

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV ini menguraikan hasil dan pembahasan dari proyek Tugas Akhir yang telah dilaksanakan, dengan mengaitkan temuan tersebut pada teori dan metode yang telah direncanakan pada Bab III. Pada proyek Tugas Akhir ini, produk yang dihasilkan berupa konten video. Konten ini dibuat dengan mengimplementasikan Teori Dialog *communication theory*, penggunaan *hook* yang menarik di awal video, penggunaan lagu, serta interaksi melalui *caption* yang efektif, dalam meningkatkan pertumbuhan pengikut akun Instagram @Greenscreen.project.

4.1. 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.

4.1.1 Implementasi SSG dalam Produksi Tugas Akhir

Tabel 4.1 Implementasi *Standard Sequence Guide*

Konten	Perubahan	Rancangan	Hasil
1. Kenalan Sama <i>Greenscreen</i> (Perkenalan Band)	<i>Back Sound</i>	Suara <i>live band</i>	Separuh nafas – dewa 19
	Durasi	50 detik	20 detik
	<i>Scene</i>	Perkenalan secara manual dengan dialog langsung	Menampilkan cuplikan video personil dan perkenalan secara singkat tanpa dialog
2. Membawakan Cover lagu pop	<i>Back Sound</i>	Suara <i>live band</i>	Suara <i>live band</i>
	Durasi	60 detik	91 detik
	<i>Scene</i>	Menampilkan cover lagu pop secara <i>live</i>	Menampilkan cover lagu pop secara <i>live</i>

Konten	Perubahan	Rancangan	Hasil
3. Minta <i>Request Lagu!</i>	<i>Back Sound</i>	<i>Live band</i>	<i>CapCut Sound - Br'z newspaper</i>
	Durasi	60 detik	20 detik
	<i>Scene</i>	Dialog yang mengajak request	Update jadwal dan menyediakan ajakan untuk request dalam caption
4. Membawakan <i>request audiens</i>	<i>Back Sound</i>	<i>Live band</i>	<i>Live band</i>
	Durasi	60 detik	51 detik
	<i>Scene</i>	Membawakan request lagu secara <i>live</i>	Membawakan request lagu secara <i>live</i>
5. Penonton tergokil	<i>Back Sound</i>	Original sound <i>Greenscreen</i>	<i>Live band sound</i>
	Durasi	45 detik	25 detik
	<i>Scene</i>	Shoot animo penonton ketika <i>live</i>	Mengambil moment penonton mengikuti tren velocity
6. Mengcover lagu viral secara <i>live</i>	<i>Back Sound</i>	<i>Live band</i>	<i>Live band</i>
	Durasi	60 detik	69 detik
	<i>Scene</i>	Mengcover lagu	Mengcover lagu
7. POV “Vokalis Saat <i>Live</i> ”	<i>Back Sound</i>	<i>Live band</i>	<i>Live band</i>
	Durasi	45 detik	47 detik
	<i>Scene</i>	Menampilkan performa pov dari seorang vokalis	Prank vokalis kepada penonton <i>live</i>

Konten	Perubahan	Rancangan	Hasil
8. Satu Hari Jadi <i>Drummer</i> (Noval's POV)	<i>Back Sound</i>	<i>Live band</i>	<i>Live band</i>
	Durasi	45 detik	49 detik
	<i>Scene</i>	Menampilk an performa pov dari drummer	Menampilkan aksi mengubah bit lagu di tengah perform
9. Kata mereka soal <i>Greenscreen</i>	<i>Back Sound</i>	<i>Original sound</i>	Original sound
	Durasi	30 detik	34 detik
	<i>Scene</i>	<i>Menampilkan review dari para penonton soal Greenscreen</i>	Menampilkan pendapat tentang <i>Greenscreen</i> dari penonton
10. <i>Recap moments</i>	<i>Back Sound</i>	<i>Live band</i>	Kiss you – one direction
	Durasi	45 detik	49 detik
	<i>Scene</i>	Menampilkan ulasan momen momen penonton saat <i>live</i> bersama <i>Greenscreen</i>	Menampilkan ulasan momen momen penonton saat <i>live</i> bersama <i>Greenscreen</i>

4.1.2 Proses Syuting Video Tugas Akhir

Proses syuting video dalam proyek Tugas Akhir ini melibatkan pemilihan talent, lokasi pengambilan gambar, hingga peralatan produksi yang digunakan. Setiap komponen tersebut dipertimbangkan dengan serius untuk memastikan kualitas hasil akhir yang baik. Talent yang terlibat dalam pembuatan konten ini terdiri dari beberapa individu, yaitu Mitha, Kidung, Noval, Nino, dan para karyawan serta *customer* Oombe, yang memainkan peran penting dalam setiap video yang diproduksi.

Proses syuting ini memakan waktu selama tujuh hari, dengan pemilihan lokasi yaitu di Oombee *self bar*. Lokasi ini dipilih menyesuaikan tempat *live music* dari *Greenscreen*.



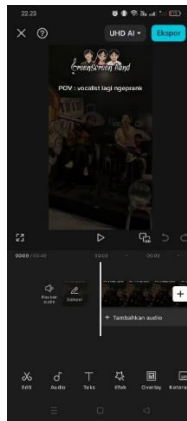
Gambar 4. 1 Syuting *Greenscreen* di Lokasi Oombe Self Bar

Teknik pengambilan gambar menggunakan berbagai metode yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik masing-masing konten. Pada video konten metode pengambilan gambar menggunakan kamera *handphone*, yang dikombinasikan dengan *medium shoot* dan *zoom shoot*. Pemilihan teknik ini bertujuan untuk memberikan variasi visual yang menarik. Dengan perencanaan dan eksekusi yang teliti, proses syuting ini diharapkan dapat menghasilkan konten video yang berkualitas dan mampu menarik perhatian *audiens* di *platform* Instagram.

4.1.3 Proses Mengedit Video

Selesai syuting 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. Penentuan *angel* di setiap *scene* sangat diperhatikan agar *audiens* merasakan interaksi dengan konten *Greenscreen*.
3. Masukkan *teks* yang disesuaikan dengan setiap klip video agar sesuai.
4. Penentuan jenis *font* dan komponen hiasan pada setiap klip video agar menarik.
5. Masukkan *backsound* dan lagu yang cocok untuk setiap konten.
6. Menambahkan *sound effect* pada beberapa klip video agar tidak monoton.



Gambar 4. 2 *Editing Video*

Proses yang dilakukan dalam mengoptimalkan produksi konten manajemen musik pada platform Instagram *@Greenscreen.project*, perlu dilakukan berbagai langkah yang kompleks sebagai upaya untuk meningkatkan pertumbuhan *likes*, *viewers*, *followers*.

Sebagai langkah terakhir, ajakan (*Call to Action*) diperkenalkan untuk mengarahkan penonton agar mengikuti DSI. Ajakan ini disampaikan baik melalui talent di dalam video maupun melalui *bumper out* yang ditampilkan di setiap akhir konten. *Bumper out* tersebut memuat logo *Oombee Self Bar*, sebagai bentuk kolaborasi antara kedua pihak. Kolaborasi ini diharapkan dapat memberikan jangkauan yang setara bagi kedua institusi tersebut.

4.1.4 Pembuatan *Caption*

Salah satu taktik mendapatkan perhatian *audiens* adalah dengan *caption* yang interaktif dan menarik. Dalam pembuatan *caption*, penyesuaian dilakukan berdasarkan konten yang ditampilkan agar relevan dan menarik bagi *audiens*. Selain itu, penggunaan simbol 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 *#livemusic*, *#fyp*, dan *#Greenscreen*, berfungsi untuk menciptakan keterhubungan antar konten. Tujuan utama dalam menggunakan simbol tagar yang konsisten ini supaya konten-konten yang relevan lebih mudah ditemukan oleh *audiens* ketika mereka mencari menggunakan simbol tagar tersebut. Ini memastikan bahwa setiap konten terintegrasi dalam satu kesatuan yang kohesif dan lebih mudah diakses melalui pencarian berbasis tagar.

Tabel 4. 2 *Caption* Konten

1. Kenalan Sama <i>Greenscreen</i> (Perkenalan Band)	2. Membawakan <i>Cover lagu pop</i>
Yuk kita kenalan sama personil <i>GREENSCREEN PROJECT</i> kira kira mana nih idola kalian ? Hihi yuk tulis di kolom komentar yaa  Gambar 4. 3 Perkenalan dengan personil <i>Greenscreen</i>	Kalian kalo punya mesin waktu kira kira mau ngajak pacar atau mantan nih hehehe? Tapi kalo nongkrong buat nonton dan seru seruan bareng <i>GREENSCREEN</i> boleh kok ajak semuanya , apalagi ikutan <i>request</i> Yuk kira kira kalian pengen request lagu apa nih ? Tulis di kolom komentar yuk !!! #fyp #reelsinstagram #mesinwaktu #coverlagu #band #galau  Gambar 4. 4 <i>Membawakan Cover Lagu Pop</i>

3. Minta <i>Request</i> Lagu!	4. Membawakan <i>Request</i> Audiens
Nih buat yang kemarin sering tanya <i>Greenscreenn live</i> setiap hari apa yah? , kita <i>on stage</i> setiap Kamis dan Sabtu yaa bestiee , yukk aman kan seatmu di ombee bar <i>#reelsinstagram #band #fyp #livemusicsemarang #livemusic</i>  Gambar 4. 5 Minta <i>Request</i> Lagu	Kita <i>accept request</i> dari kalian nih guys , next nya ada req apa lagi nihhhh? <i>#reelsinstagram #band #fyp #livemusicsemarang #livemusic #shesgone #steelheart</i>  Gambar 4. 6 Membawakan <i>Request</i> Audience

5. Penonton Tergokil	6. Mengcover Lagu Viral Secara Live
Seru banget nihhhh , bisa Velocity an bareng Greenscreen next bisa bikin trend apalagi ya bareng Greenscreen? #velocity #reelsinstagram #band #fyp #livemusicsemarang #livemusic #Greenscreen  Gambar 4. 7 Penonton Tergokil	Okeee kali ini kita <i>accept</i> lagi <i>request</i> dari para <i>customer</i> @newoombeeselfbar.official dan juga dari netizen hihi Mangu - @fourtwntymusic siapa nih disini yang kisah nya kaya gini? Perasaan nya sama tapi kiblatnya berbeda huhu sedih bgt #reelsinstagram #band #fyp #livemusicsemarang #livemusic #mangu #fourtwnty  Gambar 4. 8 Mengcover Lagu Viral Secara Live

7. POV “Vokalis Saat Live”	8. Satu Hari Jadi Drummer (Noval’s POV)
Di Prank temen ✕ Di Prank vocalist ✓ Siapanih temen temen yang ke prank ? Song : Emang dasar - wali @wali_band_official #emangdasar #reelsinstagram #band and #fyp #livemusicsemarang #livemusic  Gambar 4. 9 Vokalis Saat Live	Drummer kita emang lagii aktif aktifnya banget nih hahahah yang pengen seru seruan bareng Greenscreen, bisa banget nihhh atau mauuu undang Greenscreen di event kalian jg bisa banget hehehe Song : Pergilah Kasih - Chrisye #reelsinstagram #band #fyp #livemusicsemarang #livemusic #Greenscreen #pergilahkasih #chrisye  Gambar 4. 10 Satu Hari Menjadi Drummer Aktif (Noval’s POV)

9. Kata Mereka Soal Greenscreen	10. Recap Moment's
Ini nih kata mereka buat <i>Greenscreen</i> kalooo kamu kira kira mau ngomong apa nih buat <i>Greenscreen</i>? #reelsinstagram #band #fyp #livemusicsemarang #livemusic #Greenscreen  Gambar 4. 11 Kata Mereka Soal <i>Greenscreen</i>	Ini recap keseruan bareng <i>Greenscreen</i> siapa nih yang udah pernah ikut seru seruan bareng kita ? Gimana? pasti nagih kan hehehe #reelsinstagram #band #fyp #livemusicsemarang #livemusic #Greenscreen  Gambar 4.12 Recap Keseruan Bareng <i>Greenscreen</i>

4.2 Publikasi Tugas Akhir

4.2.1 *Timeline* Publikasi Konten

Timeline dalam publikasi sebuah konten harus diperhatikan dengan menyesuaikan karakter konten dan waktu tayang yang tepat. Berikut implementasi *timeline* dan karakter setiap konten yang telah melalui proses unggah di media sosial.

Tabel 4. 3 *Timeline* Publikasi Konten

Konten	Waktu	Bulan Juli - Agustus 2025									
		Sel	Kam	Sab	sen	rab	Jum	min	sel	Kam	sab
		7	9	11	13	15	17	19	21	23	25
Kenalan Sama Greenscreen (Perkenalan Band)	18.00										
Membawakan Cover Lagu Pop	18.00										
Minta Request Lagu!	18.00										
Membawakan Request Audiens	18.00										
Penonton Tergokil	18.00										
Mengcover Lagu Viral Secara Live	18.00										
Pov Vokalis Saat Live	18.00										
Satu Hari Jadi Drummer (Noval's POV)	18.00										
Kata Mereka Soal Greenscreen	18.00										
Recap Moment's	18.00										

4.3 Publikasi Konten

Publikasi konten adalah bagian utama dalam penerapan rancangan yang telah dibuat pada bab sebelumnya. Konten akan dipublikasi melalui akun Instagram *@Greenscreen.project* yang dapat diakses pada tautan di bawah.

Tabel 4. 4 Tautan Konten Instagram @Greenscreen.project

KONTEN	TANGGAL PUBLIKASI	TAUTAN VIDEO
1. Kenalan Sama Greenscreen (Perkenalan Band)	18 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DMPkaE5Stiy/?igsh=emw1cGcwYTJkZTEw
2. Membawakan Cover lagu pop	23 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DMcrHzGSdvP/?igsh=NmVyYXc5aXgyMXd3
3. Minta <i>Request</i> Lagu!	24 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DMfOqDiyWUD/?igsh=MXdydmJhYmdob2dybw==
4. Membawakan <i>Request Audiens</i>	29 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DMr7CB0SvDk/?igsh=MWdpOThkdG5ocTJqZA==
5. Penonton Tergokil	30 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DMuP4M5yzQQ/?igsh=MXFtNml2d3F4YWcwZw==
6. Mengcover Lagu Viral Secara <i>Live</i>	30 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DMus8fbya0l/?igsh=OHJrdDQxNnJ2aHdm
7. Pov Vokalis Saat <i>Live</i>	6 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DNAyT2QS0i6/?igsh=MzN2dGVtM29kaXR1

KONTEN	TANGGAL PUBLIKASI	TAUTAN VIDEO
8. Satu Hari Jadi Drummer (Noval's POV)	7 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DNDSXEMht2l/?igsh=MXNieHNpM2RkOHg2ZA==
9. Kata Mereka Soal Greenscreen	8 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DNF3LW8Rxfj/?igsh=aHRyMGpuMjRpZ3Jv
10. <i>Recap Moment's</i>	9 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DNlig-NhqGd/?igsh=MTlqbWs5a2s0YXZwMA==

4.3.1 Hasil Review dari Pihak @Greenscreen.project

Proyek Tugas Akhir ini melibatkan pihak grup band pop @Greenscreen, sebagai pelaksana proyek meminta *review* langsung dari pihak manajemen band. Pada awal perancangan tugas akhir, narasumber utama dari pihak Greenscreen adalah Kidung (*leader* sekaligus gitaris), namun pada tahap publikasi dan evaluasi, proses wawancara diambil alih oleh Mitha (vokalis) mewakili seluruh anggota band.

Mitha menyampaikan bahwa pihak Greenscreen merasa sangat puas dengan hasil proyek konten yang dihasilkan untuk akun Instagram @Greenscreen.project. Menurutnya, konsep yang ditampilkan dalam setiap video Reels sangat relevan dengan identitas musik Greenscreen sehingga berhasil menunjukkan kepribadian band secara natural. Teknik pengambilan gambar yang menggunakan sudut dinamis dalam pembuatan konten terlihat lebih kreatif, variatif, dan profesional.

Script yang dibangun setiap video dianggap berhasil memperlihatkan sisi unik Greenscreen, baik dari proses latihan, interaksi antar anggota, hingga momen penampilan *live* di panggung. Editing yang rapi dengan pemilihan musik latar yang tepat juga dinilai memikat perhatian *audiens*. *Caption* yang dibuat mampu mengundang interaksi, terutama karena menggunakan bahasa santai yang dekat dengan target *audiens*, disertai ajakan untuk

berkomentar atau membagikan pendapat.

Setelah publikasi konten, pihak *Greenscreen* melihat adanya peningkatan signifikan pada jumlah pengikut Instagram dan interaksi, yang menunjukkan bahwa konten tersebut berhasil meningkatkan kesadaran publik terhadap keberadaan band. Meskipun demikian, Mitha menyarankan agar ke depannya penggunaan *angle* pengambilan gambar dibuat lebih bervariasi untuk menghindari kejenuhan visual, alur cerita yang digunakan dalam video dibuat lebih beragam, serta penambahan *call to action* yang lebih kuat di *caption* untuk mendorong *audiens* melakukan tindakan seperti mengikuti akun, menghadiri penampilan *live*, atau membagikan konten.

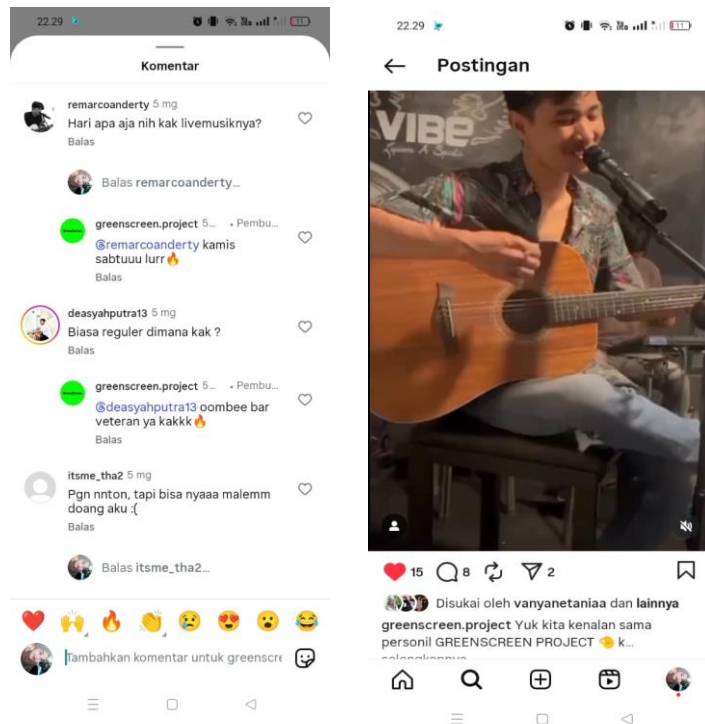
4.4 Evaluasi Tugas Akhir

4.4.1 Pembahasan Hasil Produksi Tugas Akhir

Setiap konten yang telah dipublikasikan pada akun Instagram *@Greenscreen.project* dilakukan analisis konten untuk mengukur efektivitas strategi produksi konten dalam mencapai target pertumbuhan pengikut. Evaluasi dilakukan dengan memperhatikan indikator *Key Performance Indicator* (KPI) yang ditetapkan, meliputi jumlah *likes*, *views*, komentar, dan penambahan pengikut.

Analisis ini berfungsi untuk mengidentifikasi trend performa yang dibuat untuk memberikan masukan dan perbaikan strategi kreatifitas konten ke depannya bagi tim *@Greenscreen.project*. Secara umum, penerapan *Dialogic Communication Theory* terlihat lebih efektif pada konten yang mengajak *audiens* untuk berinteraksi, baik melalui ajakan langsung di *caption* maupun respon terhadap permintaan *audiens*.

a. Kenalan Sama *Greenscreen* (Perkenalan Band)



Gambar 4. 11 Perkenalan denngan personil *Greenscreen*

Dipublikasikan sebagai konten perkenalan awal, video ini berhasil meraih **793 views**, **15 likes** dan **8 komentar**. Tingginya jumlah komentar menunjukkan bahwa format perkenalan efektif menarik interaksi, terutama dari *audiens* yang baru mengenal band. Implementasi yang dilakukan dari *Dialogic Communication Theory* dalam konten ini terlihat dari ajakan berinteraksi di kolom komentar. Pada konten ini belum terdapat pertumbuhan pengikut karena belum adanya aktifitas promosi konten.

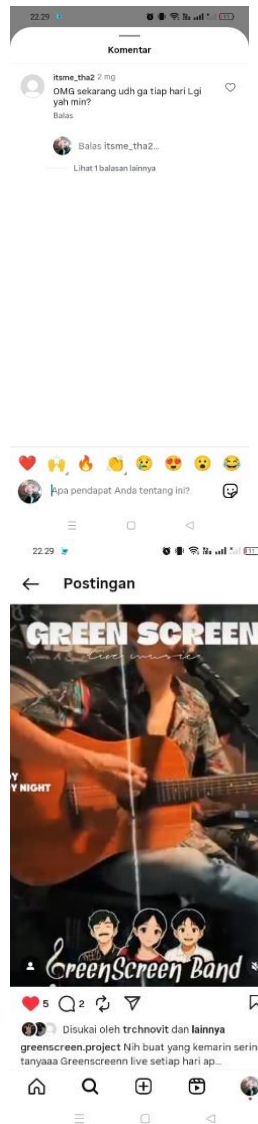
b. Membawakan Cover Lagu Pop



Gambar 4. 12 Membawakan Cover Lagu Pop

Konten ini memperoleh **604 views** dan **6 likes**, **5 komentar**. Meskipun jumlah *likes* tidak terlalu tinggi, konversi terhadap komentar termasuk signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan lagu populer dapat menjadi daya tarik utama untuk menarik *audiens* baru. Potensi peningkatan *engagement* bisa dicapai dengan menambahkan *call to action* di *caption*, seperti mengajak *audiens* memberi pendapat atau merekomendasikan lagu lain. Pada konten ini juga belum terdapat pertumbuhan pengikut karena belum melakukan promosi konten.

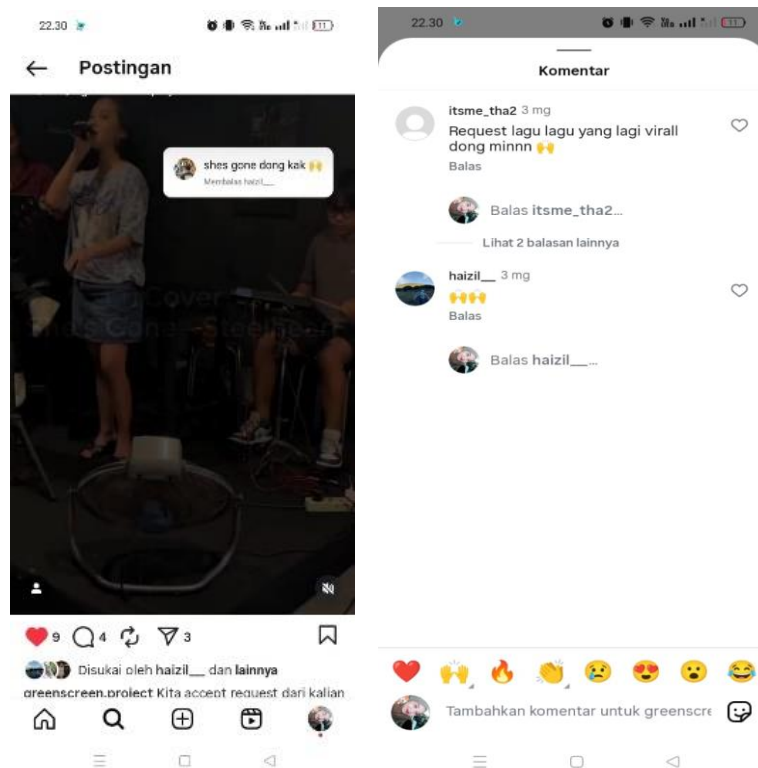
c. Minta Request Lagu!



Gambar 4. 13 Minta Request Lagu

Dengan **270 views** , **5 likes**, dan **2 komentar** konten ini menunjukkan kekuatan interaksi personal. Meski *views* rendah, format ini memberi ruang partisipasi langsung bagi audiens. Hal ini sejalan dengan prinsip *mutuality* dalam *Dialogic Communication Theory*, di mana *audiens* merasa dilibatkan dalam proses.

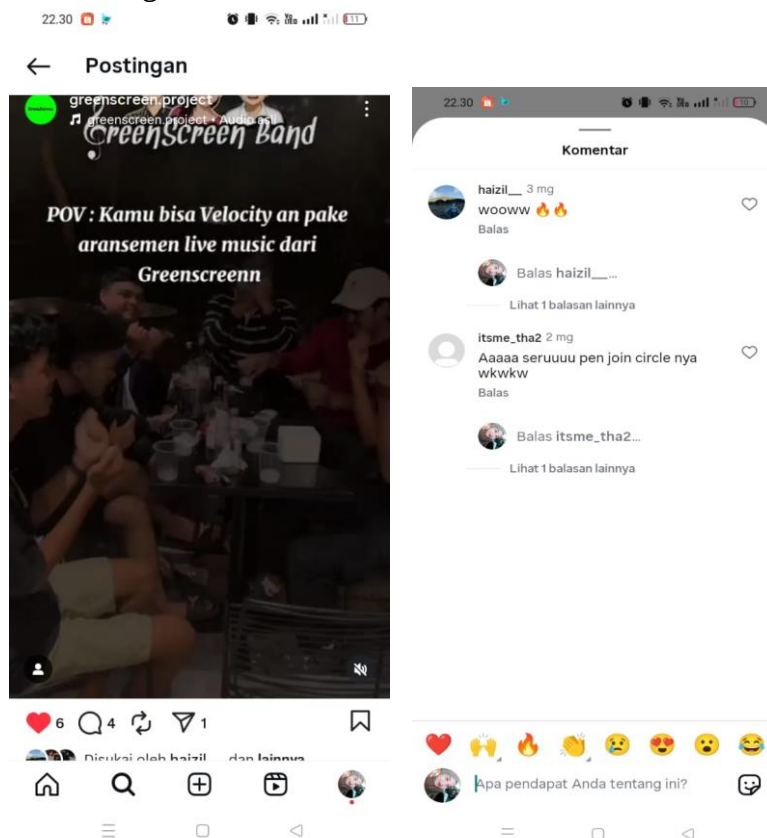
d. Membawakan *Request Audience*



Gambar 4. 14 Membawakan *Request Audience*

Konten ini meraih **809 views**, **9 likes**, **4 komentar**, dan **2 pengikut** baru. Respon positif ini membuktikan bahwa menindaklanjuti permintaan audiens dapat menciptakan hubungan yang lebih erat. Format ini memperlihatkan bahwa band benar-benar memperhatikan masukan pengikutnya, yang menjadi salah satu kunci membangun komunitas penggemar. Pada konten ini sudah mulai ada pertumbuhan pengikut yang diartikan sudah ada ketertarikan para audiens didukung dengan adanya promosi konten.

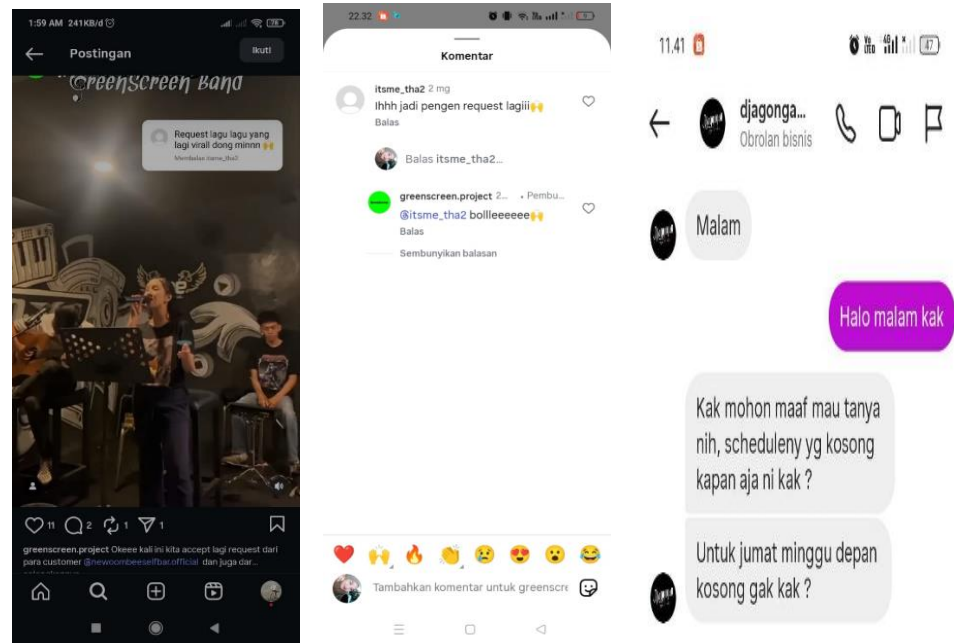
e. Penonton Tergokil



Gambar 4. 15 Penonton Tergokil

Hasilnya adalah **558 views**, **6 likes**, **4 komentar**, dan **5 pengikut** baru. Konten ini menonjol karena menampilkan momen spontan di panggung, yang cenderung disukai audiens karena terlihat autentik. Meski jumlah *likes* rendah, penambahan pengikut cukup signifikan, menandakan bahwa momen emosional dapat memicu koneksi yang lebih dalam antara band dan penonton. Pada konten ini pertumbuhan pengikut paling tinggi walaupun belum memenuhi target KPI yang berarti bahwa konten yang melibatkan audiens dinilai lebih menarik para audiens untuk mengikuti social media *Greenscreen*.

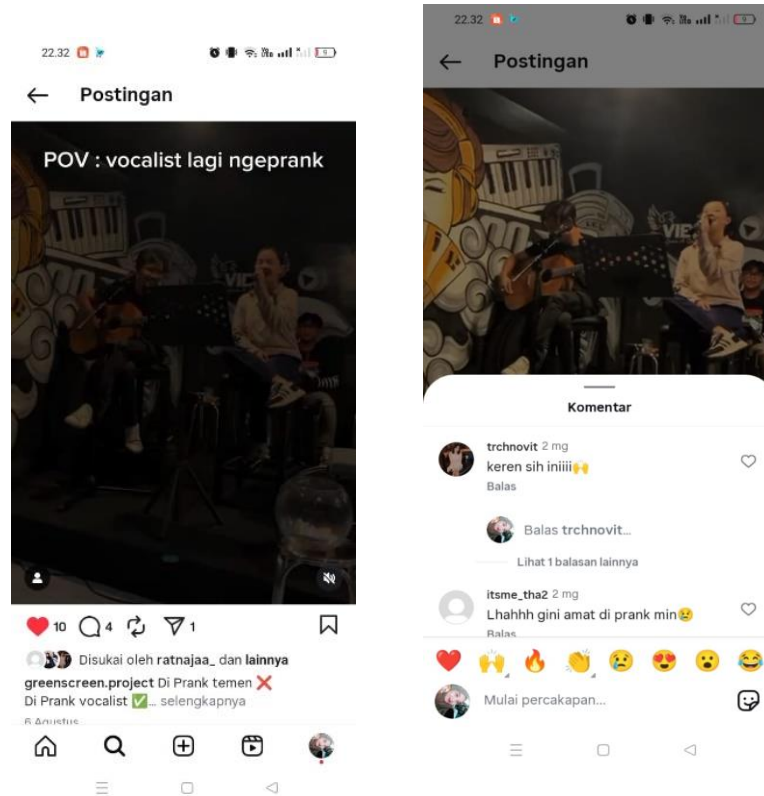
f. Mengcover Lagu Viral Secara *Live*



Gambar 4. 16 Mengcover Lagu Viral Secara *Live*

Konten ini mendapatkan **539 views**, **11 likes**, **2 komentar**, dan **1 pengikut** baru. Menggunakan lagu viral membantu menjangkau audiens yang lebih luas, namun rendahnya komentar mengindikasikan kurangnya stimulus untuk berdiskusi. Ke depannya, konten seperti ini bisa dikombinasikan dengan ajakan menulis pendapat di kolom komentar untuk meningkatkan interaksi. Pada Video ini *Greenscreen* juga mulai dilirik oleh para pemilik tempat usaha yang membutuhkan hiburan *live music* seperti *Greenscreen* ini.

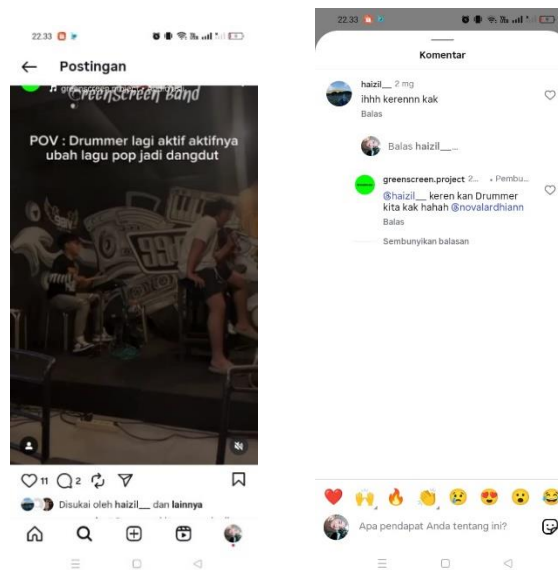
g. POV Vokalis Saat *Live*



Gambar 4. 17 **POV**
Vokalis Saat Live

Memperoleh **916 views**, **10 likes**, **4 komentar**, dan **1 pengikut** baru, ini menjadi salah satu konten dengan performa views tertinggi. Format *point of view* vokalis menawarkan perspektif unik yang jarang ditampilkan. Konsep ini berhasil memberikan pengalaman personal bagi audiens, membuat mereka merasa seolah ikut berada di atas panggung.

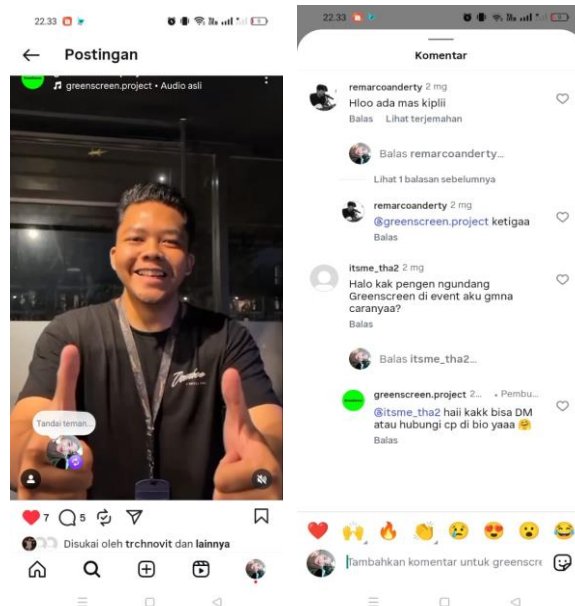
h. Satu Hari jadi *Drummer* (Noval POV)



Gambar 4. 18 *Drummer* aktif

Konten ini menghasilkan **400 views**, **11 likes**, **2 komentar**, dan **1 pengikut** baru. Perspektif dari sudut pandang drummer memberikan kreatifitas dan inovatif yang menarik pada konten band. Meskipun jumlah views tidak setinggi konten lain, *engagement* dari sisi *likes* cukup stabil, menunjukkan bahwa *audiens* menghargai kreatifitas dan inovatif dari peran yang dimainkan @Greenscreen.project.

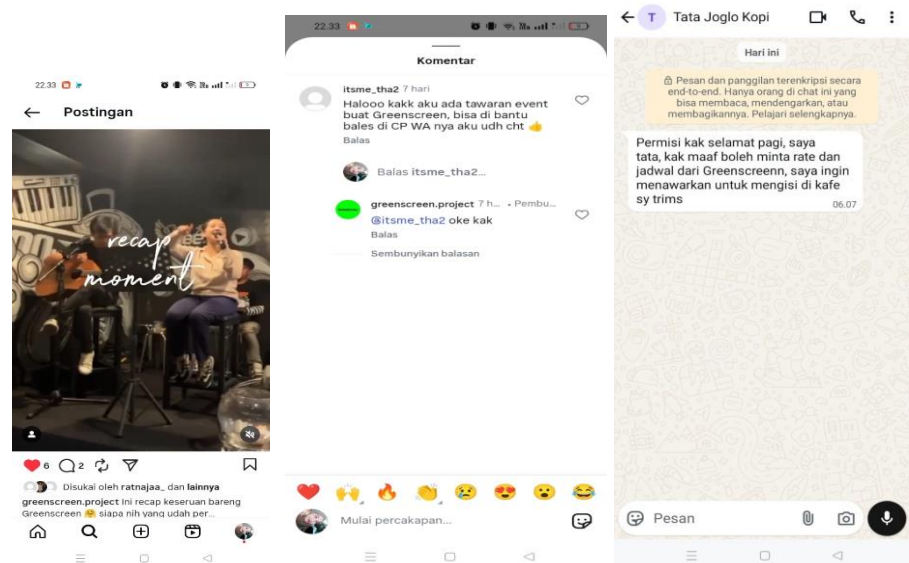
i. Kata Mereka Soal *@Greenscreen.project*



Gambar 4. 19 Kata Mereka Soal *@Greenscreen.project*

Mendapat **256 views**, **7 likes**, **5 komentar**, dan **1 pengikut** baru. Meskipun dengan jangkauan yang sedikit rendah, masih terdapat pertumbuhan rasio pengikut baru. Hal ini menunjukkan bahwa format testimoni atau opini dari pihak ketiga cukup efektif membangun kepercayaan dan kredibilitas.

j. *Recap moments*



Gambar 4. 20 *Recap Keceruan Bareng Greenscreen*

Hasil evaluasi publikasi konten video ini terdapat beberapa indikator keberhasilan

yaitu *viewers* sebanyak 298, jumlah *like* 9, jumlah komentar 3, dan penambahan pengikut sebanyak 2 akun. Pada Video ini juga berhasil menarik para pemilik event untuk menggunakan jasa entertainment dari *Greenscreen*.

4.4.2 Tabel Overview Hasil Publikasi Konten

Hasil pembahasan dari evaluasi publikasi setiap konten yang telah dijabarkan pada poin sebelumnya disajikan dalam tabel *overview* antara target *key performance indicator* yang sudah dibuat dengan *insight* setiap konten setelah dipublikasi. Berikut tabel *overview* untuk setiap konten.

Tabel 4. 5 Overview Hasil Publikasi Konten

KONTEN	INTERAKSI	TARGET	HASIL
1. Kenalan Sama <i>Greenscreen</i> (Perkenalan Band)	Like	10	16
	Viewers	50	793
	Komentar	2	8
	Pertambahan Pengikut	2	-
2.Membawakan Cover Lagu Pop	Like	10	6
	Viewers	100	604
	Komentar	2	5
	Pertambahan Pengikut	5	-
3. Minta Request Lagu!	Like	10	5
	Viewers	150	270
	Komentar	2	2
	Pertambahan Pengikut	5	-
4.Membawakan Request Audiens	Like	10	9
	Viewers	150	809
	Komentar	2	4
	Pertambahan Pengikut	5	2
5. Penonton Tergokil	Like	10	6
	Viewers	150	558
	Komentar	2	4
	Pertambahan Pengikut	5	5

KONTEN	INTERAKSI	TARGET	HASIL
6. Mengcover Lagu Viral Secara <i>Live</i>	<i>Like</i>	10	11
	<i>Viewers</i>	200	558
	Komentar	2	2
	Pertambahan Pengikut	5	1
7. POV Vokalis Saat <i>Live</i>	<i>Like</i>	10	10
	<i>Viewers</i>	200	916
	Komentar	2	4
	Pertambahan Pengikut	5	1
8. Satu Hari Jadi Drummer (Noval's POV)	<i>Like</i>	15	11
	<i>Viewers</i>	200	400
	Komentar	2	2
	Pertambahan Pengikut	10	1
9. Kata Mereka Soal <i>Greenscreen</i>	<i>Like</i>	15	7
	<i>Viewers</i>	250	256
	Komentar	2	5
	Pertambahan Pengikut	10	1
10. <i>Recap Moment's</i>	<i>Like</i>	15	6
	<i>Viewers</i>	250	298
	Komentar	2	3
	Pertambahan Pengikut	10	2

Dari data yang ditampilkan pada tabel 4.5 terlihat adanya variasi dalam pencapaian target setiap konten, dengan beberapa indikator mengalami peningkatan dan penurunan. Konten dengan melibatkan audiens terbukti efektif dalam meraih interaksi tinggi berupa *like*, komentar, dan *follow* walaupun belum mencapai target KPI. Dari seluruh konten belum ada yang berhasil memenuhi target KPI, dikarenakan ketika publikasi konten, promosi yang dilakukan sangat minim dan terhitung sempit karena hanya dipromosikan kepada teman terdekat saja. Hingga pada 9 Agustus 2025, 10 konten yang diproduksi telah dipublikasikan, menghasilkan peningkatan jumlah pengikut akun Instagram *@Greenscreen.project* dari 86 akun (18 Juli 2025) menjadi 99 akun (9 Agustus 2025), mencatat penambahan akun baru sebesar 13 pengguna.

4.4.3 Hambatan yang Dialami

1. Kurangnya rasa percaya diri .
2. Keterbatasan ruang gerak diatas panggung maupun *booth*.
3. Kurangnya manajemen waktu serta keterbatasan properti dalam proses syuting.
4. Kurang kreatif dalam menciptakan karya berupa lagu maupun instrument.
5. Kurangnya komunikasi antara pihak penyelenggara maupun pihak manajemen grup band.
6. Adanya aturan dari pihak manajemen grup band.
7. Adanya aturan hak cipta yang saat ini sedang ramai di perbincangkan secara publik, sehingga para grup band di tuntutan untuk menciptakan produk karya musiknya sendiri supaya Ketika tampil di panggung tidak dikenakan royalty.
8. Respon audiens yang hanya itu itu saja. Jangkauan audiens kurang luas.

4.4.4 Solusi

Seorang konten kreator wajib di perhatikan beberapa rencana supaya konten tersebut memperoleh *viewers* dan *likes* seperti:

- a. *script* untuk grup band secara kreatif tanpa melakukan plagiarisme dari konten orang lain (misal: dari gerakan badan, mimik wajah, rekaman suara) ,
- b. Melibatkan *audience* dengan cara mengajak naik keatas *booth/panggung* saat *live music*.
- c. Melakukan manajemen waktu yang baik untuk mengunggah *video official* dari akun Instagram grup band yang bersangkutan.
- d. Menciptakan musik yang spesial dan *video official* bagi para *audience* baik dari instrument, video maupun dari vokalis nya dari grup band tersebut.
- e. Memperluas promosi konten tidak hanya ke orang orang terdekat

Ketika *viewers,likes, followers, audience* tidak sesuai yang di harapkan dari sebuah grup band , maka wajib untuk melakukan evaluasi pada konten yang di unggah, maupun pada saat melakukan *live* di lokasi, untuk memperbaiki atau membuat kreativitas *music* yang lebih baik dari konten dan grup band tersebut, supaya orang yang belum mengunjungi akun dari konten grup band tersebut memiliki rasa penasaran dari penampilan grup band, tugas utama dari musisi wajib menciptakan lagu special dan konten dari musisi tersebut.