

BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis akan menjelaskan mengenai laporan Tugas Akhir dalam tahapan produksi yang sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat. Karya yang telah dihasilkan berupa sepuluh (10) konten branding yang bersifat edukasi, informasi dan hiburan pada platform TikTok, yang digunakan sebagai langkah upaya meningkatkan branding suatu perusahaan jasa outsourcing melalui media sosial. Adapun substansi yang akan dijelaskan yaitu gambaran umum permasalahan, proses pelaksanaan, dan analisis perubahan pada *standar sequence guide* (SSG) dengan hasil akhir proyek.

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

PT.Bina Cipta Abadi adalah perusahaan jasa outsourcing, alih daya, recruitment, penempatan dan pengelolaan tenaga kerja. Pada era digitalisasi berbagai media informasi sudah banyak digunakan oleh masyarakat luas, organisasi hingga perusahaan salah satunya PT.Bina Cipta Abadi. Media Sosial merupakan wadah berinteraksi, berkomunikasi satu sama lain secara online. Jenis Media sosial terdapat Instagram, TikTok, Whatsapp, website, line dan lain-lain. TikTok merupakan salah satu media sosial paling populer saat ini. Permasalahan utama yang dihadapi oleh perusahaan tersebut adalah kurangnya produktivitas dan kreativitas konten media sosial yang sudah digunakan yaitu Instagram. PT.Bina Cipta Abadi ingin melakukan adanya diversifikasi konten agar bentuk penyampaian informasi secara digital agar memperluas jangkauan target audiens melalui platform TikTok dan ingin memanfaatkan media sosial TikTok untuk membranding suatu perusahaan.

4.2 Perencanaan Produksi Tugas Akhir

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, pelaksanaan produksi proyek tugas akhir ini digolongkan menjadi tiga tahapan yaitu pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi hingga pada akhirnya dijadikan sebuah konten branding yang bersifat edukasi, informasi dan hiburan yang pada akhirnya akan dijadikan konten branding pada platform TikTok.

4.3 Pelaksanaan Produksi Tugas Akhir

Pada saat pelaksanaan produksi Tugas Akhir, proses ini lebih mudah dilakukan setelah penyesuaian tahap perencanaan. Adapun beberapa poin yang dilakukan pada tahap pelaksanaan produksi Tugas Akhir.

4.3.1. Tahap Pra Produksi

Tahap pertama yang ada di dalam penyusunan proyek tugas akhir ini adalah pra produksi, pada tahap ini dilakukan beberapa hal yang sudah dilakukan beberapa hal yang disepakati bersama klien, hal-hal yang dimaksud adalah

1. Mencari Ide

Untuk mendapatkan ide dan konsep video, diperlukan upaya untuk memperbanyak sumber referensi dengan melakukan riset terlebih dahulu. Selain itu, memperhatikan fitur trend yang saat ini sedang berkembang pesat, sehingga ide yang didapatkan ialah konten branding yang bersifat edukasi, informatif dan hiburan, dengan adanya konsep seperti yang dirancang tersebut merupakan jenis pendekatan melalui video yang disampaikan oleh talenta yang dibawa secara menarik. Tujuan dari konsep ide ini adalah mengajak dan mengikat koneksi emosional dengan para target audiens yaitu calon pelamar kerja yang ada di Indonesia.

2. Mengumpulkan Data

Berdasarkan ide dan konsep yang sudah dirancang oleh penulis, maka diperlukan pengumpulan informasi yang valid mengenai PT. Bina Cipta Abadi. Hal ini untuk menghindari penyajian informasi yang kurang valid sebelum di publish untuk audiens. Tahap pengumpulan data ini dilakukan dengan melakukan wawancara dengan pihak klien yaitu Ibu Lima Sari selaku HRD Manager PT. Bina Cipta Abadi dan calon pelamar kerja. Penyajian konten yang akan diunggah tersebut bersifat edukasi, informasi dan hiburan. Adanya suatu ide dan konsep konten berdasarkan informasi valid seputar PT. Bina Cipta Abadi yang didapatkan oleh penulis.

3. Penyusunan SSG

Standard Sequence Guide (SSG) adalah konsep dasar produksi adalah produksi konten video. Tahap ini merupakan proses yang dilakukan untuk menyatukan konsep ide konten dan juga data informasi yang telah didapatkan ke dalam sebuah konsep konten video TikTok.

4. Strategi Jadwal Publikasi

Tabel 4 1.Riset Tambahan Akun

WAKTU	ALASAN
8.00-10.00 WIB	Jam 8-10 pagi adalah waktu dimana orang-orang akan memulai harinya sehingga akan membuka TikTok sebagai platform hiburan pagi
12.00- 14.00WIB	- Jam 12- 2 siang merupakan waktu yang tepat untuk publikasi karena waktu ISHOMA dan seringkali audiens membuka konten pada jam waktu istirahat. Secara psikis orang akan mencari platform hiburan siang - Prediksi: ketika konten diunggah pada jam 12 konten akan naik dan tersebar di TikTok pengguna hingga jam 12 - 2 siang
20.00-22.00 WIB	- Jam 8-10 malam dipilih untuk jadwal publikasi karena menjadi waktu orang-orang pulang kegiatan - Prediksi: secara psikis orang akan membuka platform untuk hiburan malam

4.3.2. Tahap Produksi

Pada tahap ini, rancangan konsep ide yang telah dibuat oleh penulis pada tahap sebelumnya mulai di eksekusi. Adapun lokasi produksi video konten tugas akhir penulis ini adalah di kantor PT.Bina Cipta Abadi,Jl. Gatot Subroto, Km 5,3 Jatiuwung, Tangerang, Banten. Pada proses produksi, penulis membutuhkan alat pendukung untuk menunjang proses pengambilan video atau kebutuhan konten seperti kamera IP 11,lighting,microphone. Dalam pembuatan karya video konten @binaciptaabadi, penulis menggunakan teknik videografi yaitu high angle, eye

level, close up, medium close up, full shot, dan long shot. Tahap produksi ini dilakukan dengan selama kurang lebih 7 hari. Adapun proses yang dilalui pada tahap produksi ini adalah sebagai berikut:

1. *Talent Briefing*

Pada tahap ini, penulis melakukan penjabaran konsep video yang akan di buat, dari naskah yang akan dibawakan, adegan yang akan dilakukan oleh talent, intonasi suara talent dan susasana yang ingin dibangun dalam video. Konsep ide video ini adalah konten branding bersifat edukasi, informasi dan hiburan.

2. *Set Up*

Sebelum proses syuting dilakukan, penulis harus mempersiapkan tempat yang akan digunakan sebagai latar pengambilan video. Penulis harus memperhatikan angle dalam sebuah video, menata properti, dan pemilihan lokasi yang akan digunakan. Dengan memperhatikan angle dalam sebuah video, itu akan menjadi nilai estetika yang baik dalam pengambilan video perusahaan.

3. *Shooting*

Proses syuting merupakan tahapan inti dari produksi, pada proses ini penulis melakukan proses pengambilan video dan audio visual. Proses syuting ini membutuhkan talent yang bisa membangun emosional untuk menarik perhatian audiens. Tahap syuting ini dilakukan beberapa kali agar mendapatkan hasil yang ingin dicapai oleh penulis dan klien mitra. Penulis bertanggung jawab secara penuh terhadap pembuatan dan publikasi konten. Penulis berperan sebagai produser, scrip writer, editor, videographer, art director dan talent. Dalam pembuatan karya video konten @binaciptaabadi, penulis menggunakan teknik videografi yaitu:

- High Angle : pengambilan gambar dengan sudut diatas objek dan mengambil gambar perusahaannya.
- Eye Level: sudut pandang sejajar dengan mata objek

- Close-up: tujuan teknik ini untuk memberi gambaran yang jelas tentang suatu objek.
- Medium Close-up: pengambilan gambar dengan teknik ini sebatas dari ujung kepala hingga dada.
- Full Shot: fungsi pengambilan teknik videografi ini bertujuan untuk memperlihatkan objek beserta lingkungan yang ada di PT.Bina Cipta Abadi
- Long Shot: pengambilan gambar lebih luas dari pada full shot.

4. *Footage Checking*

Proses tahap syuting telah selesai, penulis wajib memperhatikan kembali untuk mengecek pengambilan video dan audio hasil rekaman kembali untuk mendapatkan hasil yang di inginkan oleh penulis dan mitra klien, hal ini bertujuan untuk tidak mempersulitkan penulis untuk proses editing.

5. *Strategi Jadwal Publikasi*

Tabel 4 2.Riset Tambahan Akun

WAKTU	ALASAN
8.00-10.00 WIB	• Jam 8-10 pagi adalah waktu dimana orang-orang akan memulai harinya sehingga akan membuka TikTok sebagai platform hiburan pagi
12.00-14.00WIB	• Jam 12- 2 siang merupakan waktu yang tepat untuk publikasi karena waktu ISHOMA dan seringnya audiens membuka konten pada jam waktu istirahat. Secara psikis orang akan mencari platform hiburan siang • Prediksi: ketika konten diunggah pada jam 12 konten akan naik dan tersebar di TikTok pengguna hingga jam 12 - 2 siang
20.00-22.00 WIB	• Jam 8-10 malam dipilih untuk jadwal publikasi karena menjadi waktu orang-orang pulang kegiatan • Prediksi: secara psikis orang akan membuka platform untuk hiburan malam

4.3.3 Tahap Pasca Produksi

Pada tahap terakhir dalam pembuatan proyek tugas akhir , yaitu tahap pasca produksi. Pada tahap ini dilakukan proses editing guna untuk memberikan konten yang menarik perhatian audiens. Jika proses ini telah selesai, maka konten yang udah dibuat oleh penulis sudah siap diunggah di akun TikTok @binaciptaabadi



Gambar 4 1. Proses Ediiing Penggabungan Video dan Audio

Sumber: tiktok @binaciptaabadi

Adapun konten yang sudah dipublikasikan, penulis memerlukan beberapa usaha untuk engagement dapat membaca konten yang telah diunggah oleh penulis. Upaya yang dimaksud adalah penulis membagikan link konten TikTok dan mengajak teman,saudara, dan keluarga untuk ikut meramaikan konten tersebut.

Hal ini karena semakin banyak orang melihat konten,menyukai, meng-copy link konten,membuat jadwal publikasi yang benar dan menggunakan audio yang sedang trend, konten video yang di unggah akan semakin cepat masuk ke kolom For You Page (FYP) di TikTok. Selain itu, penulis menyiapkan captions,hastag yang relevan dengan tema konten. Strategi ini juga akan membantu SEO TikTok membaca jenis konten yang diunggah.



Gambar 4 2. SEO TikTok Yang Berhasil Membaca Jenis Konten Yang Diunggah

Sumber: tiktok @binaciptaabadi

4.4 Implementasi SSG dalam Produksi Tugas Akhir dan Pembagian Tugas Pada Proses Produksi

Berdasarkan hasil pengkajian dan arahan, proses produksi konten pada proyek tugas akhir ini mengalami perubahan pada *Standard Squence Guide* (SSG) yang telah dirancang sebelumnya. Adapun perubahan yang dimaksud adalah jumlah durasi video dan back sound terhadap konten yang akan diunggah di TikTok@binaciptaabadi. Perubahan implementasi SSG dari jumlah durasi video dikarenakan mengikuti jadwal kegiatan staff PT.Bina Cipta Abadi di hari itu juga sesuai dengan take video konten dan mengoptimalisasi durasi video konten agar lebih efisien mengikuti tren video TikTok yang sedang banyak digunakan oleh pengguna,

1. Implementasi SSG dalam Produksi Tugas Akhir

Tabel 4 3.Perubahan Standard Sequence Guide(SSG)

No	Konten	Perubahan	Rancangan	Hasil
1	<i>Branding: What Is About PT.BINA CIPTA ABADI</i>	Back Sound	-	Presentation
		Durasi	1 menit	01.37
		Scene	—	—
2	<i>Tips And Trick: Interview</i>	Back Sound	-	
		Durasi	1 menit	01:19
		Scene	—	—

3	<i>Open Recruitment</i>	Back Sound	-	Midnight Knees On Cold Tile- Sofia Eloa
		Durasi	1 menit	00:15
		Scene	–	–
4	<i>Testimoni dari karyawan PT.Bina Cipta Abadi</i>	Back Sound	–	
		Durasi	1 menit	
		Scene	–	–
5	Jenis-Jenis Skill Yang Dikuasai di Dunia Kerja	Back Sound	–	That's so true- Gracie Abrams
		Durasi	1 menit	1 menit
		Scene	–	–
6	<i>Open Recruitment</i>	Back Sound	–	Midnight Knees On Cold Tile- Sofia Eloa
		Durasi	1 menit	00:15
		Scene	–	–
7	<i>Konten Challenge : This or That</i>	Back Sound		
		Durasi	1 menit	00:51
		Scene	–	–
8	<i>Do's And Dont's</i>	Back Sound	–	Love Grows
		Durasi	1 menit	1 menit
		Scene	–	–
9	Tips And Trick : Etika Wawancara Kerja	Back Sound	–	That's so true- Gracie Abrams
		Durasi	1 menit	1 menit
		Scene		

10	<i>A Day In My Life as Staff Karyawan</i>	Back Sound	–	
		Durasi	1 menit	
		Scene	–	–

Tabel 4 3.Riset Perubahan Standard Sequence Guide(SSG)

No	Jenis Konsep Konten	Perubahan	Alasan Perubahan SSG
1	Edukasi	Back Sound	Perubahan SSG pada konten edukasi terhadap background dikarenakan penulis harus mengikuti background TikTok yang sering banyak digunakan oleh pengguna lain dan agar konten kita yang telah dipublikasikan masuk ke For You Page (FYP) ke target audiens dan pengguna Tikok lainnya
		Durasi	Perubahan SSG pada konten edukasi terhadap perubahan durasi dikarenakan mengikuti jadwal kegiatan staff PT.Bina Cipta Abadi dan menyesuaikan penyajian konten edukasi agar lebih menarik dan tepat menyampaikan isi pesan konten ke target audiens.
2	<i>Informasi</i>	Back Sound	Perubahan SSG pada konten informasi terhadap background dikarenakan penulis menyesuaikan dengan konsep konten informasi dengan menggunakan background yang sering digunakan oleh banyak pengguna agar konten penulis yang telah

			dipublikasikan masuk ke For You Page (FYP) ke target audiens.
		Durasi	Perubahan SSG pada konten informasi terhadap durasi dikarenakan penulis menyesuaikan dengan isi konten yang bersifat informasi lowongan pekerjaan, semakin panjang durasi, maka konsep konten yang disampaikan ke target audiens bersifat monoton dan menyampaikan informasi dengan durasi pendek yang menggambarkan seorang talent melakukan sedikit dance tiktok dan teks informasi yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Hal tersebut dilakukan untuk memberi kesan positif yang menarik tetapi ada unsur informasi mengenai open lowongan pekerjaan.
3	<i>Hiburan</i>	Back Sound	Perubahan SSG pada konten hiburan terhadap backsound dikarenakan penulis menyesuaikan dengan konsep konten hiburan yang sering digunakan oleh banyak pengguna agar konten penulis yang telah dipublikasikan masuk ke For You Page (FYP) ke target audiens, dan-
		Durasi	Perubahan SSG pada konten hiburan terhadap perubahan durasi dikarenakan mengikuti jadwal kegiatan staff PT.Bina Cipta Abadi dan menyesuaikan penyajian konten hiburan agar lebih menarik dan tepat menyampaikan isi pesan konten ke target audiens.

2. Pembagian Tugas Pada Proses Produksi

Berdasarkan dengan adanya pembagian tugas pada proses produksi menjadi faktor pendukung dalam suatu proyek tugas akhir penulis. Adanya pembagian tugas guna untuk mempermudah dan menghemat waktu dalam proses shooting. Berikut pembagian tugas pada proses produksi sebagai berikut:

- Producer : Irma Amelia Soleha
- Script Writer : Irma Amelia Soleha
- Editor : Irma Amelia Soleha
- Videographer : Irma Amelia Soleha
- Art Director : Irma Amelia Soleha
- Sound Recordist : Devie Santika
- Talent : Irma Amelia Soleha ,Devie Santika, dan Fanny

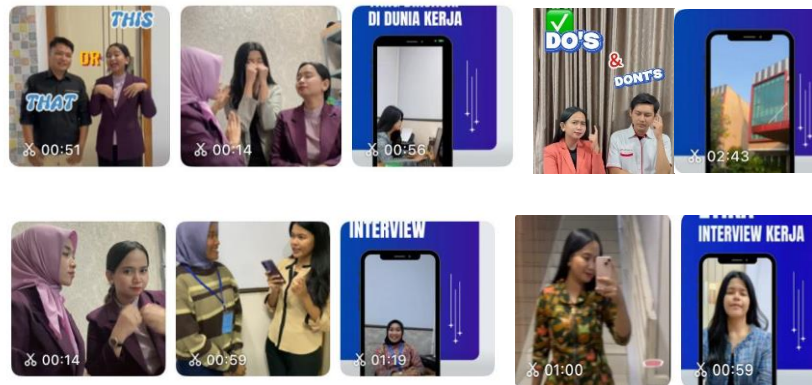
4.5 Proses Edit Video

4.5.1 Proses Edit Video Untuk Thumbnail

Setelah *shooting* keseluruhan konten, dilakukan pengklasifikasian dan penyortiran video yang berkualitas. Selanjutnya, video tersebut diedit dengan aplikasi CapCut. Proses edit video menggabungkan banyak komponen dari fitur yang ada pada CapCut. Adapun langkah yang dalam proses mengedit sebagai berikut:

1. Menyamakan *tone* warna setiap klip video
2. Menggabungkan video sesuai dengan alur cerita yang telah dimuat pada SSG.
3. Masukkan *subtitle* dan sesuaikan dengan setiap klip video agar sesuai.
4. Penentuan jenis *font* dan komponen hiasan pada setiap klip video agar menarik.
5. Masukkan *background* dan lagu yang cocok untuk setiap konten.

6. Menambahkan *sound effect* pada beberapa klip video agar tidak monoton.



Gambar 4 3. Hasil Proses Edit Video Semua Konten

4.5.2 Caption dan Hastag

Dalam pembuatan caption, penyesuaian dilakukan berdasarkan konten yang ditampilkan agar relevan dan menarik bagi audiens. Selain itu, penggunaan tagar juga diselaraskan dengan topik utama yang diangkat dalam setiap konten, sehingga memperkuat jangkauan dan keterkaitannya dengan tema yang dibahas. Beberapa tagar yang secara konsisten digunakan dalam setiap konten, seperti #sobatpejuangloker, #openlokererbaru, #pelamarkerja #fyp berfungsi untuk menciptakan keterhubungan antar konten.

Tabel 4.4 Caption dan Hastag Semua Konten

1. Konten Branding “What Is About PT.Bina Cipta Abadi”	2. Konten Edukasi "Tips and Trick: Interview”
Pengenalan PT.Bina Cipta Abadi✦✧ PT. Bina Cipta Abadi adalah perusahaan alih daya yang sudah membantu ribuan orang mendapatkan pekerjaan yang mereka butuhkan 📁 Tertarik menjadi bagian dari kami? #sobatpejuangloker jangan lupa follow TikTok kami dan stay tuned biar nggak ketinggalan info loker terbarunya 📁 #branding #perusahaan	Kamu bingung saat interview kerja? Ini dia tips and trick nya #tipsandtricks #interview #kerja #fyp #hrd #lowongankerja #pelamarkerja
3. Konten Informasi “ Open Recruitment”	4. Konten Edukasi : Testimoni dari karyawan PT. Bina Cipta Abadi”
Kami tunggu CV terbaik kalian yaa #apply #kerja #fyp #lowongankerja “sobatpejuangloker #capcut #cv	Testimoni dari karyawan PT.Bina Cipta Abadi Yukk #sobatpejuangloker simak tanggapan dari karyawan PT.Bina Cipta Abadi #testimoni #tanggapan #ulasan #fyp #karyawan #outsourcing
5. Konten Edukasi “ Jenis-jenis Skill yang dikuasai di Dunia Kerja”	6 Konten Informasi “ Open Recruitmen”
Jenis-jenis skill yang diperlukan di dunia kerja #skills #softskills #hardskills #fyp #interview #duniakerja #capcut #sobatpejuangloker #lokerterbaru	Haloo #sobatpejuangloker bagi kalian yang masih bingung mau appy kerja dimana? Ayoo simak videonya dan bagi yang tertarik bisa langsung kirim cv terbaru kalian yaaa #perusahaan #outsourcing

7. This or That	8. Konten Edukasi “Do’s and Dont’s”
Yukk intip keseruan kami #kontenhiburan #fyp #thisorthat #challenge #karyawan #kerja #capcut #canva	Tips and trick yang boleh dilakukan dan tidak boleh dilakukan, kamu yang mana nih? #sobatpejuangloker #fyp #canva #capcut

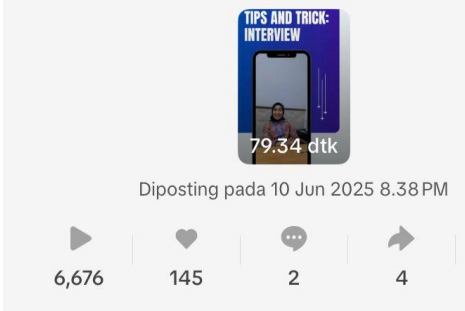
9. Konten Edukasi “ Etika Intrview Kerja “	10. Konten Edukasi “A day in my life as a staff karyawan PT.Bina Cipta Abadi”
Etika Interview kerja sangat diperlukan loh #sobatpejuangloker #fyp #etika #interview #kerja #perusahaan #outsourcing	Konten Edukasi “A day in my life as a staff karyawan PT.Bina Cipta Abadi” #fyp #capcut #adayinmylife #sobatpejuangloker

4.6 Publikasi Tugas Akhir

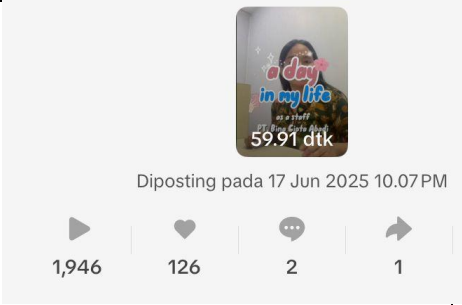
4.6.1 Publikasi dan Insight Konten

Karya Video konten yang sudah dirancang oleh penulis, baik dari tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada tahap ini dapat dilakukan karya video TikTok untuk di publikasikan sesuai dengan rancangan Key Performance Indikator (KPI). Penulis dapat melihat insight konten secara bertahap setelah dilakukan publikasi konten video di TikTok @binaciptaabadi.

Tabel 4.5 Publikasi dan Insight Konten

Konten	Tanggal Publikasi	Insight	Link
Konten Branding "What Is About PT.Bina Cipta Abadi"	09-06-2025		https://vt.tiktok.com/ZSkaAa9Bo/
Konten Edukasi "Tips and Trick: Interview"	10-06-2025		https://vt.tiktok.com/ZSkaAxYdo/
Open Recruitment	11-06-2025		https://vt.tiktok.com/ZSkaAAqEQ/

Testimoni dari karyawan PT. Bina Cipta Abadi"	11-06-2025	 Diposting pada 11 Jun 2025 12.48 PM 4,904 150 0 3	https://vt.tiktok.com/ZSkaAXfo
Jenis-jenis Skill yang Dikuasai di Dunia Kerja"	14-06-2025	 Diposting pada 14 Jun 2025 12.09 PM 1,989 131 0 0	https://vt.tiktok.com/ZSBV7kt14/
Open Recruitment	14-06-2025	 Diposting pada 14 Jun 2025 2.01 PM 1,719 28 1 2	https://vt.tiktok.com/ZSkGXwQ9L/
This or That	14-06-2025	 Diposting pada 14 Jun 2025 8.06 PM 2,502 130 0 4	https://vt.tiktok.com/ZSkepDssUm/
Konten Edukasi "Do's and Dont's"	16-06-2025	< Analisis video  Diposting pada 16 Jun 2025 10.11 PM 4,250 170 6 18 9	https://vt.tiktok.com/ZSkepDTKpu/

Konten Edukasi “ Etika Intrview Kerja “	16-06-2025		https://vt.tiktok.com/ZSkepUJPe
Konten Edukasi “A day in my life as a staff karyawan PT.Bina Cipta Abadi”	17-06-2025		https://vt.tiktok.com/ZSkepDbp5t/

4.6.2 Hasil Review Pihak Klien PT.Bina Cipta Abadi

Dikarenakan Proyek Tugas Akhir ini melibatkan klien PT.Bina Cipta Abadi, pelaksana proyek meminta *review* klien. Ibu Lima Sari selaku HRD Manager yang bertanggung jawab untuk publikasi konten di platform media sosial TikTok. Ibu Lima Sari selaku HRD Manager PT.Bina Cipta Abadi memberi *feedback* setelah melihat hasil konten branding yang di upload @binaciptaabadi, bahwa hasilnya memuaskan sesuai dengan keinginan dan kemauan perusahaan, mulai dari konsep ide, pengambilan gambar dari awal sampai akhir proses shooting , pengeditan konten baik dari thumbnail, elemen dan closing, serta melakukan jadwal publikasi konten yang sesuai dengan perencanaan awal agar konten tersebut bisa For You Page(FYP) di beranda audiens. Caption yang dibuat juga sangat efektif dalam mengundang interaksi, dengan kata-kata yang menginspirasi dan mengajak pemirsa untuk berpikir lebih dalam. Setelah publikasi konten, kami melihat peningkatan signifikan dalam jumlah pengikut dan interaksi, menunjukkan bahwa konten yang disajikan berhasil membangun kesadaran dan keterlibatan yang lebih besar di antara audiens kami.

4.7 Evaluasi Tugas Akhir

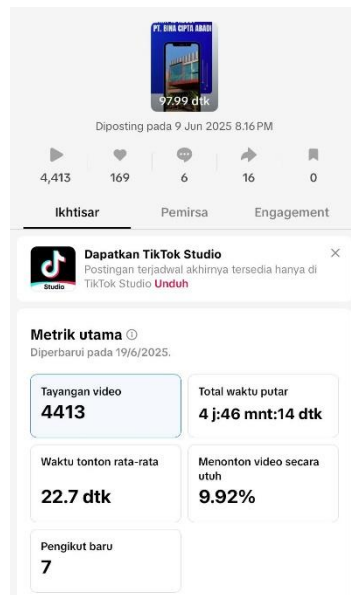
4.7.1 Pembahasan Hasil Produksi Tugas Akhir

Setiap konten yang telah dipublikasikan akan dianalisis secara mendalam, mencakup pencapaian target yang diinginkan hingga jenis dan narasi yang diterapkan dalam setiap video. Analisis ini akan dilakukan dengan mengklasifikasikan konten menjadi tiga kategori utama, yaitu konten edukasi, informasi dan hiburan.

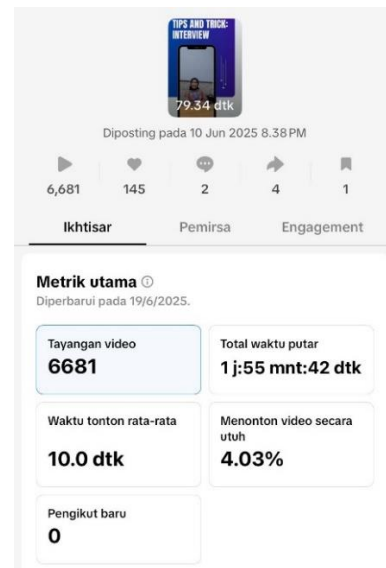
Selanjutnya, analisis ini juga akan melakukan tahap evaluasi efisiensi penerapan taktik yang telah direncanakan, termasuk penerapan SSG (*Standard Sequence Guide*) yang dirancang sebelumnya. Hal ini mencakup penilaian terhadap seberapa baik konten tersebut mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan pada *Key Performance Indicator*. Adapun data untuk analisis setiap konten diambil pada tanggal 18 Juni 2025.

1. Konten Edukasi

Konten edukasi ini memiliki tujuan untuk memberikan pengetahuan dan gambaran seputar di dunia kerja, adanya visual untuk menarik perhatian target audiens dan memperkuat penyampaian pesan berdasarkan data yang valid di PT.Bina Cipta Abadi. Konten edukasi secara konsisten menunjukkan performa yang sangat baik dalam hal engagement. Performa engagement rate termasuk like, komentar, viewers, dan terutama pertumbuhan pengikut. Konten yang bersifat edukasi ini memberikan ajakan positif dan membranding PT.Bina Cipta Abadi. Konten edukasi pada proyek Tugas Akhir ini terdapat 6 video sebagai berikut:

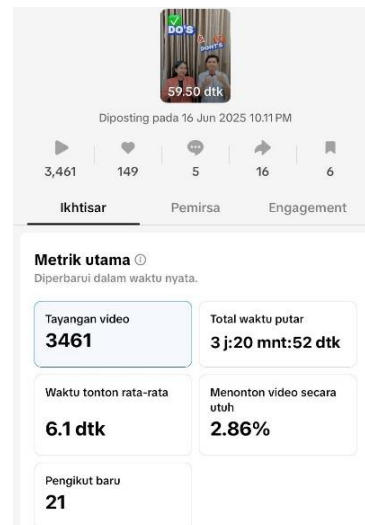


gambar 4 4. Hasil Konten #1



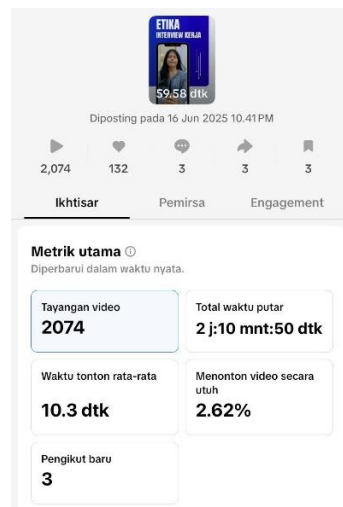
gambar 4 5. Hasil Konten#2

Berdasarkan gambar diatas, konten pertama dipublikasi pada hari Senin, 09 Juni 2025. Konten pertama yang berjudul “Branding: What is About PT.Bina Cipta Abadi “ Konten tersebut berhasil melebihi ekspektasi pada semua metrik. Jumlah *like* yang mencapai 169 like dari target yang semula hanya 5 *likes*.Tingginya komentar yaitu sebanyak 6 akun yang menyebutkan bahwa konten penuh edukasi dan informatif, serta *viewers* sebanyak 4.413 kali menunjukkan bahwa konten edukasi ini menciptakan keterlibatan yang sangat tinggi, sekaligus meningkatkan pertumbuhan pengikut hingga 7 akun. Konten kedua yang berjudul “ Tips and Trick Interview”. Konten ini dipublikasi pada hari Selasa, 10 Juni 2025. Konten tersebut berhasil melebihi ekspektasi pada semua metrik. Jumlah *like* yang mencapai 145like dari target yang semula hanya 5 *likes*.Tingginya komentar yaitu sebanyak 2 akun yang menyebutkan bahwa konten penuh edukasi dan informatif, serta *viewers* sebanyak 6.681 kali menunjukkan bahwa konten edukasi ini menciptakan keterlibatan yang sangat tinggi.

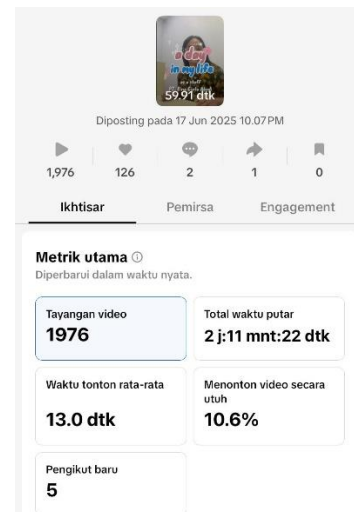


gambar 4 6.Hasil Konten #5 Gambar 4.7 Hasil Konten #8

Berdasarkan gambar diatas, konten ke #5 dipublikasi pada - tanggal 14 Juni 2025. Konten ke-5 yang berjudul “Jenis-Jenis Skill yang Dikuasai di Dunia Kerja.” Konten tersebut berhasil melebihi ekspektasi pada semua metrik. Jumlah *like* yang mencapai 131 like dari target yang semula hanya 5 *likes*. Tingginya komentar yaitu sebanyak 2 akun yang menyebutkan bahwa konten penuh edukasi dan informatif, serta *viewers* sebanyak 1.993 kali menunjukkan bahwa konten edukasi ini menciptakan keterlibatan yang sangat tinggi. Konten ke-8 yang berjudul “ Do and Dont’s”. Konten ini dipublikasi pada tanggal 16 Juni 2025. Konten tersebut berhasil melebihi ekspektasi pada semua metrik. Jumlah *like* yang mencapai 151 like dari target yang semula hanya 5 *likes*. Pertambahan pengikut sebanyak 21 akun serta *viewers* sebanyak 3.461 kali menunjukkan bahwa konten edukasi ini menciptakan keterlibatan yang sangat tinggi.



Gambar 4.8. Hasil Konten #7

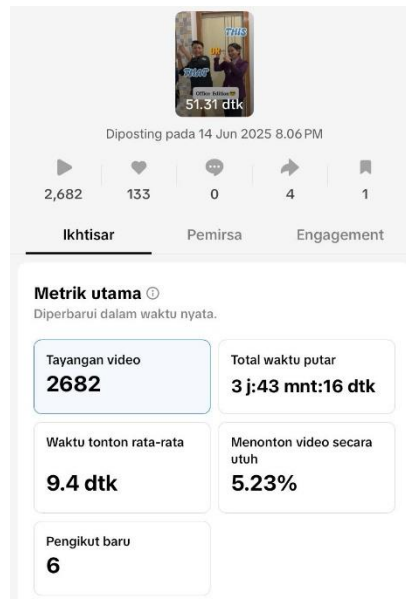


Gambar 4 9. Hasil Konten #10

Berdasarkan gambar diatas, konten ke #10 dipublikasi pada tanggal 16 Juni 2025. Konten ke-10 yang berjudul “Etika Interview Kerja.” Konten tersebut berhasil melebihi ekspektasi pada semua metrik. Jumlah *like* yang mencapai 152 like dari target yang semula hanya 5 *likes*. Tingginya komentar yaitu sebanyak 2 akun yang menyebutkan bahwa konten penuh edukasi dan informatif, serta *viewers* sebanyak 2.074 kali menunjukkan bahwa konten edukasi ini menciptakan keterlibatan yang sangat tinggi. Konten ke-8 yang berjudul “ Do and Dont’s”. Konten ini dipublikasi pada tanggal 16 Juni 2025. Konten tersebut berhasil melebihi ekspektasi pada semua metrik. Jumlah *like* yang mencapai 126 like dari target yang semula hanya 5 *likes*. Tingginya komentar yaitu sebanyak 3 akun, serta *viewers* sebanyak 1.976 kali menunjukkan bahwa konten edukasi ini menciptakan keterlibatan yang sangat tinggi.

1. Konsep Hiburan

.Konten hiburan memberikan variasi yang diperlukan untuk menjaga ketertarikan audiens agar konten yang di publish tidak monoton. Berikut konsep video konten hiburan:

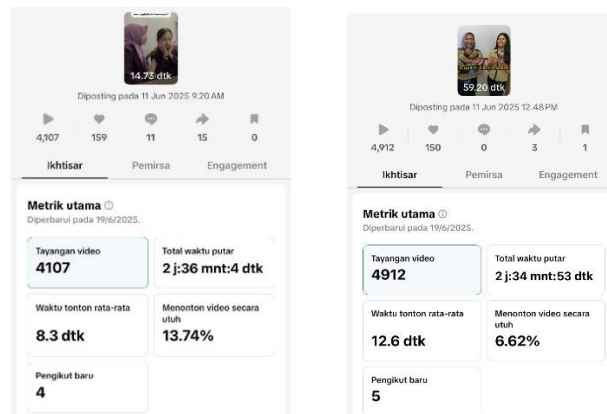


gambar 4.10. Hasil Konten #7

Berdasarkan gambar diatas, konten ke #9 dipublikasi pada tanggal 14 Juni 2025. Konten ke-7 ini yang berjudul “This or That”. Konten tersebut berhasil melebihi ekspektasi pada semua metrik. Jumlah *like* yang mencapai 133 like dari target yang sudah direncanakan, konten ini memiliki *viewers* sebanyak 2.682 kali menunjukkan bahwa konten hiburan ini membangun emosional yang baru. Tujuan konsep ide konten hiburan ini untuk audiens tertarik dengan konten yang sudah di upload, agar konten ini tidak bersifat monoton, dengan konsep hiburan ini harus tetap ada unsur kinerja yang ada di seputar PT.Bina Cipta Abadi.

2. Konten Informatif

Konten informatif pada proyek Tugas Akhir ini terdapat 3 video sebagai berikut.:



Gambar 4.11 Hasil Konten #4 **Gambar 4.12 Hasil Konten #3**



Gambar 4.13. Hasil Konten #6

Berdasarkan gambar diatas, hasil konten ke#3 dipublikasi pada tanggal 11 Juni 2025. Konten ini yang berjudul “Open Recruitment“ Konten tersebut berhasil melebihi ekspektasi pada semua metrik. Jumlah *like* yang mencapai 159 like dari target yang sudah direncanakan, konten ini memiliki *viewers* sebanyak 4.107 kali. Hasil konten ke#4 dipublikasi pada tanggal 11 Juni 2025. Konten ini yang berjudul “Testimoni dari karyawan PT.Bina Cipta Abadi“ Konten tersebut berhasil melebihi ekspektasi pada semua

metrik. Jumlah *like* yang mencapai 150 like dari target yang sudah direncanakan, konten ini memiliki *viewers* sebanyak 4.912 kali menunjukkan bahwa konten informasi ini dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan target audiens. Hasil konten ke#6 dipublikasi pada tanggal 14 Juni 2025. Konten ini yang berjudul “Open Recruitment” Konten tersebut berhasil melebihi ekspektasi pada semua metrik. Jumlah *like* yang mencapai 28 like dari target yang sudah direncanakan, konten ini memiliki *viewers* sebanyak 1.730 kali.

4.7.2 Tabel Overview Hasil Publikasi Konten

Hasil pembahasan dari evaluasi publikasi setiap konten yang telah dirincikan pada poin sebelumnya, di sajikan dalam table overview antara target *key performance indicator*. Berikut tabel overview untuk setiap konten:

Tabel 4.6 Overview Hasil Publikasi Konten

KONTEN	INTERAKSI	TARGET	HASIL	LINK
1. Branding: What Is About PT.Bina Cipta Abadi	Like	5	171	https://vt.tiktok.com/ZSkaAa9Bo/
	Viewers	100	4.490	
	Komentar	1	6	
	Pertambahan Pengikut	10	10	
2. Tips and Trick: Interview	Like	5	145	https://vt.tiktok.com/ZSkaAxYdo/
	Viewers	100	6.829	
	Komentar	1	3	
	Pertambahan Pengikut	10	10	
3. Open Recruitment	Like	10	162	https://vt.tiktok.com/ZSkaAAqEQ/
	Viewers	200	4.182	
	Komentar	2	11	
	Pertambahan Pengikut	20	36	
4. Testimoni Karyawan PT.Bina Cipta Abadi	Like	15	154	https://vt.tiktok.com/ZSkaAXfoo/
	Viewers	300	5.038	
	Komentar	3	5	
	Pertambahan	30	37	
	Like	15	134	

5. Jenis-Jenis Skill yang Dikuasai dunia Kerja	Viewers	300	2.085	https://vt.tiktok.com/ZSBV7kt14/
	Komentar	3	2	
	Pertambahan Pengikut	30	27	
6. Open Recruitment	Like	15	35	https://vt.tiktok.com/ZSkGXwQ9L/
	Viewers	300	1.900	
	Komentar	3	12	
	Pertambahan Pengikut	30	35	
7. This or That	Like	20	139	https://vt.tiktok.com/ZSkGXwQ9L/
	Viewers	600	292	
	Komentar	4	8	
	Pertambahan Pengikut	30	44	
8. Do and Dont's	Like	20	167	https://vt.tiktok.com/ZSkpDTKpu/
	Viewers	450	264	
	Komentar	4	6	
	Pertambahan Pengikut	40	43	
9. Etika Interview Kerja	Like	25	139	https://vt.tiktok.com/ZSkpUJPeX/
	Viewers	500	2.311	
	Komentar	5	4	
	Pertambahan Pengikut	50	38	
10. A Day In My Life as a staff PT.Bina Cipta Abadi	Like	25	131	https://vt.tiktok.com/ZSkpDbp5t/
	Viewers	500	2.247	
	Komentar	5	5	
	Pertambahan	50	35	

Berdasarkan tabel overview hasil 10 konten diatas. Pada tiga video konten edukasi terdapat penurunan interaksi komentar dan pertambahan pengikut dari hasil rancangan awal *key performance indicator*, hal tersebut dikarenakan penulis saat mengupload konten tidak sesuai dengan strategi jadwal publikasi, Interaksi like view pada konten edukasi mengalami peningkatan dari hasil rancangan awal *key performance indicator*. Adanya faktor pendukung untuk meningkatkan performa TikTok melalui rancangan *Key Performance Indicator*, *Standard Sequence Guide* dan strategi jadwal publikasi

4.7.3 Perhitungan Engagement Rate TikTok



Gambar 4.14. Perhitungan Engagement Rate TikTok

Sumber : <https://ubiwiz.com/tiktok-engagement-rate>

Berdasarkan gambar diatas, hasil perhitungan engagement rate TikTok @binaciptabadi sebanyak 38,57%, memiliki 363 followers, 1.381 yang menyukai video konten dan terdapat 10 video konten yang sudah di upload oleh penulis. Akun TikTok @binaciptaabadi dibuat pada tanggal 13 Mei 2025, penulis mulai menghitung engagement rate pada tanggal 15 Juni 2025, yang artinya akun TikTok @binaciptaabadi dalam membranding PT,Bina Cipta Abadi dalam waktu 1 bulan, sudah memperoleh engagement rate 38,57%. Pengguna akun tersebut dalam membranding perusahaan outsourcing mengenai seputar informasi,edukasi dan hiburan telah berhasil mengajak audiens untuk mengenal perusahaan tersebut lebih transparansi dan memberi informasi terbaru melalui media sosial TikTok @binaciptaabadi.