoot scene 8 diubah : <i>Shoot talent</i> memperlihatkan sepotong keripik gadung dan makan keripik gadung. Shoot scene 9 diubah : <i>Shoot talent</i> berdiri membawa ketiga produk sambil menunjukkan bagian depan toko Pusat Oleh-Oleh Yummy. Closing : Ditambahkan	
--	--	--	---	--

			informasi pemesanan, logo Undip dan logo <i>Happy Yummy</i> .	
3.	Music	<i>No copyright music.</i>	Tiktok music(<i>Food Time-Samranis</i>).	
4.	Durasi	60 detik (1 menit).	1 menit 33 detik.	
5.	Efek	Tidak ada.	Di bagian <i>closing</i> ditambahkan efek transisi <i>mix, flash white dan fade black</i> .	

4.4 Tahap Produksi

Produksi adalah tahap eksekusi setelah melakukan proses penyusunan konsep yang akan berbentuk video mentah (*footage*). Kegiatan yang dilakukan penulis pada tahap ini adalah sebagai berikut.

4.4.1 Briefing



Gambar 4. 3 *Talent* sedang mengikuti *briefing* (Sumber : dokumen pribadi, tahun 2024).

Sebelum melakukan proses pengambilan gambar, penulis melakukan *briefing* terlebih dahulu kepada seluruh pihak yang terlibat. *Briefing* adalah kegiatan pemberian arahan dengan memberikan penjelasan-penjelasan secara singkat atau pertemuan untuk memberikan penerangan secara ringkas mengenai alur naskah dan adegan agar berjalan efektif dan tidak terjadi kesalahan selama tahap proses pengambilan gambar berlangsung.

4.4.2 Setting Lokasi



Gambar 4. 4 Mempersiapkan lokasi (Sumber : dokumen pribadi, tahun 2024).

Setting lokasi adalah proses mempersiapkan latar atau tempat berlangsungnya proses produksi konten. Penulis melakukan persiapan lokasi yang akan digunakan selama proses pengambilan gambar sesuai dengan naskah yang sudah disusun.

4.4.3 Penataan Properti



Gambar 4. 5 Penataan properti (Sumber : dokumen pribadi, tahun 2024).

Penataan properti yaitu mempersiapkan atau merapikan properti yang akan digunakan untuk proses pembuatan konten promosi. Penulis melakukan penataan properti yang akan digunakan selama proses pengambilan gambar sesuai dengan naskah yang sudah disusun.

4.4.4 Pengambilan Gambar dan Video



Gambar 4. 6 Proses pengambilan gambar atau video (Sumber : dokumen pribadi, tahun 2024).

Selama proses pengambilan gambar berlangsung, dibantu oleh dua orang teman penulis saling bekerja sama bergantian menjadi *talent* dan *cameraman* agar mendapatkan hasil video dengan kualitas gambar yang baik. Penulis melakukan kegiatan merekam gambar atau video menggunakan kamera *handphone*.

Proses syuting produksi konten berlangsung pada tanggal 28 November hingga 1 Desember 2024. Selanjutnya, terdapat tambahan jadwal syuting pada tanggal 31 Desember 2024 untuk penambahan *footage* adegan yang diperlukan. Berikut adalah informasi terkait perubahan jadwal syuting yang telah ditentukan.

TABEL 4. 11 JADWAL PRODUKSI KONTEN

Judul Konten	Tanggal Pelaksanaan	Tempat Pelaksanaan
Kalau ke Blora, Mau Beli Oleh-Oleh Lokasinya Di Mana Ya?	28 November 2024	Area kota Blora, toko <i>Pusat Oleh-Oleh Yummy</i>
Mau Beli Camilan dan Oeh-Oleh Di <i>Yummy</i> Aja!	28 November 2024	Toko <i>Pusat Oleh-Oleh Yummy</i>
Produk <i>Yummy</i> Yang Cocok Dibeli dan Disukai Anak-Anak.	28 November dan 31 Desember 2024	Rumah <i>talent</i> , toko <i>Pusat Oleh-Oleh Yummy</i>
Camilan <i>Yummy</i> Yang Unik Renyah dan Gurih	29 November dan 31 Desember 2024	Toko <i>Pusat Oleh-Oleh Yummy</i>
Keunggulan Produk di Toko Pusat Oleh- Oleh <i>Yummy</i>	29 November dan 31 Desember 2024	Toko <i>Pusat Oleh-Oleh Yummy</i>
Rekomendasi Produk <i>Yummy</i> yang <i>Best Seller</i>	29 November 2024	Toko <i>Pusat Oleh-Oleh Yummy</i>
Q & A Story: Asal-Usul Pendirian dan Pemberian Nama “ <i>Yummy</i> .”	1 Desember dan 31 Desember 2024	Toko <i>Pusat Oleh-Oleh Yummy</i>
<i>Review</i> Basreng, Mie Lidi, Onde-Onde Ketawa	30 November 2024	Toko <i>Pusat Oleh-Oleh Yummy</i>
<i>Review</i> Tumpi, Keripik Sagu Tempe dan Belalang Goreng	30 November 2024	Toko <i>Pusat Oleh-Oleh Yummy</i>
<i>Review</i> Keripik Belut, Keripik Gadung dan Keripik Usus	30 November 2024	Toko <i>Pusat Oleh-Oleh Yummy</i>

4.5 Tahap Pasca Produksi

Setelah proses produksi konten selesai, langkah selanjutnya yaitu memasuki tahap pasca produksi. Pasca produksi adalah tahap ketika pembuatan video selesai dan penyuntingan materi visual dan audio

dimulai. Kegiatan yang dilakukan penulis pada tahap ini adalah sebagai berikut.

4.5.1 Editing Video

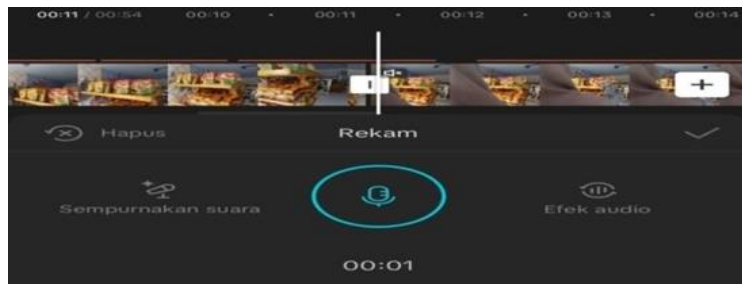
Dalam proses editing video penulis melakukan penggabungan video mentah (*footage*) yang telah diambil untuk menciptakan alur cerita yang jelas dan juga dilakukan pemotongan durasi, penambahan judul, *subtitle*, efek transisi, dan *sound effect*. Dalam proses pengeditan video, penulis memanfaatkan fitur-fitur dari aplikasi CapCut Pro untuk menciptakan video promosi yang menarik karena aplikasi CapCut Pro yang mudah digunakan, fiturnya lengkap, serta mendukung video dengan resolusi tinggi.



Gambar 4. 7 Proses editing video (Sumber : dokumen pribadi, tahun 2024).

4.5.2 Perekaman Suara Narator

Selain proses editing video, dilakukan juga perekaman narasi untuk melengkapi suara pada video. Perekaman suara narasi ini bertujuan untuk menjelaskan informasi yang ingin disampaikan kepada audiens tentang tentang produk *Pusat Oleh-Oleh Yummy*.



Gambar 4. 8 Proses perekaman narasi video (Sumber : dokumen pribadi, tahun 2024).

4.6 Ulasan Klien Terhadap Hasil Karya

Setelah mendapatkan *output* dari produksi karya yang telah dilaksanakan. Penulis mengirimkan hasil sepuluh video konten kepada klien, Ibu Happy Dwi Rizky, selaku pemilik *Pusat Oleh-Oleh Yummy* pada tanggal 29 Januari 2025. Klien mengulas sepuluh video konten yang sudah diproduksi. Beliau merasa senang dan sangat terbantu dengan konten promosi yang sudah diproduksi dan klien menjadi termotivasi untuk bisa konsisten lagi dalam mengelola sosial media agar *Pusat Oleh-Oleh Yummy* bisa terus bertahan dengan mengikuti perkembangan media sosial. Namun, klien menyampaikan beberapa koreksi yaitu sebagai berikut :

1. Agar informasi pemesanan di akhir video hanya mencantumkan satu nomor saja yaitu menggunakan nomor whatsapp yang tercantum pada profil akun TikTok resmi *Pusat Oleh-Oleh Yummy*.
2. Dari sepuluh konten video yang telah diulas, klien mengatakan yang bisa dipublikasikan hanya sembilan video. Terdapat satu video dengan judul *Q & A Story: Asal-Usul Pendirian dan Pemberian Nama “Yummy”* yang tidak diperkenankan untuk diunggah karena dalam video tersebut terdapat kesalahan informasi yang disampaikan. Hal ini terjadi karena miskomunikasi antara penulis dan narasumber pada saat wawancara sehingga menimbulkan salah persepsi.

4.7 Analisis Tahap Evaluasi

4.7.1 Perencanaan Evaluasi

Setelah menyelesaikan seluruh tahapan, penulis melakukan tahap evaluasi. Tahapan ini dilakukan penulis untuk menilai apakah *project* yang telah dilaksanakan ini berhasil atau tidak dalam meningkatkan penjualan produk *Pusat Oleh-Oleh Yummy*. Dalam tahap ini, penulis mengukur keberhasilan *project* sesuai dengan kriteria dan tujuan yang telah ditetapkan. Untuk mengukur keberhasilan konten video, dapat dilihat dari isi konten dan melalui tingkat interaksi audiens dengan konten TikTok, seperti jumlah penonton, suka, komentar, disimpan dan dibagikan. Selanjutnya untuk indikator keberhasilan peningkatan penjualan dapat dilihat dari persentase jumlah penjualan sebelum dan sesudah publikasi konten TikTok dalam waktu satu bulan.

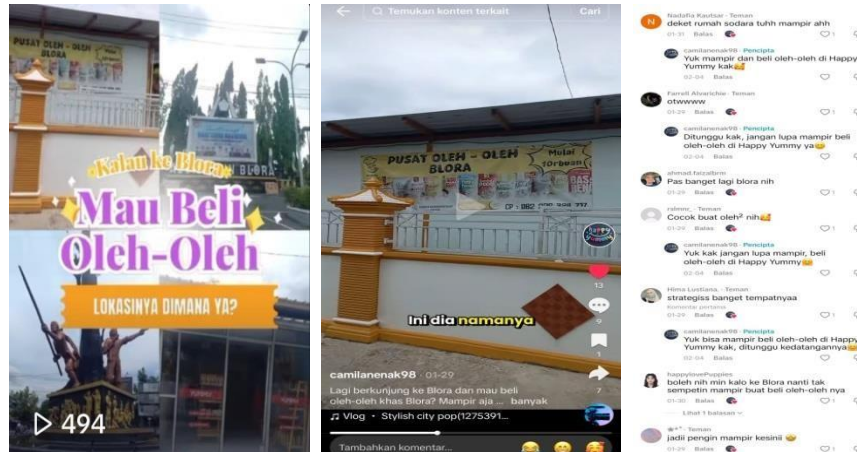
4.7.2 Publikasi

Sebagai bagian dari evaluasi, penulis mengumpulkan data hasil dari *project* yang telah dipublikasikan. Pada bagian ini, data yang dikumpulkan adalah data *engagement* sembilan konten video yang telah diunggah. Penulis mengunggah sembilan video melalui akun media sosial TikTok milik *Pusat Oleh-Oleh Yummy @happyummy89*. Berawal dari tanggal 28 Januari 2025 jumlah pengikut akun sebanyak 83. Selama pengunggahan dan penayangan sembilan konten video, jumlah pengikut akun terus bertambah hingga pada tanggal 5 Maret 2025 menjadi 105 pengikut.

Berikut analisis perolehan hasil interaksi sembilan konten video yang telah diunggah di TikTok selama kurang lebih satu bulan penayangan:

1. Kalau ke Blora, Mau Beli Oleh-Oleh Lokasinya Dimana Ya?

Diunggah pada 29 Januari 2025



Gambar 4. 9 Hasil publikasi video 1 (Gambar diambil tanggal 27 April 2025. Sumber:

<https://www.tiktok.com/@happyummy89/video/7465222959653768453>).

Selama satu bulan penayangan, yaitu sejak tanggal 29 Januari 2025 - 28 Februari 2025. Penulis menganalisis interaksi audiens terhadap konten video satu sebagai berikut.

Caption “Lagi berkunjung ke Blora dan mau beli oleh-oleh khas Blora? Mampir aja ke Happy Yummy! Yuk simak video ini untuk tahu lokasinya. #HappyYummy #oleholehblora #jajanantiktok #camilananak #camilananakmurah #umkmblora #umkmindonesia #umkmtiktok #jajanantiktok #jajananviral”.

- Penonton : 470 penonton
- Suka : 13 suka
- Disimpan : 1
- Dibagikan : 1
- Respon komentar yang didapat berjumlah 7, yaitu sebagai berikut :
 - @cipiepuu: jadii pengen mampir kesinii.
 - @jwppeisxyz : boleh nih min kalo ke Blora. nanti

tak sempetin mampir buat beli oleh-oleh nya.

3. *@hima.lus : strategiss banget tempatnyaa.*

4. *@rslmnr_ : Cocok buat oleh² nih.*

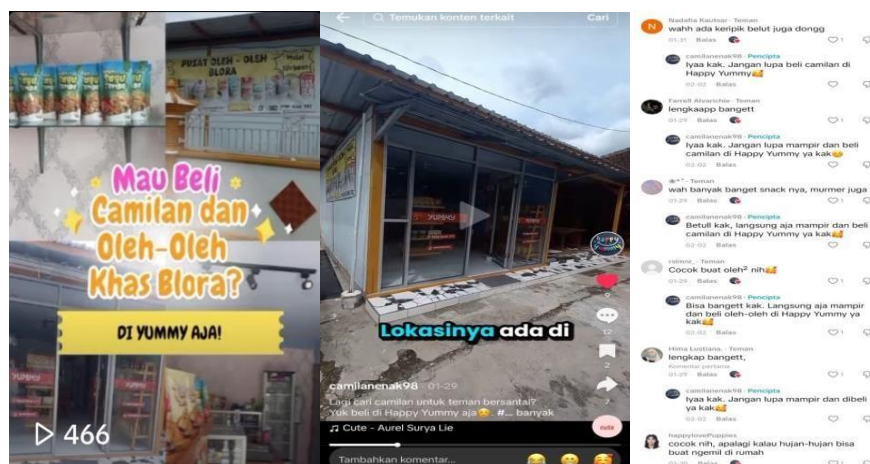
5. *@ahmad.faizalbrm:Pas banget lagi blora nih.*

6. *@farrellalvarichie : otwwww.*

7. *@nadafiakautsar:deket rumah sodara tuhh mampir ahh.*

2. Mau Beli Camilan dan Oeh-Oleh Blora? Di Yummy Aja!

Diunggah pada 29 Januari 2025



Gambar 4. 10 Hasil publikasi video 2 (Gambar diambil tanggal 27 April 2025).

Sumber:<https://www.tiktok.com/@happyummy89/video/7465226686842277126>.

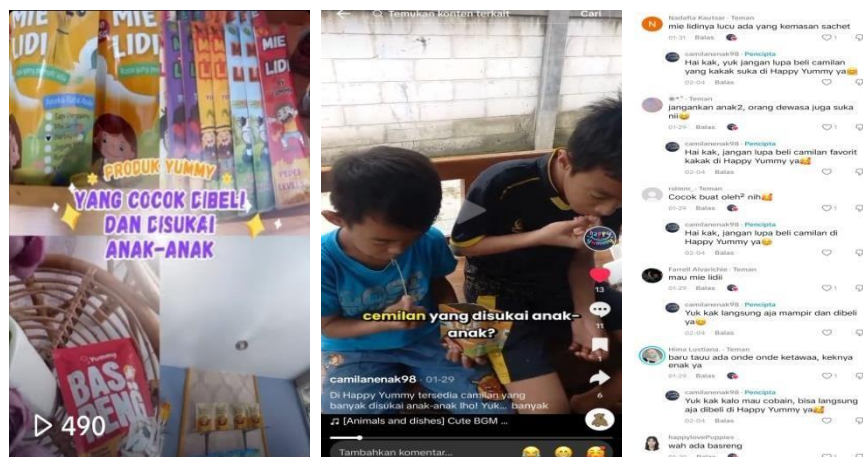
Ditayangkan pada 29 Januari 2025 - 28 Februari 2025. Selama 31 hari penayangan, penulis menganalisis interaksi audiens terhadap konten video dua sebagai berikut.

Caption “Lagi cari camilan untuk teman bersantai? Yuk beli di Happy Yummy aja. #HappyYummy #oleholehblora #jajanantiktok #camilananak #camilananakmurah #umkmlora #umkmindonesia #umkmtiktok #jajananviral”.

- a) Penonton : 456 penonton
- b) Suka : 9 suka
- c) Disimpan : 2
- d) Dibagikan : 6
- e) Respon komentar yang didapat berjumlah 6, yaitu sebagai berikut :
 1. @farrellalvarichie : *lengkaapp banget.*
 2. @nadafiakautsar : *wahh ada keripik belut juga dongg.*
 3. @rslmnr_ : *Cocok buat oleh² nih.*
 4. @hima.lus : *lengkap banget.*
 5. @jwppeisxyz : *cocok nih, apalagi kalau hujan-hujan bisa buat ngemil di rumah.*
 6. @cipiepuuy : *wah banyak banget snack nya, murmer juga.*

3. Produk Yummy Yang Cocok Dibeli dan Disukai Anak-Anak

Diunggah pada 29 Januari 2025



Gambar 4. 11 Hasil publikasi video 3 (Gambar diambil tanggal 27 April 2025).

Sumber: <https://www.tiktok.com/@happyummy89/video/7465595278394002694>

Konten video tiga sudah ditayangkan selama satu bulan.

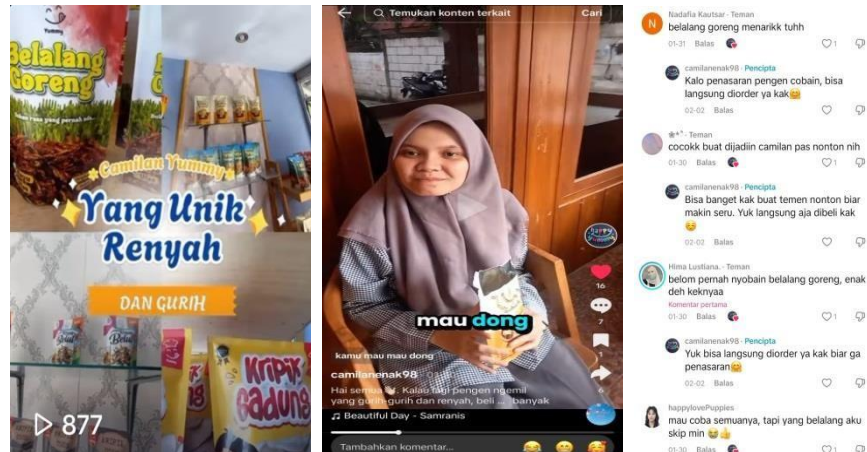
Sejak tanggal 29 Januari 2025 - 28 Februari 2025 , penulis menganalisis interaksi audiens terhadap konten ini sebagai berikut.

Caption “Di Happy Yummy tersedia camilan yang banyak disukai anak-anak lho! Yuk jangan lupa diborong ya!
#HappyYummy #oleholehblora #camilanenak
#camilanenakmurah #jajantiktok #umkmblora
#umkmindonesia #umkmtiktok #jajananviral”.

- a) Penonton : 480 penonton
- b) Suka : 13 suka
- c) Disimpan : 1
- d) Dibagikan : 6
- e) Respon komentar yang didapat berjumlah 6, yaitu sebagai berikut :
 - 1. @jwppeisxyz : *wah ada basreng.*
 - 2. @hima.lus : *baru tauu ada onde onde ketawaa, keknya enak ya.*
 - 3. @farrellalvarichie : *mau mie lidii.*
 - 4. @rslmnr_ : *Cocok buat oleh² nih.*
 - 5. @cipiepuy : *janganakan anak2, orang dewasa juga suka nii.*
 - 6. @nadafiakautsar : *mie lidinya lucu ada yang kemasan sachet.*

4. Camilan Yummy Yang Unik, Renyah dan Gurih

Diunggah pada 30 Januari 2025



Gambar 4. 12 Hasil publikasi video 4 (Gambar diambil tanggal 27 April 2025.

Sumber: <https://www.tiktok.com/@happyummy89/video/7465595278394002694>)

Dalam 31 hari penayangan, sejak 30 Januari 2025 - 1 Maret 2025. Penulis menganalisis interaksi audiens terhadap konten video empat sebagai berikut.

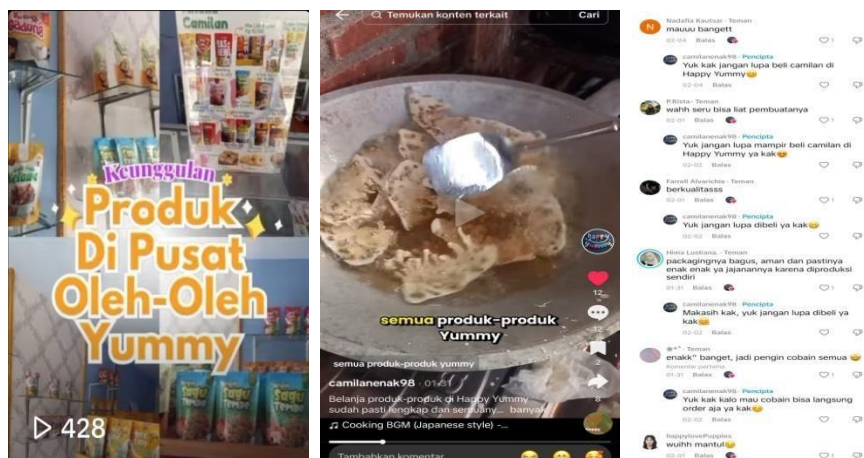
Caption “Hai semua. Kalau lagi pengen ngemil yang gurih-gurih dan renyah, beli aja camilan di Happy Yummy ya! Ada camilan yang unik juga lho, yaitu belalang goreng. Yang penasaran langsung aja mampir ke toko atau pesan via whatsapp ya! #HappyYummy #oleholehblora #camilananak #camilananakmurah #jajananantiktok #umkmbhora #umkmindonesia #umkmtiktok #jajananviral”.

- a) Penonton : 868 penonton
- b) Suka : 16 suka
- c) Disimpan : 1
- d) Dibagikan : 6
- e) Respon komentar yang didapat berjumlah 4, yaitu sebagai berikut :

1. @himalustiana : *belum pernah nyobain belalang goreng, enak deh keknyaa.*
2. @jwppeisxyz : *mau coba semuanya, tapi yang belalang aku skip min.*
3. @cipiepuv : *cocokk buat dijadiin camilan pas nonton nih.*
4. @nadafiakautsar : *belalang goreng menarik tuh.*

5. Keunggulan Produk di Toko Pusat Oleh-Oleh Yummy

Diunggah pada 31 Januari 2025



Gambar 4. 13 Hasil publikasi video 5 (Gambar diambil tanggal 27 April 2025).

Sumber: <https://www.tiktok.com/@happyummy89/video/7465966349915786501>

Konten video lima, ditayangkan pada 31 Januari 2025 hingga 2 Maret 2024, terhitung sudah 31 hari penayangan. Penulis menganalisis interaksi audiens terhadap konten video lima sebagai berikut.

Caption “Belanja produk-produk di Happy Yummy sudah pasti lengkap dan semuanya dijamin higienis, non MSG, dan halal. Yuk tunggu apalagi? Ditunggu kedatangannya di Happy Yummy ya! #HappyYummy #oleholehblora

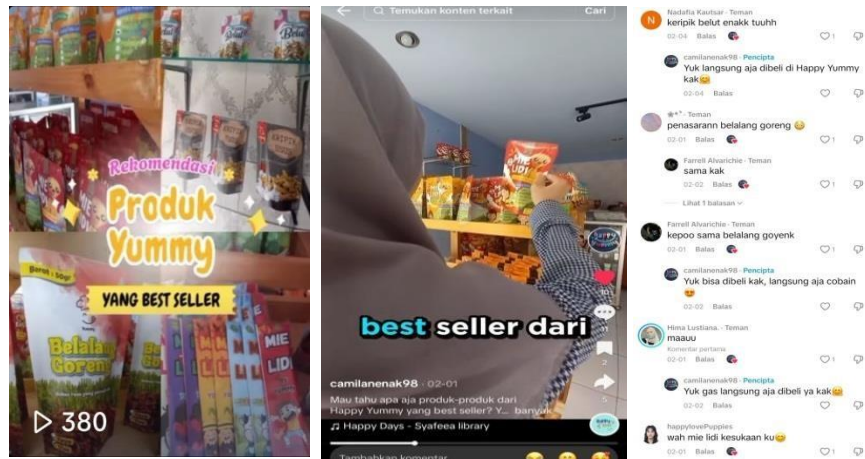
#camilanenak #camilanenakmurah #jajananantiktok
#umkmblora #umkmindonesia #umkmtiktok
#jajananviral”.

- a) Penonton : 418 penonton
- b) Suka : 12 suka
- c) Disimpan : 2
- d) Dibagikan : 8
- e) Respon komentar yang didapat berjumlah 6, yaitu sebagai berikut :

- 1. @nadafiakautsar : *mauuu banget.*
- 2. @ptri_risst : *wahh seru bisa liat pembuatanya.*
- 3. @farrellalvarichie : *berkualitasss.*
- 4. @cipiepuy : *enakk” banget, jadi pengen cobain semua.*
- 5. @jwppeisxyz : *wuihh mantul.*
- 6. @hima.lus : *packagingnya bagus, aman dan pastinya enak enak ya jajanannya karena diproduksi sendiri*

6. Rekomendasi Produk Yummy yang Best Seller

Diunggah pada 1 Februari 2025



Gambar 4. 14 Hasil publikasi video 6 (Gambar diambil tanggal 27 April 2025).

Sumber: <https://www.tiktok.com/@happyummy89/video/7466338026944253189>).

Selama satu bulan penayangan, yaitu sejak tanggal 1 Februari 2025 – 3 Maret 2025. Penulis menganalisis interaksi audiens terhadap konten video enam sebagai berikut.

Caption “Mau tahu apa aja produk-produk dari Happy Yummy yang best seller? Yuk simak video ini! Jangan lupa dibeli ya. #HappyYummy #oleholehblora #camilananak #camilananakmurah #jajanan tiktok #umkmlora #umkmindonesia #jajanan tiktok #jajananviral”.

- a) Penonton : 367 penonton
- b) Suka : 10 suka
- c) Disimpan : 2
- d) Dibagikan : 5
- e) Respon komentar yang didapat berjumlah 5, yaitu sebagai berikut:

1. @farrellalvarichie : kepoo sama belalang goyenk.

2. @cipiepuuy : penasarann belalang goreng.
3. @nadafiakautsar : keripik belut enakk tuuhh.
4. @hima.lus : maaauu.
5. @jwppeisxyz : wah mie lidi kesukaan ku.

7. Review Basreng, Mie Lidi, Onde-Onde Ketawa

Diunggah pada 3 Februari 2025



Gambar 4. 15 Hasil publikasi video 7 (Gambar diambil tanggal 27 April 2025).

Sumber: <https://www.tiktok.com/@happyummy89/video/7467081312847891718>)

Ditayangkan pada 3 Februari 2025 – 5 Maret 2025. Maka, selama 31 hari penayangan, penulis menganalisis interaksi masyarakat terhadap konten video tujuh sebagai berikut.

Caption “Hai semua. Waktunya nge-review nih! Ada basreng, onde- onde ketawa dan mie lidi. Yuk yang penasaran ingin cobain juga, jangan lupa beli camilan di Happy Yummy ya! #HappyYummy #oleholehblora #camilananak #camilanenakmurah #jajananantiktok #umkmbhora #umkmindonesia #jajananviral”.

- a) Penonton : 373 penonton
- b) Suka : 13 suka

- c) Disimpan : 2
- d) Dibagikan : 5
- e) Respon komentar yang didapat berjumlah 6, yaitu sebagai berikut :

1. @ptri_risst : lucu banget namanya onde onde ketawaa.
2. @nadafiakautsar : pgn coba deh onde onde ketawanyaa.
3. @hima.lus : basreng sambel matah enak keknya deh, jadi ngiler.
4. @farrellalvarichie : akuu mauuu.
5. @jwppeisxyz : wah mau min aku.
6. @cipiepuv : sukaa bgt sama yang gurih2.

8. Review Tumpi, Keripik Sagu Tempe dan Belalang Goreng

Diunggah pada 4 Februari 2025



Gambar 4. 16 Hasil publikasi video 8 (Gambar diambil tanggal 27 April 2025).

Sumber: <https://www.tiktok.com/@happyummy89/video/7467451975718735110>).

Konten video delapan sudah ditayangkan selama satu bulan. Sejak tanggal 4 Februari 2025 – 6 Maret 2025, penulis menganalisis interaksi audiens terhadap konten ini sebagai

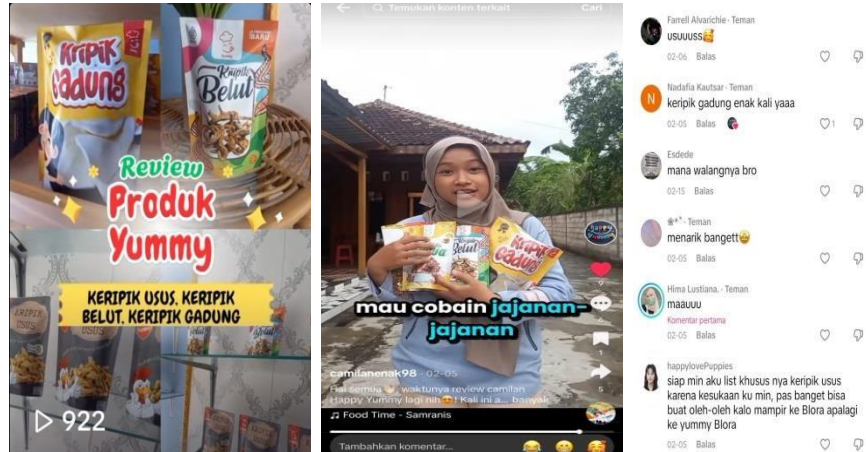
berikut.

Caption “Halo semua. Waktunya *review* lagi nih! Video kali ini akan nyobain tumpi, keripik sagu tempe dan belalang goreng. Siapa nih yang belum pernah coba? Yuk jangan lupa beli di Happy Yummy ya! #HappyYummy #oleholehblora #camilananak #camilananakmurah #jajananantiktok #umkmblora #umkmindonesia #jajananviral #umkmtiktok”.

- a) Penonton : 339 penonton
- b) Suka : 12 suka
- c) Disimpan : 3
- d) Dibagikan : 4
- e) Respon komentar yang didapat berjumlah 6, yaitu sebagai berikut :
 - 1. @nasuhayogyakarta : *Wa ini.*
 - 2. @farrellalvarichie : *beyayang goyenk.*
 - 3. @jwppeisxyz : *wahh belalang goreng gimana tuh rasanya.*
 - 4. @cipiepuy: *kayaknya enak2 semuaa nih makanannya.*
 - 5. @hima.lus : *yg belalang goreng berapa harganya minn?*
 - 6. @nadafiakautsar : *jadi pengen ngemil deh.*

9. Review Keripik Belut, Keripik Gadung dan Keripik Usus

Diunggah pada 5 Februari 2025



Gambar 4. 17 Hasil publikasi video 9 (Gambar diambil tanggal 27 April 2025).

Sumber: <https://www.tiktok.com/@happyummy89/video/7467821245061532933>).

Dalam satu bulan penayangan, sejak 5 Februari 2025 – 7 Maret 2025. Penulis menganalisis interaksi audiens terhadap konten video sembilan sebagai berikut.

Caption “Hai semua, waktunya *review* camilan Happy Yummy lagi nih! Kali ini akan nyobain keripik usus, keripik belut dan keripik gadung. Yuk yang mau nyobain juga, langsung aja beli di Happy Yummy ya. #HappyYummy #oleholehblora #camilananak #camilananakmurah #jajanan tiktok #umkmbhora #umkmindonesia

#jajananviral #umkmtiktok”.

- Penonton : 899 penonton
- Suka : 11 suka
- Disimpan : 1
- Dibagikan : 5
- Respon komentar yang didapat berjumlah 6, yaitu sebagai berikut :

1. @jwppeisxyz : siap min aku list khusus nya keripik usus karena kesukaan ku min, pas banget bisa buat oleh-oleh kalo mampir ke Blora apalagi ke yummy Blora.
2. @hima.lus : maauuu.
3. @cipiepuy : menarik banget.
4. @esdede3 : mana walangnya bro.
5. @nadafiakautsar: keripik gadung enak kali yaaa.
6. @farrellalvarichie : usuuuss.

4.8 Analisis Keberhasilan

4.8.1 Hasil Data *Engagement Rate* dan *Key Performance Indicator (KPI)*

a. *Engagement Rate* akun TikTok @happyummy89.

TABEL 4. 12 HASIL *ENGAGEMENT RATE* KONTEN TIKTOK PUSAT OLEH-OLEH YUMMY

No	Judul Video	Interaksi				
		Views	Like	Comment	Share	Save
1	Kalau ke Blora, Mau Beli Oleh-Oleh Lokasinya Di Mana Ya?	470	13	7	7 kali	1
2	Mau Beli Camilan dan Oeh-Oleh Blora? Di Yummy Aja!	456	9	6	6 kali	2
3	Produk Yummy Yang Cocok Dibeli dan Disukai Anak-Anak	480	13	6	6 kali	1
4	Camilan Yummy Yang	868	16	4	6 kali	1

	Unik Renyah dan Gurih					
5	Keunggulan Produk di Toko <i>Pusat Oleh-Oleh Yummy</i>	418	12	6	8 kali	2
6	Rekomendasi Produk <i>Yummy</i> yang <i>Best Seller</i>	367	10	5	5 kali	2
7	<i>Review</i> Basreng, Mie Lidi, Onde-Onde Ketawa	373	13	6	5 kali	2
8	<i>Review</i> Tumpi, Keripik Sagu Tempe dan Belalang Goreng	339	12	5	4 kali	3
9	<i>Review</i> Keripik Belut, Keripik Gadung dan Keripik Usus	899	11	6	5 kali	1

Interaksi video dengan jumlah tayangan terbanyak adalah “*Review* Keripik Belut, Keripik Gadung dan Keripik Usus” berjumlah 899 tayangan. Hal ini mungkin disebabkan karena teknik pengambilan gambar yang baik, seperti penggunaan *angle* yang tepat, selain itu menurut data dari Sprout Social waktu terbaik untuk memposting di TikTok pada tahun 2025 adalah hari Rabu pukul 14.00–17.00. Sedangkan konten dengan jumlah tayangan yang paling sedikit adalah “*Review* Tumpi, Keripik Sagu Tempe dan Belalang Goreng” berjumlah 339 tayangan. Rendahnya jumlah tayangan mungkin disebabkan karena kualitas gambar yang kurang cahaya, sehingga mereka tidak tertarik untuk menonton video *review*

tersebut. Konten yang memperoleh jumlah suka terbanyak adalah "Camilan Yummy Yang Unik, Renyah dan Gurih" yang memperoleh 16 suka. Hal ini disebabkan karena judul konten yang menggunakan kata-kata "Unik", "Renyah", dan "Gurih" yang mungkin menarik perhatian penonton pecinta camilan bercita rasa gurih dan membuat mereka memberikan respon suka pada video tersebut. Sedangkan video dengan jumlah suka paling sedikit adalah "Mau Beli Camilan dan Oeh-Oleh Blora? Di Yummy Aja! yang mendapatkan 9 suka. Rendahnya jumlah suka ini disebabkan oleh video tersebut mungkin tidak memiliki keistimewaan yang dapat membuat penonton merasa tertarik dan ingin memberikan suka. Interaksi video dengan jumlah komentar terbanyak adalah " Kalau ke Blora, Mau Beli Oleh-Oleh. Lokasinya Di Mana Ya?" mendapatkan 7 komentar. Isi dalam video ini sesuai dengan kebutuhan informasi penonton yang mungkin sedang mencari informasi tentang oleh-oleh di Blora dan video tersebut memicu mereka memberikan komentar. Video dengan jumlah komentar paling sedikit yaitu 4 komentar adalah video yang berjudul "Camilan Yummy Yang Unik Renyah dan Gurih" minimnya komentar pada video tersebut dapat disebabkan karena isi konten tersebut mungkin sudah jelas dan tidak memicu pertanyaan atau diskusi, sehingga penonton merasa tidak perlu untuk memberikan komentar. Interaksi video dengan jumlah dibagikan terbanyak adalah "Keunggulan Produk di Toko Pusat Oleh-Oleh Yummy " yang telah dibagikan sebanyak 8 kali. Isi dalam video tersebut mungkin memiliki nilai informasi yang tinggi tentang produk oleh-oleh di Toko Pusat Oleh-Oleh Yummy, sehingga penonton merasa perlu untuk membagikannya kepada orang lain. Video yang paling sedikit dibagikan adalah "Review Tumpi, Keripik Sagu Tempe dan Belalang Goreng yang hanya dibagikan sebanyak 4 kali hal ini dapat disebabkan karena video tersebut mungkin memiliki informasi yang sangat spesifik dan hanya menarik bagi

beberapa orang tertentu.



Gambar 4. 18 Perbandingan *Engagement Rate* akun TikTok Pusat Oleh-Oleh Yummy sebelum dan sesudah mengunggah konten promosi (Sumber : <https://www.slice.id/id/tiktok-engagement-calculator>)

Hasil *engagement rate* konten promosi di akun TikTok @happyummy89 dihitung dengan TikTok *Engagement Rate Calculator Tool* yaitu alat untuk menghitung tingkat interaksi pada video TikTok. *Engagement rate* dihitung berdasarkan jumlah *likes*, komentar, dan *share* dibandingkan dengan jumlah *followers* atau *views*. Dalam waktu satu bulan, akun TikTok @happyummy89 mengalami kenaikan. Dengan total pengikut 105 berhasil mencapai 22,4% dari sebelumnya 6,12%. Peningkatan *engagement rate* sebesar 16,28% tersebut menunjukkan bahwa TikTok efektif sebagai media promosi.

b. Key Performance Indicator (KPI)

Key Performance Indicator (KPI) adalah metrik yang digunakan untuk mengukur keberhasilan dan efektivitas strategi pemasaran atau promosi di media sosial.

**TABEL 4. 13 KEY PERFORMANCE INDICATOR TIKTOK PUSAT
OLEH-OLEH YUMMY**

KPI	Deskripsi	Target	Total Keseluruhan Sebelum Unggah Konten	Hasil Akhir Sesudah Unggah Konten
Meningkatka Jangkauan	Jumlah <i>Views</i>	1000	196	4670
Meningkatkan Keterlibatan	Jumlah <i>Likes</i>	100	12	122
	Jumlah Komentar	10	0	45
	Jumlah Pengikut	100	83	105

Dari data tabel diatas dapat dilihat bahwa dalam kurun waktu satu bulan jumlah pengikut akun bertambah hingga 105 dari yang sebelumnya 83 pengikut. Jangkauan akun TikTok @happyummy89 dengan total tayangan 9 video yang telah dipublikasikan berhasil mencapai 4670 tayangan. Dengan keseluruhan jumlah *like* 110 dan 45 komentar.

4.8.2 Data Penjualan Setelah Publikasi Konten

TABEL 4. 14 DATA PENJUALAN PUSAT OLEH-OLEH YUMMY

BULAN DESEMBER 2024 – BULAN MARET 2025

No.	Nama Produk	Keterangan				
		Sebelum Unggah Konten	Periode Konten Diunggah	Sesudah Unggah Konten		Persentase Rata-Rata Kenaikan Penjualan per Bulan
		Desember 2024	Januari 2025	Februari 2025	Maret 2025	
1	Tumpi	18	24	39	46	37,9%
2	Basreng (Bakso Goreng)	29	31	58	68	37,1%
3	Mie Lidi	51	161	167	176	74,9%

4	Onde-Onde Ketawa	17	25	35	41	34,7%
5	Keripik Gadung	4	11	14	15	69,7%
6	Keripik Usus	8	23	29	32	74,6%
7	Keripik Belut	24	33	42	51	28,7%
8	Belalang Kayu Goreng	8	19	27	31	64,8%
9	Belalang Utes Goreng	7	12	18	22	47,8%
10	Abon Ayam	0	2	3	6	75%
11	Abon Sapi	0	3	4	7	54,2%
12	Sambel Pecel	8	17	19	23	48,4%
13	Mie Lidi Sachet	17	41	54	102	87,3%
14	Keripik Sagu Tempe	11	16	32	39	55,8%
15	Bawang Goreng	3	8	11	15	80,1%

Sumber : Data yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, analisis data penjualan produk dari bulan Desember 2024 hingga Maret 2025 menunjukkan bahwa seluruh produk mengalami peningkatan penjualan yang konsisten. Produk-produk utama seperti mie lidi *sachet* dan mie lidi memiliki kenaikan penjualan yang tinggi, yaitu 87,3% dan 74,9%. Sementara itu, produk lainnya seperti keripik usus, keripik gadung, belalang kayu goreng, dan keripik sagu tempe juga menunjukkan kenaikan penjualan yang baik, dengan kenaikan masing-masing sebesar 74,6%, 69,7%, 64,8%, dan 55,8%. Produk lainnya seperti abon sapi, sambel pecel, dan belalang utes goreng juga mengalami kenaikan penjualan yang positif, yaitu sebesar 54,2%, 48,4%, dan 47,8%. Sementara itu, beberapa produk seperti tumpi, basreng, dan onde-onde ketawa mengalami kenaikan penjualan yang bertahap, yaitu sebesar 37,9%, 37,1%, dan 34,7%. Produk keripik belut juga mengalami kenaikan penjualan sebesar 28,7%. Meskipun terdapat perbedaan tingkat kenaikan, secara keseluruhan semua produk menunjukkan kenaikan penjualan. Dengan demikian, strategi promosi produk telah efektif

dalam meningkatkan penjualan.

4.8.3 Keberlanjutan (*Sustainability*)

Setelah *project* tugas akhir ini selesai, klien menyadari pentingnya keberlanjutan konten media sosial untuk mempertahankan *engagement*. Oleh karena itu, klien membuka lowongan untuk mencari admin atau tenaga ahli yang terampil dalam pembuatan konten dan mengelola media sosial TikTok milik *Pusat Oleh-Oleh Yummy*.



Gambar 4. 19 Lowongan kerja admin dan *content creator* untuk mengelola media sosial *Pusat Oleh-Oleh Yummy*. (Sumber : dokumen pribadi).

4.8.4 Hambatan Pelaksanaan Tugas Akhir

Dalam mencapai keberhasilan sebuah *project* pada proses pelaksanaannya, penulis mengalami kendala atau hambatan. Berikut kendala yang dialami penulis selama penyelesaian *project* Tugas Akhir.

1. Pada tahap produksi, penulis mengalami berbagai kendala yang menghambat jalannya proses syuting. Kendala pertama

yaitu dari para *talent* yang mempunyai kesibukan atau aktivitas mendadak yang penting, sehingga perlu menyesuaikan dan menjadwalkan ulang waktu syuting. Selain itu, perubahan cuaca buruk, seperti hujan, yang mengganggu pengambilan video. Akibatnya, waktu yang telah dialokasikan untuk syuting terpaksa diundur.

2. Pada tahap publikasi konten mengalami hambatan yaitu ketika video yang diunggah terdeteksi melanggar hak cipta karena menggunakan *background* musik yang tidak sesuai dengan kebijakan *platform*. Akibatnya, suara pada video tidak dapat diputar. Untuk mengatasi masalah ini, penulis melakukan editing untuk menghapus *background* musik asli dan mengunggah ulang video tersebut dengan menambahkan *background* musik baru menggunakan *sound* yang disediakan oleh aplikasi TikTok, sehingga konten dapat dipublikasikan secara lancar.
3. Proses evaluasi untuk mengukur keberhasilan konten promosi mengalami hambatan yaitu dalam mendapatkan data penjualan dari *Pusat Oleh-Oleh Yummy*. Hal ini disebabkan oleh kesibukan klien dan karyawan yang mengalami peningkatan pesanan, sehingga penulis harus menunggu hingga klien memiliki waktu yang cukup untuk dapat menyediakan data yang diperlukan.