

BAB IV

HASIL & PEMBAHASAN

4.1 Analisis Tahap Pra Produksi

Tahap pra-produksi merupakan fase awal dalam perencanaan pembuatan konten promosi BB Cafe. Pada tahap ini, penulis memulai proses dengan melakukan pengumpulan data melalui wawancara langsung bersama pemilik BB Cafe guna memperoleh informasi mendalam mengenai latar belakang, keunggulan, serta kebutuhan promosi dari kafe tersebut. Selain itu, penulis juga menyebarkan kuesioner kepada calon pengunjung untuk menggali preferensi, minat, dan harapan mereka terhadap destinasi wisata kuliner. Hasil dari wawancara dan kuesioner ini menjadi landasan dalam menyusun strategi konten yang relevan dan tepat sasaran. Setelah data terkumpul, penulis melanjutkan ke tahap penentuan konsep atau ide cerita. Konsep yang dirancang bertujuan untuk menampilkan BB Cafe sebagai destinasi wisata kuliner dan hiburan keluarga di Gresik Utara, dengan menonjolkan suasana santai, keberagaman kuliner, fasilitas umum, wahana hiburan, dan spot foto yang instagramable. Untuk menjaga alur penyampaian yang sistematis dan menarik, disusunlah Standard Sequence Guide (SSG) yang memuat urutan penyajian cerita, mulai dari pembuka (hook), pengenalan lokasi, penekanan pada keunggulan utama, hingga penutup berupa ajakan (call to action). Selanjutnya, dilakukan pembentukan tim produksi yang terdiri atas sutradara, kameramen, editor video, serta pengisi suara narasi, agar proses produksi dapat berjalan secara efektif dan profesional. Penentuan setting lokasi dan waktu pengambilan gambar juga dilakukan dengan mempertimbangkan area strategis di BB Cafe seperti tenant makanan, wahana permainan, spot foto, serta fasilitas pendukung. Pemilihan waktu syuting disesuaikan dengan jam operasional kafe, cuaca, dan pencahayaan alami agar hasil visual yang dihasilkan optimal. Terakhir, penyusunan jadwal produksi serta perencanaan anggaran biaya dilakukan sebagai upaya pengelolaan

waktu dan sumber daya secara efisien, mencakup kebutuhan transportasi, konsumsi tim, sewa alat, hingga honor kru produksi.

Namun, dalam pelaksanaan produksi, penulis melakukan beberapa penyesuaian dari rencana awal. Salah satu perubahan utama adalah terkait jumlah video Reels yang diproduksi. Semula, penulis merancang lima konten video berdurasi sekitar dua menit per video, dengan cakupan materi yang cukup luas dalam setiap tayangannya. Akan tetapi, setelah mempertimbangkan karakteristik audiens media sosial dan kebutuhan promosi yang lebih spesifik, jumlah konten ditingkatkan menjadi sepuluh video dengan durasi satu menit per video. Penyesuaian ini bertujuan untuk menyajikan informasi secara lebih fokus dan menarik, dengan membagi setiap aspek BB Cafe ke dalam konten terpisah. Dengan begitu, setiap tenant makanan, wahana hiburan, spot foto, hingga fasilitas umum dapat ditampilkan secara lebih optimal tanpa membuat video terasa terlalu padat. Penyesuaian ini juga mempermudah proses evaluasi performa masing-masing video melalui fitur insight Instagram. Adapun rincian perubahan strategi produksi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 1 Penyesuaian Konten

Aspek Yang Disesuaikan	Sebelum Penyesuaian	Setelah Penyesuaian	Alasan
Jumlah Konten	5 Video	10 Video	Agar materi promosi lebih ringan per video dan setiap elemen BB Cafe bisa dieksplorasi lebih jelas
Durasi per Video	2 Menit	1 Menit	Menyesuaikan standar durasi Reels Instagram agar lebih menarik dan tidak membosankan
Strategi Penyampaian	Umum dan menyatukan banyak aspek dalam satu video	Lebih spesifik tentang aspek-aspek BB Cafe secara terpisah	Agar penyampaian informasi lebih fokus, audiens lebih mudah memahami keunikan masing-masing aspek

Fokus Performa	1 video menampilkan gabungan aspek BB Cafe	1 video = 1 fokus aspek BB Cafe	Untuk memudahkan penonton menangkap pesan dan menghindari informasi yang terlalu padat
Tema	1. Rekomendasi makanan berat, cemilan, dan minuman 2. Wahana bermain anak & dewasa 3. Fasilitas & spot foto 4. Sunset view & live music 5. Jalan menuju BB Cafe dan cafe tour	1. Rekomendasi makanan berat 2. Rekomendasi cemilan dan minuman 3. Wahana bermain remaja & dewasa 4. Zona bermain anak 5. Fasilitas 6. Spot foto 7. Suasana sore & sunset view 8. Live music 9. Jalan menuju BB Cafe 10. Cafe tour	Agar setiap video memiliki satu fokus tema yang kuat sehingga pesan yang disampaikan lebih jelas dan mudah dipahami penonton.

4.2 Analisis Tahap Produksi

Tahap produksi merupakan fase pelaksanaan teknis dari konsep yang telah dirancang sebelumnya. Pada tahap ini, penulis melakukan persiapan alat dan properti produksi, termasuk menyewa kamera Canon EOS 60 D sebagai peralatan utama pengambilan gambar. Untuk mendukung kebutuhan audio, perekaman narasi voice over dilakukan menggunakan perangkat ponsel iPhone 13 yang memiliki kualitas rekaman suara yang cukup jernih. Persiapan alat ini bertujuan untuk memastikan proses produksi berjalan lancar dan menghasilkan visual serta audio yang optimal. Selanjutnya, dilakukan penataan lokasi pengambilan gambar untuk menunjang kebutuhan visual dalam video. Penulis menyesuaikan pencahayaan alami, memilih sudut pengambilan gambar yang menarik, dan menata properti di sekitar area syuting agar sesuai dengan konsep santai dan estetik yang ingin ditampilkan.

Tahap selanjutnya adalah proses pengambilan video, yang dilakukan dengan mengacu pada konsep dan alur cerita yang telah disusun dalam praproduksi dengan menggunakan kamera Canon EOS 60 D untuk proses pengambilan footage video, sementara iPhone 13 digunakan untuk pengambilan footage tambahan dari sudut atau angle tertentu. Penulis merekam berbagai variasi angle dan pergerakan kamera guna memperkaya materi visual, serta mengatur komposisi gambar dan pencahayaan agar hasil akhir sesuai dengan kebutuhan konten promosi BB Cafe. Adapun teknik pengambilan gambar yang penulis gunakan dalam produksi video ini terdiri dari berbagai jenis shot yang disesuaikan dengan kebutuhan visual dan naratif.

1. Medium close-up



Gambar 4. 1 Teknik pengambilan gambar *medium close-up*

Teknik pengambilan gambar medium close-up memberikan tampilan visual yang menyoroti bagian tubuh subjek dari dada hingga kepala. Framing ini memungkinkan ekspresi wajah dan gestur tangan subjek dapat terlihat jelas tanpa kehilangan konteks sekitar. Dalam konteks video reels, teknik ini

digunakan untuk membangun kedekatan emosional antara audiens dan subjek yang ditampilkan.

Hasil yang diharapkan dari penggunaan medium close-up adalah terciptanya kesan personal dan fokus terhadap narasi atau pesan yang disampaikan oleh subjek. Relevansinya terhadap tugas akhir ini adalah untuk memperkuat komunikasi visual dalam promosi, terutama dalam memperkenalkan suasana dan ekspresi pengunjung di BB Cafe secara lebih menarik.

2. Medium shot



Gambar 4. 2 Teknik pengambilan gambar *medium shot*

Teknik pengambilan gambar medium shot menampilkan subjek dari pinggang hingga kepala, memberikan keseimbangan antara ekspresi wajah dan bahasa tubuh. Framing ini membantu memperlihatkan aktivitas subjek secara natural tanpa kehilangan detail penting seperti ekspresi dan gerak tubuh. Dalam konteks video reels Instagram untuk promosi, teknik ini sangat efektif dalam menunjukkan interaksi pengunjung dengan suasana di BB Cafe.

Hasil yang diharapkan dari penggunaan medium shot adalah terciptanya kesan kontekstual dan informatif, sehingga pesan promosi yang ingin disampaikan menjadi lebih jelas. Teknik ini mendukung tujuan tugas

akhir untuk memperkuat komunikasi visual, memperlihatkan aktivitas pengunjung, serta memperkenalkan suasana hangat dan menarik dari BB Cafe kepada audiens secara lebih menyeluruh.

3. Wide shot



Gambar 4. 3 Teknik pengambilan gambar *wide shot*

Teknik pengambilan gambar *wide shot* memberikan pandangan yang luas, mencakup keseluruhan tubuh subjek serta latar belakang secara menyeluruh. Framing ini menekankan hubungan antara subjek dan lingkungan, sehingga penonton dapat memahami konteks lokasi dan suasana yang dihadirkan. Dalam produksi video reels Instagram, teknik ini sangat penting untuk memperkenalkan area dan atmosfer BB Cafe secara visual.

Hasil yang diharapkan dari penggunaan *wide shot* adalah tersampainya kesan ruang dan suasana secara utuh, sehingga audiens dapat merasakan kenyamanan dan daya tarik lokasi. Teknik ini mendukung tujuan promosi dalam tugas akhir dengan menampilkan BB Cafe sebagai tempat yang luas, nyaman, dan layak dikunjungi, sehingga dapat meningkatkan minat audiens untuk datang secara langsung.

Pada tahap ini, penulis juga mengajak pihak yang bertanggung jawab dalam mengelola akun Instagram BB Cafe untuk ikut berpartisipasi dalam

proses produksi. Hal ini bertujuan agar mereka dapat memahami secara langsung proses pembuatan konten, sehingga kedepannya dapat melanjutkan pembuatan dan pengelolaan konten secara mandiri dengan konsep yang konsisten.



Gambar 4. 4 Dokumentasi tahap produksi dengan pihak BB Cafe

Proses pengambilan video dilakukan mulai tanggal 29 Juni hingga 19 Juli 2025. Dalam rentang waktu tersebut, penulis melakukan perekaman berbagai elemen penting di BB Cafe, seperti suasana kafe, aktivitas pengunjung, serta penyajian makanan dan fasilitas hiburan. Pengambilan gambar dilakukan secara bertahap untuk memastikan hasil visual yang maksimal. Data lengkap mengenai jadwal dan rincian pengambilan video selama periode tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 2 Jadwal Produksi

Tanggal	Keterangan	Dokumentasi
29 Juni 2025	Pengambilan seluruh video Reels #5 dilakukan di area spot foto yang berada di BB Cafe.	
29 Juni 2025	Pengambilan seluruh video Reels #7 dilakukan di area fasilitas BB Cafe.	
29 Juni 2025	Pengambilan seluruh video Reels #6 dilakukan di area permainan yang berada di BB Cafe.	

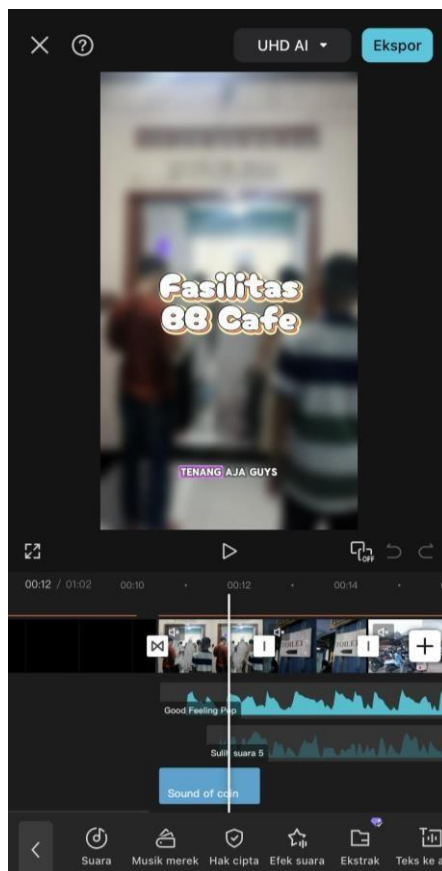
29 Juni 2025	Pengambilan seluruh video Reels #2 dilakukan di area permainan yang berada di BB Cafe.	
29 Juni 2025	Pengambilan seluruh video Reels #1 dilakukan di tenant makanan berat yang berada di BB Cafe.	
29 Juni 2025	Pengambilan seluruh video Reels #4 dilakukan di area tenant cemilan dan minuman yang berada di BB Cafe.	

29 Juni 2025	Pengambilan seluruh video Reels #9 dilakukan di area outdoor BB Cafe.	
29 Juni 2025	Pengambilan seluruh video Reels #10 dilakukan di area panggung yang berada di BB Cafe.	
29 Juni 2025	Pengambilan seluruh video Reels #3 dilakukan di seluruh area BB Cafe.	

2 Juli 2025	Pengambilan sebagian video Reels #3 dilakukan di area BB Cafe.	
19 Juli 2025	Pengambilan sebagian video Reels #8 dilakukan di jalan menuju BB Cafe.	

4.3 Analisis Tahap Pasca Produksi

Tahap pasca produksi merupakan proses akhir dalam pembuatan konten video promosi BB Cafe. Pada tahap ini, penulis melakukan pengeditan video dengan menggabungkan footage hasil pengambilan gambar dan narasi voice over menggunakan aplikasi CapCut Pro. Proses editing mencakup penyesuaian warna, pemotongan bagian yang tidak diperlukan, serta penambahan backsound dan efek transisi untuk memperkuat alur cerita agar lebih menarik dan dinamis. Setelah proses editing awal selesai, penulis melakukan review atau peninjauan menyeluruh terhadap video untuk memastikan bahwa seluruh elemen sudah sesuai, mulai dari narasi, visual, hingga kualitas audio. Jika ditemukan kekurangan, maka dilakukan perbaikan sebelum masuk ke tahap akhir.



Gambar 4. 5 Proses editing

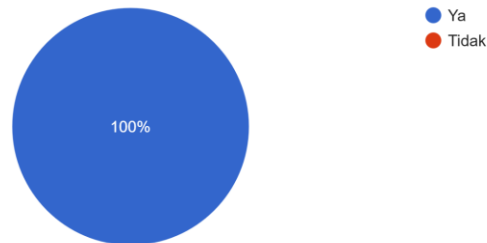
Tahap finishing dilakukan dengan mengekspor video yang telah direvisi ke dalam format dan resolusi yang sesuai untuk kebutuhan publikasi di media sosial. Penulis juga memastikan bahwa hasil akhir video telah sesuai dengan konsep awal yang telah dirancang pada tahap pra-produksi.

4.4 Analisis Hasil Survei Minat Kunjungan

Setelah seluruh konten video diunggah, penulis menyebarkan kuesioner pasca-produksi kepada target pasar melalui Google Form. Survei ini bertujuan untuk mengukur persepsi dan ketertarikan calon pelanggan terhadap BB Cafe setelah menonton konten video Reels promosi yang telah dipublikasikan. Jumlah responden yang berpartisipasi pada tahap ini adalah sebanyak 51 orang, dengan responden yang sama pada kuesioner pra-produksi yang awalnya berjumlah 55 orang. Namun, terdapat empat responden yang tidak memberikan tanggapan saat dihubungi kembali,

sehingga tidak termasuk dalam hasil survei pasca-produksi. Berikut hasil survei yang diperoleh.

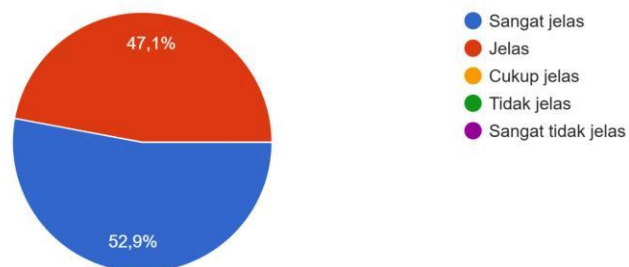
Apakah anda telah menonton video Reels promosi BB Cafe di Instagram? (Jika menjawab "Tidak" cukup isi sampai nomor 5)
51 jawaban



Gambar 4. 6 Data responden yang telah menonton video Reels

Berdasarkan hasil survei, seluruh responden (100%) menyatakan telah menonton video Reels promosi BB Cafe di Instagram. Pertanyaan ini diajukan pada kuesioner pasca-produksi dengan instruksi bahwa jika responden menjawab “tidak,” mereka hanya perlu mengisi hingga pertanyaan nomor 5. Hasil ini menunjukkan bahwa konten promosi berhasil menjangkau seluruh responden, sehingga seluruh tanggapan pada pertanyaan selanjutnya dapat dipastikan berasal dari pengalaman langsung menonton video tersebut.

Seberapa jelas informasi yang disampaikan dalam video mengenai BB Cafe?
51 jawaban

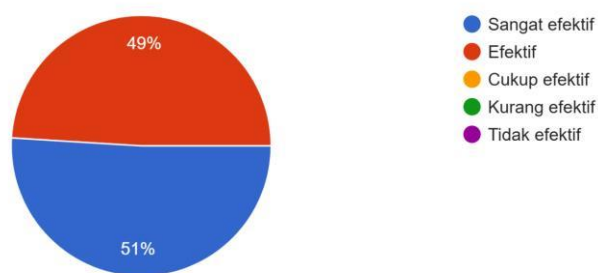


Gambar 4. 7 Hasil informasi yang diterima responden

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap 51 responden, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menilai informasi yang disampaikan

dalam video mengenai BB Cafe tergolong sangat jelas. Hal ini ditunjukkan oleh 52,9% responden yang memilih kategori Sangat jelas, dan 47,1% memilih Jelas. Tidak ada responden yang menjawab Cukup jelas, Tidak jelas, maupun Sangat tidak jelas, yang berarti video reels berhasil menyampaikan informasi dengan baik dan tanpa membingungkan audiens.

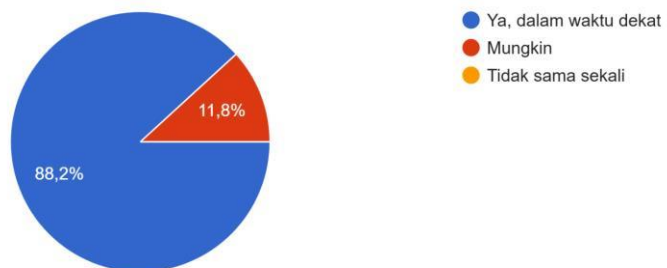
Menurut Anda, apakah video Reels Instagram ini efektif sebagai media promosi BB Cafe?
51 jawaban



Gambar 4. 8 Efektivitas video Reels sebagai media promosi

Selanjutnya, dalam menilai efektivitas video Reels Instagram sebagai media promosi BB Cafe, sebanyak 51% responden menganggap video tersebut Sangat efektif, sedangkan 49% memilih Efektif. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh responden sepakat bahwa video Reels tersebut efektif, tanpa ada yang menjawab Cukup efektif, Kurang efektif, atau Tidak efektif. Ini membuktikan bahwa pemilihan media promosi melalui Reels Instagram cukup tepat sasaran dalam menarik perhatian audiens.

Apakah Anda berminat untuk mengunjungi BB Cafe setelah menonton video Reels tersebut?
51 jawaban



Gambar 4. 9 Minat kunjungan

Dari sisi minat untuk berkunjung ke BB Cafe setelah menonton video, sebanyak 88,2% responden menyatakan "Ya, dalam waktu dekat", sedangkan 11,8% lainnya menjawab "Mungkin". Tidak ada satu pun responden yang memilih "Tidak sama sekali", yang mengindikasikan bahwa video Reels memiliki dampak positif dalam meningkatkan minat kunjungan.

Dari hasil survei yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa video Reels Instagram terbukti efektif sebagai media promosi untuk meningkatkan minat berkunjung ke BB Cafe. Mayoritas responden merasa bahwa informasi yang disampaikan dalam video sangat jelas dan mudah dipahami, serta menilai video tersebut sangat efektif dalam menyampaikan pesan promosi. Selain itu, sebagian besar responden menunjukkan ketertarikan untuk mengunjungi BB Cafe dalam waktu dekat setelah menonton video tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, khususnya Instagram Reels, merupakan strategi promosi yang tepat untuk menjangkau audiens secara luas dan menarik minat kunjungan secara langsung.

4.5 Analisis Hasil Interaksi

Analisis hasil konten video Reels Instagram BB Cafe dilakukan untuk melihat sejauh mana konten tersebut berfungsi sebagai media promosi. Fokus analisis mencakup jumlah penonton, tanda suka (likes), dan komentar dari audiens, yang menjadi indikator awal dalam menilai efektivitas video dalam menarik perhatian dan meningkatkan minat berkunjung ke BB Cafe.

1. Hasil interaksi konten Reels #1

Tabel 4. 3 Hasil unggahan konten Reels #1

Judul konten	Rekomendasi makanan berat BB Cafe
Tanggal unggah	20 Juli 2025

Hasil	Penonton: 2.877 Suka: 240 Komentar: 11
Tautan	https://www.instagram.com/reel/DMUIBGuv97Q/?igsh=MTNrTEwY2c5MWlwYw==
Dokumentasi	

Tabel 4.3 menampilkan hasil unggahan konten Reels pertama yang berjudul "Rekomendasi makanan berat BB Cafe", yang dipublikasikan pada tanggal 20 Juli 2025. Konten ini memperoleh 2.877 penonton, 240 suka, dan 11 komentar di Instagram. Hasil ini menunjukkan adanya interaksi yang cukup baik dari audiens, terlihat dari jumlah penonton yang mencapai ribuan serta adanya keterlibatan pengguna melalui fitur suka dan komentar. Dokumentasi visual yang disertakan dalam tabel membantu memperkuat bukti capaian konten yang diunggah.



Gambar 4. 10 Interaksi komentar Reels #1

Komentar yang muncul pada konten Reels “Rekomendasi makanan berat BB Cafe” di tabel sebelumnya menunjukkan adanya respon positif dari audiens. Beberapa komentar memperlihatkan antusiasme untuk segera berkunjung, seperti “Gasabar pen kesinii ☐” dan “Agendakan kesanaa kawanku, info cangkruk ☐☐”. Bahkan terdapat interaksi lanjutan antar pengguna yang membahas rencana kunjungan, yang menandakan bahwa konten tersebut berhasil memicu minat serta obrolan yang relevan dengan tujuan promosi.

Interaksi dari pihak BB Cafe yang membalas komentar “cuss minbi tunggu☐☐” juga memperkuat hubungan dengan audiens dan menciptakan kesan ramah, sehingga dapat meningkatkan peluang calon pelanggan benar-benar datang ke lokasi. Keterlibatan seperti ini menjadi indikator tambahan keberhasilan konten, tidak hanya dilihat dari jumlah penonton dan suka, tetapi juga dari kualitas percakapan yang terbangun di kolom komentar.

2. Hasil interaksi konten Reels #2

Tabel 4. 4 Hasil unggahan Konten Reels #2

Judul	5 ribu bisa main sepuasnya!!!
-------	-------------------------------

Tanggal unggah	20 Juli 2025
Hasil	Penonton: 1.346 Suka: 132 Komentar: 2
Tautan	https://www.instagram.com/reel/DMUwussPJah/?igsh=b3c3d29tdnI3dm52
Dokumentasi	

Tabel 4.4 menunjukkan hasil unggahan konten Reels Instagram kedua yang berjudul “5 ribu bisa main sepuasnya!!!” dan dipublikasikan pada 20 Juli 2025. Konten ini berhasil memperoleh 1.346 penonton, 132 suka, dan 2 komentar dari pengguna Instagram. Angka tersebut menunjukkan adanya interaksi positif dari audiens, meskipun jumlah komentar relatif sedikit dibandingkan jumlah penonton.



Gambar 4. 11 Interaksi komentar Reels #2

Interaksi audiens terhadap konten ini juga terlihat dari kolom komentar, salah satunya dari pengguna Instagram yang menuliskan “Murah bgt” sebagai respons terhadap informasi harga yang ditawarkan. Admin akun *bbcafe.gsk* kemudian membalas dengan ajakan ramah, “cuss mampir kesini kak,” yang menunjukkan upaya untuk membangun kedekatan dengan audiens sekaligus mendorong mereka untuk berkunjung secara langsung. Respon aktif seperti ini menjadi bagian dari strategi engagement di media sosial untuk meningkatkan hubungan positif antara BB Cafe dan calon pelanggan.

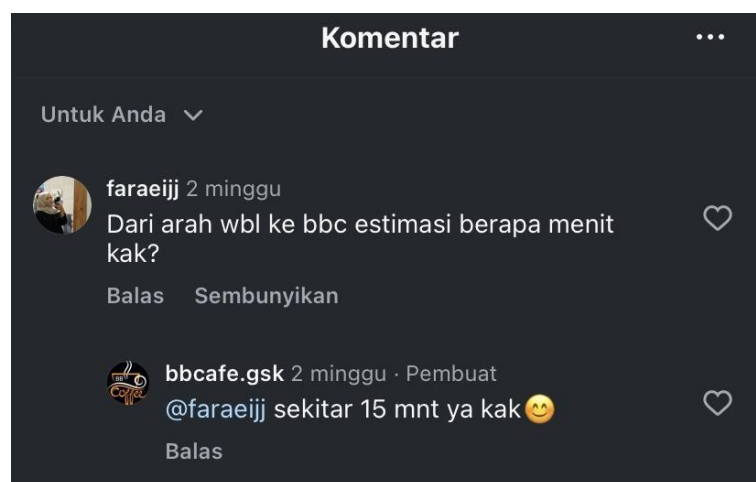
3. Hasil interaksi konten Reels #3

Tabel 4. 5 Hasil unggahan konten Reels #3

Judul	Cafe hidden gem di Gresik Utara?!
Tanggal unggah	21 Juli 2025
Hasil	Penonton: 1.400 Suka: 136 Komentar: 2
Tautan	https://www.instagram.com/reel/DMW5y8lvwW-/?igsh=MTJsdmd4M2ZjdjY0cA==

Dokumentasi	
---------------------------	--

Tabel 4.5 menampilkan hasil unggahan konten Reels Instagram ketiga dengan judul “Cafe hidden gem di Gresik Utara?!” yang dipublikasikan pada 21 Juli 2025. Konten ini berhasil memperoleh 1.400 penonton, 136 suka, dan 2 komentar. Angka tersebut menunjukkan adanya respon positif dari audiens, dengan jumlah tayangan yang sedikit lebih tinggi dibandingkan konten sebelumnya. Penggunaan istilah *hidden gem* pada judul dimaksudkan untuk membangkitkan rasa penasaran audiens sehingga terdorong menonton dan mencari tahu lebih lanjut.



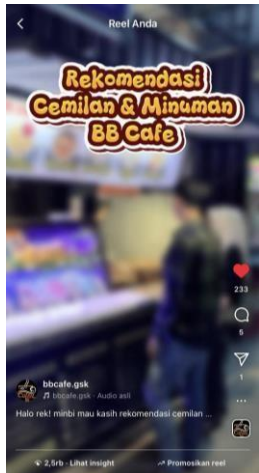
Gambar 4. 12 Interaksi komentar Reels #3

Selain itu, interaksi audiens pada kolom komentar juga menunjukkan adanya minat untuk berkunjung secara langsung. Salah satunya terlihat dari pertanyaan pengguna Instagram dengan nama akun *faraeijj* yang menuliskan,

“Dari arah wbl ke bbc estimasi berapa menit kak?”. Admin akun *bbcafe.gsk* merespons dengan jawaban, “sekitar 15 mnt ya kak□”, yang disampaikan secara ramah dan informatif. Respon aktif seperti ini tidak hanya membantu menjawab kebutuhan informasi audiens, tetapi juga berperan dalam membangun citra positif BB Cafe sebagai brand yang responsif dan mudah dihubungi oleh calon pelanggan.

4. Hasil interaksi konten Reels #4

Tabel 4. 6 Hasil unggahan konten Reels #4

Judul	Rekomendasi cemilan dan minuman
Tanggal unggah	21 Juli 2025
Hasil	Penonton: 2.574 Suka: 233 Komentar: 3
Tautan	https://www.instagram.com/reel/DMXaSusv3lM/?igsh=eHp6a3I2eHN5c3Nx
Dokumentasi	

Tabel 4.6 menampilkan hasil unggahan konten Reels Instagram keempat yang berjudul “Rekomendasi cemilan dan minuman” dan dipublikasikan pada 21 Juli 2025. Konten ini berhasil memperoleh 2.574

penonton, 233 suka, dan 3 komentar, menjadikannya salah satu video dengan jumlah tayangan tertinggi di antara unggahan lainnya. Pencapaian ini menunjukkan bahwa tema kuliner, khususnya rekomendasi makanan dan minuman, memiliki daya tarik yang kuat bagi audiens. Pemilihan topik yang dekat dengan minat masyarakat ini menjadi faktor pendukung tingginya tingkat keterlibatan audiens pada konten tersebut.



Gambar 4. 13 Interaksi komentar Reels #4

Selain itu, interaksi audiens pada kolom komentar juga menunjukkan adanya ketertarikan terhadap menu tertentu yang ditawarkan. Salah satunya terlihat dari komentar akun *pirayayay* yang menuliskan, “ngincer kebabnyaa”. Admin *bbcafe.gsk* merespons dengan balasan, “wajib bgt cobain kebabnya kak”, yang disampaikan secara antusias. Respon seperti ini dapat mendorong audiens untuk mencoba produk yang ditawarkan sekaligus memperkuat citra brand sebagai usaha yang ramah dan responsif terhadap minat pelanggan.

5. Hasil interaksi konten Reels #5

Tabel 4. 7 Hasil unggahan konten Reels #5

Judul	Spot foto BB Cafe
Tanggal unggah	22 Juli 2025

Hasil	Penonton: 3.222 Suka: 231 Komentar: 3
Tautan	https://www.instagram.com/reel/DMZi6_BvAar/?igsh=MWp0YjlxbnJndG0zdQ==
Dokumentasi	

Tabel 4.7 menampilkan hasil unggahan konten Reels Instagram kelima yang berjudul “Spot foto BB Café” dan dipublikasikan pada 22 Juli 2025. Konten ini berhasil memperoleh 3.222 penonton, 231 suka, dan 3 komentar, menjadikannya salah satu video dengan jumlah tayangan tertinggi dalam deretan unggahan. Capaian ini menunjukkan bahwa tema seputar tempat menarik untuk berfoto, khususnya di lokasi yang Instagramable memiliki daya tarik visual yang kuat bagi audiens.



Gambar 4. 14 Interaksi komentar Reels #5

Selain itu, interaksi audiens pada kolom komentar juga menunjukkan adanya ketertarikan terhadap lokasi dan suasana tempat yang ditampilkan dalam konten. Hal ini terlihat dari komentar akun *tsafrhn* yang menuliskan, “nice place. Next bisalah kita kesana□□” dan ditujukan kepada temannya @hi_nnafa. Komentar ini menandakan bahwa konten berhasil membangkitkan minat audiens untuk mengunjungi lokasi secara langsung.

Admin akun *bbcafe.gsk* memberikan tanggapan yang bersahabat dengan menuliskan, “gak perlu jauh2 ke singapura kak disini jg ada kok □□”. Balasan ini disampaikan dengan nada santai dan humoris, sambil menegaskan bahwa BB Cafe memiliki nuansa yang estetik dan menarik layaknya destinasi luar negeri. Respons seperti ini tidak hanya memperkuat daya tarik visual dari konten, tetapi juga membangun citra brand sebagai bisnis yang ramah, komunikatif, dan responsif terhadap antusiasme pengunjung.

6. Hasil interaksi konten Reels #6

Tabel 4. 8 Hasil unggahan konten Reels #6

Judul	Wahana bermain remaja dan dewasa BB Cafe
Tanggal unggah	22 Juli 2025
Hasil	Penonton: 1.526 Suka: 134 Komentar: 3
Tautan	https://www.instagram.com/reel/DMZ8k0LvjB/?igsh=Z2Rza203ejRqZHJ4

Dokumentasi	
---------------------------	--

Tabel 4.8 menampilkan hasil unggahan konten Reels Instagram keenam yang berjudul Wahana bermain remaja dan dewasa BB Cafe dan dipublikasikan pada 22 Juli 2025. Konten ini menampilkan fasilitas hiburan yang tersedia di BB Cafe, yang ditujukan bagi remaja dan orang dewasa sebagai nilai tambah dari cafe tersebut. Video ini berhasil memperoleh 1.526 penonton, 134 suka, dan 3 komentar. Meskipun jumlah penonton lebih rendah dibandingkan beberapa unggahan sebelumnya, konten ini tetap menunjukkan adanya minat audiens terhadap suasana dan fasilitas hiburan yang ditawarkan.



Gambar 4. 15 Interaksi komentar Reels #6

Salah satu komentar berasal dari akun safitriaulia yang menuliskan, “seruu2 bgtt, pengen main disini deh ☺️”, sebagai respons positif terhadap keseruan yang ditampilkan dalam video tersebut. Komentar ini kemudian dibalas oleh akun resmi BB Cafe, “@safitriaulia yuk kak main kesini, minbi

tunggu ya ☐”, yang menunjukkan adanya interaksi aktif antara pihak pengelola dengan audiens. Balasan tersebut tidak hanya mempererat hubungan dengan calon pengunjung, tetapi juga mencerminkan strategi komunikasi yang ramah dan responsif dalam membangun kedekatan dengan followers di media sosial.

7. Hasil interaksi konten Reels #7

Tabel 4. 9 Hasil unggahan konten Reels #7

Judul	Fasilitas BB Cafe
Tanggal unggah	23 Juli 2025
Hasil	Penonton: 1.211 Suka: 129 Komentar: 3
Tautan	https://www.instagram.com/reel/DMcTZAv_1I/?igsh=MThhb3AwbDQ2ZTN5Yw==
Dokumentasi	

Tabel 4.9 menunjukkan hasil unggahan konten Reels ke-7 yang berjudul "Fasilitas BB Cafe". Konten ini diunggah pada tanggal 23 Juli 2025 melalui platform Instagram. Berdasarkan data yang tercantum, video tersebut berhasil memperoleh sebanyak 1.211 penonton, 129 suka, dan 3 komentar.

Hal ini menunjukkan adanya respons yang cukup baik dari audiens terhadap konten yang disajikan.



Gambar 4. 16 Interaksi komentar Reels #7

Salah satu komentar yang masuk berasal dari akun *ensiflopedia* yang menuliskan, “Lengkap puol ☐☐,” sebagai bentuk apresiasi terhadap fasilitas yang ditampilkan dalam video. Komentar ini kemudian dibalas oleh akun *bbcafe.gsk* selaku pembuat konten dengan respon, “iya kan kak ☐,” yang menunjukkan interaksi hangat dan positif antara pengelola akun dengan audiens.

8. Hasil interaksi konten Reels #8

Tabel 4. 10 Hasil unggahan konten Reels #8

Judul	Cafe tour bareng minbi (BB Cafe)
Tanggal unggah	23 Juli 2025
Hasil	Penonton: 2.088 Suka: 134 Komentar: 1
Tautan	https://www.instagram.com/reel/DMc32m4PIHM/?igsh=MXhycmk4d3JuMzRxNw==

Dokumentasi	
---------------------------	--

Tabel 4.10 menunjukkan hasil unggahan konten Reels ke-8 yang berjudul "Cafe tour bareng minbi (BB Cafe)". Konten ini diunggah pada tanggal 23 Juli 2025 melalui platform Instagram. Berdasarkan data yang tercantum, video tersebut berhasil memperoleh sebanyak 2.088 penonton, 134 suka, dan 1 komentar. Hal ini menunjukkan bahwa konten ini mendapatkan perhatian yang cukup baik dari audiens.



Gambar 4. 17 Interaksi komentar Reels #8

Salah satu komentar yang masuk berasal dari akun *harmoni.logistik* yang menuliskan, “Min info booking dmn?” sebagai pertanyaan mengenai informasi pemesanan di BB Cafe. Komentar ini kemudian dibalas oleh akun

bbcafes.gsk, selaku pembuat konten, dengan respon, “bisa dm minbi ya kak” yang menunjukkan kemudahan untuk menghubungi mereka melalui pesan langsung di Instagram. Interaksi ini menunjukkan adanya keterlibatan yang baik antara pengelola akun dan audiens, yang turut memberikan dampak positif terhadap tingkat respons audiens terhadap konten tersebut.

9. Hasil interaksi konten Reels #9

Tabel 4. 11 Hasil unggahan konten Reels #9

Judul	Anak senja wajib kesini!
Tanggal unggah	24 Juli 2025
Hasil	Penonton: 3.062 Suka: 226 Komentar: 4
Tautan	https://www.instagram.com/reel/DMfASlavxMZ/?igsh=MXBoZHLvZDcwNGtycQ==
Dokumentasi	

Tabel 4.11 menunjukkan hasil unggahan konten Reels ke-9 yang berjudul "Anak senja wajib kesini!". Konten ini diunggah pada tanggal 24 Juli 2025 melalui platform Instagram. Berdasarkan data yang tercantum, video tersebut berhasil memperoleh sebanyak 3.062 penonton, 226 suka, dan

4 komentar. Hasil ini menunjukkan bahwa konten tersebut mendapatkan perhatian yang cukup besar dari audiens.



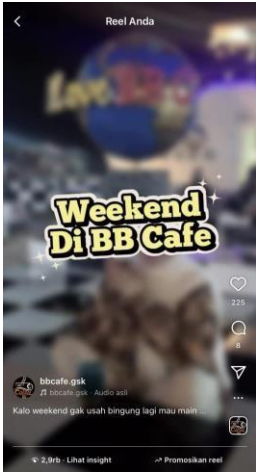
Gambar 4. 18 Interaksi komentar Reels #9

Salah satu komentar yang masuk berasal dari akun *raizaaque*, yang menuliskan, “wow baguss bgt viewnya ☺☺”. Komentar ini menunjukkan kekaguman pengguna terhadap pemandangan yang ada dalam foto. Menanggapi hal tersebut, akun *bbcafe.gsk*, selaku pembuat konten, membalas dengan respon yang menunjukkan suasana santai dan akrab, yaitu “cocok buat anak senja nih kak☺”. Respon ini mengindikasikan bahwa tempat tersebut sangat cocok bagi mereka yang suka menikmati suasana senja.

10. Hasil interaksi konten Reels #10

Tabel 4. 12 Hasil unggahan konten Reels #10

Judul	5 ribu bisa main sepuasnya!!!
Tanggal unggah	24 Juli 2025
Hasil	Penonton: 2.938 Suka: 225 Komentar: 4
Tautan	https://www.instagram.com/reel/DMfXlh1vDmJ/?igsh=a24wN2E2cTdwdW0y

Dokumentasi	
---------------------------	--

Tabel 4.12 menunjukkan hasil dari unggahan konten Reels berjudul "Weekend di BB Cafe" yang diunggah pada 24 Juli 2025. Konten ini menampilkan live music di BB Cafe yang mengundang audiens untuk menikmati suasana seru di akhir pekan. Berdasarkan data yang ada, unggahan ini berhasil memperoleh 2.938 penonton, 225 suka, dan 4 komentar. Hasil ini menunjukkan bahwa konten tersebut mendapatkan perhatian yang cukup besar dari audiens.



Gambar 4. 19 Interaksi komentar Reels #10

Gambar tersebut menunjukkan interaksi antara pengguna dengan akun *story.1103_* dan pembuat konten *bbcafes.gsk*. Pengguna dengan akun *story.1103_* berkomentar, "Wah baru tau ada live musicnya juga," yang

menunjukkan bahwa ia baru mengetahui adanya acara live music di tempat tersebut. Sebagai balasan, akun *bbcafes.gsk* yang merupakan pembuat konten menanggapi dengan ramah, "ada dong kak ☐☐," menegaskan adanya live music dan menyampaikan suasana yang menyenangkan dengan tambahan emoji. Interaksi ini tidak hanya memperlihatkan keakraban antara pengguna dan pembuat konten, tetapi juga memberikan informasi kepada penonton atau pengikut lain yang mungkin belum tahu tentang fasilitas live music yang ada. Dengan cara ini, *bbcafes.gsk* memberikan informasi secara langsung kepada audiens mereka, yang bisa meningkatkan ketertarikan untuk datang ke acara tersebut.

Berdasarkan hasil analisis interaksi konten Reels yang telah diunggah oleh BB Cafe, dapat disimpulkan bahwa konten-konten tersebut secara keseluruhan berhasil menarik perhatian dan interaksi positif dari audiens. Mulai dari konten promosi makanan, rekomendasi tempat, hingga informasi acara live music, setiap unggahan mendapatkan respons yang baik. Hal ini terlihat dari jumlah penonton yang bervariasi, serta interaksi aktif berupa suka dan komentar yang menunjukkan keterlibatan audiens. Respons dari audiens tidak hanya sebatas apresiasi, tetapi juga pertanyaan dan ajakan untuk berkunjung, yang dijawab secara ramah dan responsif oleh pihak BB Cafe. Komunikasi dua arah ini efektif dalam membangun hubungan yang kuat dengan audiens dan memperkuat citra BB Cafe sebagai tempat yang ramah, nyaman, dan responsif. Interaksi ini juga menjadi indikator keberhasilan strategi promosi digital BB Cafe, yang berhasil mengonversi minat audiens menjadi ajakan untuk berkunjung langsung.

4.6 Hasil Keberhasilan Proyek

Berdasarkan hasil survei, keberhasilan proyek diukur dengan membandingkan tingkat minat kunjungan calon pelanggan sebelum dan sesudah pelaksanaan produksi konten video Reels Instagram. Pada tahap pra-produksi, sebanyak 55 responden dengan hasil menunjukkan tingkat minat berkunjung ke BB Cafe sebesar 40%, atau sekitar 22 orang. Setelah seluruh

konten diproduksi, dilakukan survei pasca-produksi kepada responden yang sama, namun 4 orang tidak merespons saat dihubungi kembali, sehingga jumlah responden pasca-produksi menjadi 51 orang.

Hasil survei pasca-produksi menunjukkan bahwa 88,2% responden (sekitar 45 orang) menyatakan “Ya, dalam waktu dekat” ketika ditanya mengenai minat berkunjung ke BB Cafe setelah menonton video, sedangkan 11,8% responden lainnya menjawab “Mungkin”. Tidak terdapat responden yang memilih “Tidak sama sekali”. Dengan demikian, terjadi peningkatan minat kunjungan yang signifikan dibandingkan kondisi sebelum produksi konten.

Temuan ini menunjukkan bahwa produksi video Reels Instagram memberikan pengaruh positif terhadap minat berkunjung. Sebagian besar responden menilai bahwa informasi yang disampaikan melalui video jelas, mudah dipahami, dan efektif dalam menyampaikan pesan promosi. Hal ini menegaskan bahwa pemanfaatan Instagram Reels merupakan strategi promosi yang berhasil menarik minat kunjungan.

4.7 Sustainability

Agar hasil dari proyek tugas akhir ini dapat memberikan dampak yang berkelanjutan bagi mitra, strategi keberlanjutan dirancang dalam dua bentuk utama, yaitu keterlibatan langsung pemilik (owner engagement) dan transfer pengetahuan (knowledge transfer) melalui media edukatif.

1. Keterlibatan Langsung Pemilik, selama proses produksi konten promosi, pemilik BB Cafe akan dilibatkan secara langsung dalam tahapan pra-produksi, produksi, hingga evaluasi. Keterlibatan ini bertujuan agar pemilik memahami pentingnya promosi digital dan dapat mengenali elemen-elemen visual yang menarik audiens. Dengan pengalaman langsung dalam proses pembuatan konten, diharapkan pemilik akan lebih percaya diri dan terdorong untuk melanjutkan kegiatan promosi secara mandiri setelah proyek selesai.

2. Transfer Knowledge melalui modul, sebagai bentuk pelatihan mandiri dan dokumentasi pengetahuan, penulis akan menyusun sebuah modul yang diberikan kepada pemilik BB Cafe. Modul ini berfungsi sebagai panduan praktis untuk membuat dan mengelola konten promosi secara konsisten di media sosial. Modul ini disusun dengan bahasa yang mudah dipahami, ilustrasi visual, serta contoh nyata yang diambil dari proyek konten BB Cafe. Dengan adanya media modul ini, pemilik kafe memiliki referensi jangka panjang yang dapat digunakan secara fleksibel dan independen untuk mempertahankan aktivitas promosi digital di kemudian hari.

4.8 Hambatan dan Solusi

Selama tahap produksi, penulis menghadapi beberapa hambatan yang memengaruhi kelancaran proses pengambilan gambar. Salah satu kendala utama adalah faktor cuaca yang tidak menentu, mengingat proses syuting dilakukan di area outdoor BB Cafe dengan memanfaatkan pencahayaan alami. Perubahan kondisi cuaca mengharuskan penulis melakukan penjadwalan ulang agar tetap memperoleh hasil visual yang sesuai dengan konsep. Selain itu, keterbatasan peralatan produksi juga menjadi tantangan, karena proses pengambilan gambar hanya menggunakan satu kamera Canon EOS 60D dan satu perangkat ponsel iPhone 13. Kondisi ini membuat perekaman memerlukan waktu lebih lama untuk mendapatkan variasi sudut pengambilan gambar. Hambatan lain yang dihadapi adalah tingginya aktivitas pengunjung di area kafe, yang berpotensi mengganggu proses produksi dan kenyamanan pengunjung. Untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut, penulis menerapkan sejumlah solusi antara lain melakukan penjadwalan yang lebih fleksibel, mengoptimalkan penggunaan peralatan yang tersedia, mengambil footage tambahan sebagai cadangan, serta menyesuaikan waktu pengambilan gambar agar tidak mengganggu operasional kafe. Proses evaluasi ini memberikan pengalaman berharga dalam mengelola produksi di lapangan dengan keterbatasan sumber daya, sekaligus meningkatkan

kemampuan adaptasi, efisiensi kerja, dan komunikasi dengan pihak terkait pada proyek-proyek selanjutnya.

Untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut, penulis menerapkan sejumlah solusi, antara lain melakukan penjadwalan yang lebih fleksibel, mengoptimalkan penggunaan peralatan yang tersedia, mengambil footage tambahan sebagai cadangan, serta menyesuaikan waktu pengambilan gambar agar tidak mengganggu operasional kafe. Proses evaluasi ini memberikan pengalaman berharga dalam mengelola produksi di lapangan dengan keterbatasan sumber daya, sekaligus meningkatkan kemampuan adaptasi, efisiensi kerja, dan komunikasi dengan pihak terkait pada proyek-proyek selanjutnya.