

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

Rojoweni Alam merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang produksi sabun berbahan dasar alami yang berlokasi di Kota Semarang. Dalam aktivitas pemasarannya, Rojoweni Alam memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram dan WhatsApp, sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan konsumen. Produk yang dihasilkan mengedepankan penggunaan bahan-bahan natural yang lebih aman bagi kulit serta ramah terhadap lingkungan, sehingga memiliki nilai lebih di tengah meningkatnya minat masyarakat terhadap produk perawatan berbasis alami. Dengan keunggulan tersebut, Rojoweni Alam memiliki potensi untuk berkembang dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Namun demikian, potensi tersebut belum diimbangi dengan tingkat *brand awareness* yang optimal. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan, diketahui bahwa sebagian besar responden masih belum mengenal Rojoweni Alam dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa merek Rojoweni Alam belum sepenuhnya tertanam dalam benak masyarakat, sehingga belum menjadi pilihan utama ketika konsumen mencari produk perawatan berbahan alami. Permasalahan ini menjadi penting karena rendahnya *brand awareness* dapat mempengaruhi tingkat ketertarikan dan kepercayaan konsumen terhadap suatu merek. Meskipun produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik, tanpa adanya pengenalan yang cukup, informasi mengenai keunggulan tersebut tidak akan tersampaikan secara maksimal kepada masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih terarah untuk meningkatkan *brand awareness* Rojoweni Alam. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah melalui pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, dengan memproduksi konten yang lebih variatif, menarik, dan informatif. Penggunaan fitur *Reels* dinilai mampu membantu menarik perhatian audiens serta mempermudah penyampaian informasi secara lebih komunikatif. Dengan adanya pembuatan

konten Instagram *Reels*, diharapkan Rojoweni Alam dapat lebih dikenal oleh masyarakat dan meningkatkan pengenalan merek secara lebih luas.

4.2 Analisis Tahap Pra Produksi

4.2.1 Riset

Tahap riset dilakukan untuk memperoleh gambaran awal mengenai kondisi Rojoweni Alam, khususnya terkait tingkat pengenalan merek di kalangan masyarakat. Berdasarkan data kuesioner yang telah dikumpulkan, diketahui bahwa sebagian besar responden masih belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai Rojoweni Alam. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan merek tersebut belum banyak dikenal, sehingga diperlukan upaya yang lebih terarah untuk meningkatkan *brand awareness* agar merek dapat lebih mudah dikenali oleh audiens.

Selain itu, penulis juga melakukan peninjauan terhadap aktivitas media sosial Rojoweni Alam serta mendiskusikan temuan yang diperoleh bersama pemilik usaha, yaitu Emma Noviana. Melalui diskusi tersebut, diperoleh kebutuhan untuk mengembangkan konsep konten yang tidak hanya menarik, tetapi juga dapat digunakan secara berkelanjutan. Oleh karena itu, dipilih beberapa jenis konten seperti konten edukatif, informatif, *tips and trick*, *fun fact*, serta konten *selling* yang memiliki cakupan pembahasan luas dan fleksibel. Dengan pemilihan jenis konten tersebut, diharapkan Rojoweni Alam dapat terus mengembangkan ide konten secara mandiri dan tetap konsisten dalam memproduksi konten, meskipun pelaksanaan *project* telah selesai.

4.2.2 Standard Sequence Guide

Setelah konsep konten ditentukan, penulis bersama klien, yaitu Emma Noviana, kemudian merancang *Standard Sequence Guide* (SSG) sebagai acuan dalam proses produksi konten. SSG disusun untuk memastikan setiap konten memiliki alur yang jelas, mulai dari konsep visual hingga penyampaian pesan. Dalam penelitian ini, SSG yang dirancang berjumlah 10, sesuai dengan jumlah konten yang akan diproduksi. Namun, dalam proses

pelaksanaannya terdapat beberapa penyesuaian dari rancangan awal, sehingga implementasi konten menjadi lebih fleksibel. Adapun implementasi *Standard Sequence Guide* pada setiap konten yang telah diproduksi, yaitu:

1. Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide* 1

Tabel 4.1 Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide* 1

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1.	Deskripsi	<i>Scene</i> 6 <i>Close up</i> bahan alami (daun, minyak, herbal)	<i>Scene</i> 6 <i>Footage</i> produk sabun
2.	Musik	-	Massobeats – Rose Water
3.	Durasi	1'33"	1'18"

Berdasarkan Tabel 4.1, terdapat penyesuaian pada proses produksi konten. Perubahan dilakukan pada *scene* yang semula direncanakan menampilkan bahan alami, namun pada hasil akhir diganti menjadi *footage* produk sabun karena bahan alami yang akan digunakan sebagai objek pengambilan gambar telah habis. Meskipun demikian, perubahan tersebut tidak mengubah pesan utama yang ingin disampaikan dalam konten.

2. Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide* 2

Tabel 4.2 Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide* 2

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1.	Deskripsi	<i>Scene</i> 5 <i>Footage</i> penggunaan sabun	<i>Scene</i> 5 Penambahan <i>footage</i> produk sabun binahong di akhir narasi
2.	Musik	-	Massobeats - Memories
3.	Durasi	1'1"	1'9"

Berdasarkan Tabel 4.2, terdapat penambahan *footage* produk sabun binahong pada hasil akhir video. Penambahan tersebut dilakukan karena penggunaan *footage* sabun sebelumnya dinilai belum cukup untuk

mendukung penyampaian informasi mengenai produk secara lebih jelas kepada audiens.

3. Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide 3*

Tabel 4.3 Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide 3*

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1.	Deskripsi	<i>Scene 5</i> Transisi ke sabun natural	<i>Scene 5</i> Penambahan <i>footage</i> busa sabun natural
		<i>Scene 8</i> <i>Talent</i> memegang sabun biasa dan sabun natural	<i>Scene 8</i> <i>Talent</i> berbicara ke kamera tanpa memegang sabun
2.	Musik	-	Massobeats - Timeless
3.	Durasi	1'18"	1'19"

Berdasarkan Tabel 4.3, terdapat penambahan *footage* pada hasil akhir video. Penyesuaian ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan durasi konten sehingga alur penyampaian informasi dapat berjalan dengan lebih optimal.

4. Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide 4*

Tabel 4.4 Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide 4*

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1.	Deskripsi	<i>Scene 4</i> Talent menunjukkan kulitnya dan mengusap kulit tangan menunjukkan kulit halus dengan ekspresi senyum.	<i>Scene 4</i> Visual daun binahong, produk sabun, dan kulit berjerawat
		<i>Scene 6</i> Close up wajah talent dengan ekspresi rileks.	<i>Scene 6</i> Produk sabun
2.	Musik	-	Massobeats - Chilly
3.	Durasi	1'13"	1'15"

Berdasarkan Tabel 4.4, terdapat beberapa penyesuaian terhadap perencanaan awal berdasarkan masukan yang diberikan oleh klien saat

proses produksi berlangsung. Perubahan tersebut dilakukan untuk menyesuaikan hasil konten dengan kebutuhan dan preferensi klien.

5. Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide 5*

Tabel 4.5 Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide 5*

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1.	Deskripsi	<i>Scene 3</i> <i>Talent</i> memberi sign NO!	<i>Scene 3</i> <i>Shower</i> dan <i>talent</i> memberi sign NO!
		<i>Scene 7</i> Visual Talent mencium dan mengelus tangannya	<i>Scene 7</i> Penggunaan sabun natural
2.	Musik	-	Massobeats – Until Then
3.	Durasi	1'13"	1'16"

Berdasarkan Tabel 4.5, terdapat penyesuaian pada hasil akhir video sesuai dengan permintaan klien. Penyesuaian tersebut dilakukan agar konten yang dihasilkan lebih sesuai dengan konsep yang diinginkan oleh klien.

6. Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide 6*

Tabel 4.6 Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide 6*

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1.	Musik	-	Massobeats – Sable
2.	Durasi	1'8"	1'10"

Pada Tabel 4.6 tidak terdapat perubahan antara perencanaan awal dan hasil akhir. Seluruh tahapan produksi berhasil dilaksanakan sesuai dengan *Standard Sequence Guide (SSG)* yang telah disusun sebelumnya.

7. Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide 7*

Tabel 4.7 Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide 7*

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1.	Deskripsi	<i>Scene 3</i> Visual bahan dasar produksi	<i>Scene 3</i> <i>Talent</i> mengelus kulit setelah mandi

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
		<i>Scene 6</i> Talent di kamar mandi mencium sabun.	<i>Scene 6</i> <i>Talent</i> menunjukkan tangan halus setelah menggunakan sabun
		<i>Scene 7</i> Visual Talent memasukan produk ke dalam tas.	<i>Scene 7</i> Produk sabun
2.	Musik	-	Massobeats – Rose Water
3.	Durasi	1'10"	1'13"

Berdasarkan Tabel 4.7, terdapat penyesuaian pada hasil akhir video berdasarkan permintaan klien. Perubahan tersebut dilakukan untuk menyempurnakan tampilan konten tanpa mengubah pesan utama yang disampaikan.

8. Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide 8*

Tabel 4.8 Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide 8*

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1.	Deskripsi	<i>Scene 6</i> Visual kulit sehat	<i>Scene 6</i> Produk sabun kopi
2.	Musik	-	Massobeats – Falling
3.	Durasi	1'	1'1"

Berdasarkan Tabel 4.8, terdapat penambahan footage produk sabun sesuai dengan permintaan klien. Penambahan tersebut dilakukan agar produk yang dipromosikan dapat terlihat lebih jelas dalam video.

9. Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide 9*

Tabel 4.9 Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide 9*

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1.	Deskripsi	<i>Scene 8</i> Talent berbicara ke kamera	<i>Scene 8</i> diubah menjadi <i>scene 11</i>
		8 <i>Scene</i>	Penambahan 3 <i>scene</i> yaitu pada <i>scene 8</i> ,

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
			9, dan 10 menjadi visual bahan dasar sabun
2.	Narasi	-	Penambahan narasi untuk <i>scene</i> 8, 9, dan 10, yaitu : "Selama ini, orang kira yang bikin kulit bersih adalah busa padahal bukan, yang bikin kulit bersih itu minyak dari bahan alami lainnya yang sudah melalui proses saponifikasi dan menghasilkan surfaktan alami."
2.	Musik	-	Massobeats – Timeless
3.	Durasi	1'15"	1'28"

Berdasarkan Tabel 4.9, terdapat penambahan narasi serta penyesuaian urutan *footage* sesuai dengan permintaan klien. Perubahan tersebut dilakukan untuk memperjelas informasi yang disampaikan dan menghasilkan alur konten yang lebih mudah dipahami oleh audiens.

10. Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide* 10

Tabel 4.10 Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide* 10

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1.	Deskripsi	<i>Scene</i> 3 "Ada varian seperti binahong atau bidara yang dikenal sebagai bahan herbal, yang membantu merawat kulit agar terasa lebih bersih dan	<i>Scene</i> 3 "Ada varian seperti binahong atau bidara yang dikenal sebagai bahan herbal, manfaatnya untuk membantu mengurangi jerawat dan komedo, mengurangi gatal ringan pada kulit, membantu

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
		terjaga.”	meregenerasi kulit, melembabkan dan menutrisi kulit, dan yang terakhir membersihkan dengan busa yang lembut.”
		<i>Scene 4</i> ”Ada juga varian seperti avocado atau papaya licorice yang sering dikaitkan dengan perawatan kulit agar terlihat lebih cerah dan segar.”	<i>Scene 4</i> ”Ada juga varian seperti avocado yang bermanfaat untuk melembabkan kulit, menutrisi kulit, membuat kulit lebih kenyal dan mengurangi efek kerutan, membersihkan kulit dengan busa yang lembut, membantu menenangkan kulit, dan mengurangi iritasi pada kulit.”
		<i>Scene 5</i> ”Varian bengkung atau susu juga jadi pilihan karena memberikan sensasi yang lebih ringan di kulit dan cocok untuk kamu yang suka perawatan sederhana.”	<i>Scene 5</i> ”Lalu varian sulfurian juga menjadi pilihan, karena membantu mengatasi gatal dan jamur, membantu mengangkat sel kulit mati, membantu mengurangi minyak yang berlebih, dan melembabkan lalu menutrisi kulit.”
		<i>Scene 6</i> ”Untuk kamu yang suka aroma unik, ada juga varian coffee cinnamon yang punya karakter khas dan memberikan pengalaman mandi yang berbeda.”	<i>Scene 6</i> ”Untuk kamu yang suka aroma unik, ada juga varian coffee yang bermanfaat untuk membantu mengeksfoliasi dan meregenerasi kulit sehingga kulit menjadi lebih halus, membantu mencerahkan dan meratakan warna kulit lalu membantu

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
			melembabkan dan menutrisi kulit.”
2.	Musik	-	Massobeats – Chilly
3.	Durasi	1’4”	1’31”

Berdasarkan Tabel 4.10, terdapat perubahan pada varian produk yang ditampilkan dalam video sesuai permintaan klien. Penyesuaian ini dilakukan karena klien ingin menampilkan varian produk yang tersedia dan siap dipasarkan pada saat proses publikasi konten berlangsung.

4.2.3 Pembentukan Tim Produksi

Pada tahap ini, penulis melakukan pembentukan tim produksi yang akan terlibat dalam proses pembuatan konten. Pembentukan tim dilakukan untuk membagi peran dan tanggung jawab agar proses produksi dapat berjalan dengan lebih terarah dan efisien. Tim yang terlibat dalam *project* ini meliputi beberapa peran, seperti produser, *script writer*, editor, serta talent yang mendukung jalannya proses produksi konten. Adapun pembagian peran dalam tim produksi tersebut yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.11 Pembagian Peran Tim Produksi

<i>Producer</i>	Mishel Deriani Afriadi
<i>Script Writer</i>	Mishel Deriani Afriadi
<i>Cameraman</i>	1. Mishel Deriani Afriadi 2. Khiar Amru Sari
<i>Editor</i>	Mishel Deriani Afriadi
<i>Talent</i>	1. Mishel Deriani Afriadi 2. Khiar Amru Sari 3. Alya Tania Putri

4.2.4 Penentuan Lokasi dan Jadwal Produksi

Pada tahap ini, penulis menentukan lokasi dan jadwal produksi sebagai bagian dari persiapan sebelum proses pengambilan gambar dilakukan. Lokasi produksi dipilih di rumah produksi Rojoweni Alam dan rumah salah satu *talent* karena memiliki pencahayaan alami yang cukup baik serta mendukung

kebutuhan visual konten, termasuk ketersediaan properti yang sesuai dengan konsep yang telah dirancang. Sementara itu, proses *shooting* dilaksanakan selama tiga hari dengan mempertimbangkan efektivitas waktu serta kesiapan tim produksi. Penentuan lokasi dan jadwal ini dilakukan agar proses produksi dapat berjalan dengan lebih terstruktur dan mendukung hasil visual yang optimal.

4.2.5 Persiapan Properti

Pada tahap ini, penulis menyiapkan peralatan dan properti yang digunakan dalam proses produksi. Peralatan yang digunakan yaitu iPhone 13 untuk merekam video dan iPhone XR untuk merekam suara. Selain itu, properti yang digunakan disesuaikan dengan kebutuhan konten, seperti produk sabun dan bahan alami pendukung.

4.3 Analisis Tahap Produksi

4.3.1 Pengarahan *Talent*

Pada tahap ini, pengarahan talent dilakukan sebelum proses *shooting* berlangsung guna memastikan kesesuaian dengan konsep konten yang telah dirancang. Pengarahan pertama dilakukan pada H-2 dengan memberikan penjelasan terkait alur konten serta pembagian *Standard Sequence Guide* (SSG) kepada talent sebagai panduan untuk dipelajari dan dilatih. Selanjutnya, pengarahan kedua dilakukan pada hari pelaksanaan *shooting* yang didampingi oleh klien. Pada tahap ini, talent diarahkan secara langsung terkait ekspresi, gestur, serta nada bicara agar sesuai dengan karakter konten yang diinginkan, sehingga penyampaian pesan dapat tersampaikan dengan lebih maksimal.

4.3.2 Penataan Lokasi Produksi

Penulis melakukan penataan lokasi produksi dengan menyiapkan properti yang digunakan, seperti produk sabun serta bahan dasar yang digunakan dalam pembuatan sabun. Penataan dilakukan guna mendukung

tampilan visual konten agar terlihat lebih menarik dan sesuai dengan konsep yang telah dirancang.

4.3.3 Proses Pengambilan Gambar (*Shooting*)

Proses pengambilan gambar dilakukan sesuai dengan *Standard Sequence Guide* (SSG) yang telah dirancang sebelumnya. Setiap adegan direkam mengikuti alur yang telah ditentukan agar pesan yang disampaikan dapat tersusun dengan jelas dan sesuai dengan konsep konten. Proses pengambilan gambar dilaksanakan sebanyak 3 kali dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 4.12 Proses Pengambilan Gambar


No.	Tanggal	Talent	Produksi
1.	27 April 2026	Khيار Amru Sari dan Mishel Deriani Afriadi	SSG 1, SSG 2, SSG 3, SSG 4, SSG 5, SSG 6, SSG 7 dan SSG 8.
2.	6 Mei 2026	Khيار Amru Sari dan Mishel Deriani Afriadi	SSG 9 dan SSG 10.
3.	8 Mei 2026	Alya Tania Putri	SSG 7, SSG 8, dan SSG 9.

Pada proses produksi konten *Reels* Instagram Rojoweni Alam, penulis menerapkan berbagai teknik videografi guna menghasilkan tampilan visual yang lebih menarik dan informatif. Teknik pengambilan gambar yang digunakan meliputi *medium close up (MCU)*, *big close up (BCU)*, dan *medium long shot (MLS)*. Menurut Kinanti et al. (2024), *medium close up (MCU)* merupakan teknik pengambilan gambar yang berfokus pada wajah dan gestur tubuh objek. Sementara itu, *big close up (BCU)* digunakan untuk menampilkan ekspresi objek secara lebih rinci, sedangkan *medium long shot (MLS)* digunakan untuk menampilkan objek beserta sebagian lingkungan di sekitarnya (Mesa et al., 2025). Selain teknik pengambilan gambar, penulis juga menerapkan camera angle berupa *eye level*, *high angle*, dan *frog eye angle*. Penggunaan *eye level* bertujuan menciptakan kesan yang natural, *high angle* digunakan untuk menampilkan objek dan lingkungan secara lebih

menyeluruh, sedangkan *frog eye angle* digunakan untuk memberikan kesan objek yang lebih kuat dan menonjol (Kinanti et al., 2024). Adapun penerapan teknik pengambilan gambar dan *camera angle* pada masing-masing konten disajikan pada tabel berikut:

1. Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 1*

Tabel 4.13 Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 1*

Pengambilan Gambar	Angle
 <p data-bbox="587 1261 778 1290">Medium Close Up</p>	 <p data-bbox="1011 1227 1193 1263">High Angle</p>



2. Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 2*

Tabel 4.14 Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 2*

Pengambilan Gambar	Angle
	



3. Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 3*

Tabel 4.15 Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 3*

Pengambilan Gambar	Angle
	




4. Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 4*

Tabel 4.16 Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 4*

Pengambilan Gambar	Angle
 <p>MEDIUM SHOOT</p>	 <p>EYE LEVEL</p>

5. Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 5*

Tabel 4.17 Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 5*

Pengambilan Gambar	Angle
 <p>Jangan langsung buru-buru pakai skin care mahal dulu ya!</p> <p>MEDIUM LONG SHOOT</p>	 <p>adalah</p> <p>FROG ANGLE</p>
 <p>adalah beralih menggunakan sabun berbahan</p> <p>MEDIUM SHOOT</p>	



6. Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 6*

Tabel 4.18 Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 6*

Pengambilan Gambar	Angle
	




7. Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 7*

Tabel 4.19 Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 7*

Pengambilan Gambar	Angle
	



8. Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 8*

Tabel 4.20 Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 8*

Pengambilan Gambar	Angle
 <p>untuk perawatan</p> <p>MEDIUM LONG SHOOT</p>	 <p>Pecinta Kopi?</p> <p>EYE LEVEL</p>
 <p>Salah satu contohnya ada di</p> <p>MEDIUM CLOSE UP</p>	




9. Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 9*

Tabel 4.21 Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 9*

Pengambilan Gambar	Angle
 <p>Padahal</p> <p>MEDIUM CLOSE UP</p>	 <p>Mitos & Fakta Sabun Natural</p> <p>sabun natural</p> <p>EYE LEVEL</p>

10. Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 10*

Tabel 4.22 Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 10*

Pengambilan Gambar	Angle
 <p>menariknya setiap varian punya</p> <p>MEDIUM CLOSE UP</p>	 <p>tulis di kolom komentar ya!</p> <p>EYE LEVEL</p>
	 <p>jadi kamu bisa pilih sesuai kebutuhan</p> <p>HIGH ANGLE</p>

4.4 Analisis Tahap Pasca Produksi

4.4.1 Seleksi *Footage*

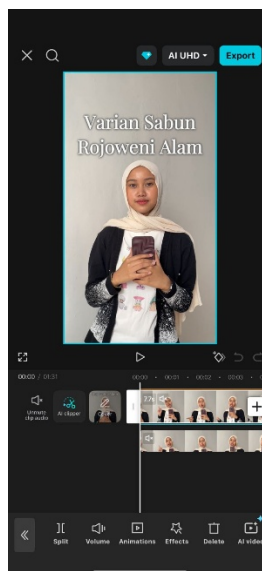
Setelah dilakukannya proses *shooting*, penulis melakukan seleksi *footage* dengan menyortir hasil *shooting* untuk menentukan bagian yang akan digunakan dalam proses pengeditan. Pemilihan dilakukan berdasarkan kualitas visual, kesesuaian dengan konsep, serta kelancaran alur konten.

4.4.2 Proses *Editing Video*

Setelah proses seleksi *footage* selesai dilakukan, penulis mulai melakukan proses penyuntingan video. Proses editing dilaksanakan pada tanggal 7 Mei hingga 11 Mei 2026 dengan menyesuaikan konsep konten yang telah dirancang sebelumnya. Pada tahap ini, penulis mengolah hasil rekaman menjadi konten yang lebih terstruktur dan menarik agar pesan dapat tersampaikan dengan baik. Adapun tahapan dalam proses editing video yaitu sebagai berikut:

1. *Import*

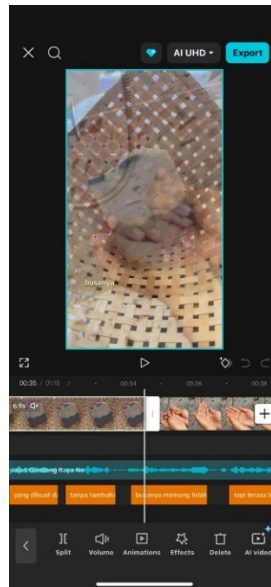
Pada tahap ini, penulis mengimpor seluruh *footage* video ke dalam *software editing* yaitu CapCut.



Gambar 4.1 Tahapan *Import*

2. *Cutting*

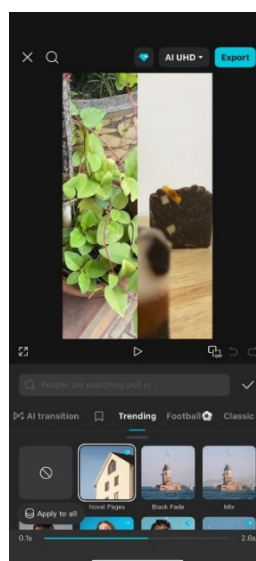
Setelah seluruh media diimpor, penulis melakukan proses *cutting* dengan memilih dan memotong bagian *footage* yang sesuai dengan konsep serta kebutuhan setiap konten video.



Gambar 4.2 Tahapan *Cutting*

3. Penambahan transisi

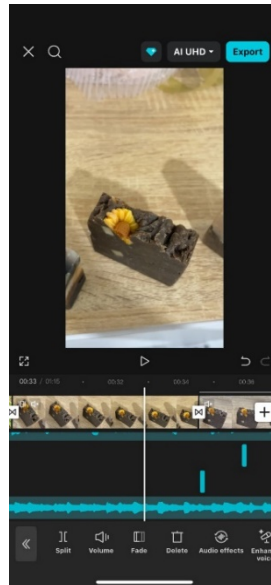
Untuk menciptakan perpindahan yang lebih halus dan menarik, penulis menambahkan transisi pada beberapa bagian video sesuai kebutuhan.



Gambar 4.3 Tahapan Penambahan Transisi

4. Penambahan dan pengeditan audio

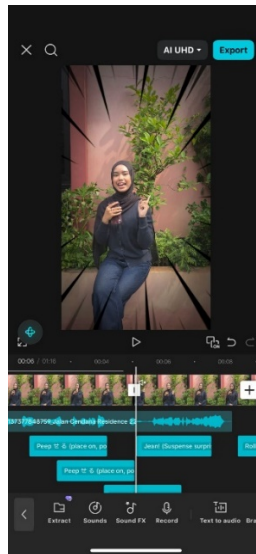
Penulis menambahkan audio berupa *voiceover* dan musik, kemudian melakukan penyesuaian volume serta sinkronisasi audio dengan visual sesuai SSG agar informasi dapat tersampaikan dengan jelas.



Gambar 4.4 Tahapan Penambahan dan Pengeditan audio

5. Efek Visual dan Grafis

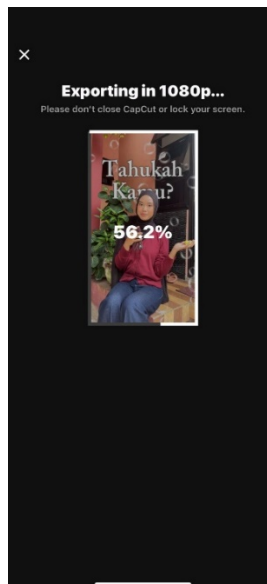
Untuk meningkatkan daya tarik visual, penulis menambahkan berbagai elemen grafis seperti teks, subtitle, animasi, serta efek visual yang mendukung penyampaian informasi dalam video.



Gambar 4.5 Tahapan Penambahan Efek Visual dan Grafis

6. Rendering

Setelah seluruh proses editing selesai dilakukan, penulis melakukan rendering untuk mengubah hasil penyuntingan menjadi file video yang siap dipublikasikan pada platform Instagram *Reels*.



Gambar 4.6 Tahapan Rendering

4.4.3 Preview Video

Penulis melakukan *preview* video bersama klien untuk meninjau hasil editing sebelum dipublikasikan. Secara keseluruhan, klien memberikan

respon yang positif terhadap hasil video yang telah dibuat dan menilai bahwa konten sudah sesuai dengan konsep yang dirancang. Namun, terdapat beberapa saran perbaikan kecil terkait detail tertentu dalam video. Tahap ini dilakukan guna memastikan konten yang dihasilkan telah optimal sebelum dipublikasikan.

4.4.4 Publikasi Video

Sebelum melakukan publikasi video, penulis terlebih dahulu melakukan riset terkait waktu terbaik untuk mengunggah konten di Instagram. Berdasarkan data dari Hopper HQ dalam (Dealls, 2025), waktu yang dinilai optimal untuk mempublikasikan konten *Reels* berada pada jam makan siang, yaitu pukul 11.00–14.00, serta setelah pukul 18.00. Selain itu, berdasarkan data Buffer dalam (Dealls, 2025), aktivitas pengguna media sosial juga cenderung meningkat pada akhir pekan, karena banyak pengguna yang memanfaatkan waktu luang dengan membuka Instagram, sehingga berpotensi meningkatkan keterlibatan terhadap konten yang diunggah. Oleh karena itu, jadwal publikasi konten ditentukan berdasarkan hasil riset tersebut agar dapat menjangkau audiens secara lebih maksimal, sehingga jadwal publikasi ditetapkan sebagai berikut:

Tabel 4.23 Publikasi Video

No.	Judul Konten	Tanggal Publikasi	Link
1.	Kamu Tim Sabun Natural atau Sabun Biasa?	8 Mei 2026	https://www.instagram.com/reel/DYEFNI tPJdh/?igsh=MTFubjZjZ21ucWEwaw==
2.	Tebak Ini Sabun dari Apa?	8 Mei 2026	https://www.instagram.com/reel/DYFBH 0ePDYI/?igsh=MWgwYWgzcms4dDgw NA==
3.	Kenapa sabun natural lebih baik?	9 Mei 2026	https://www.instagram.com/reel/DYGrEp cPcBI/?igsh=emxjNwV5eDZ2b3lr
4.	FUN	9 Mei	https://www.instagram.com/reel/DY

No.	Judul Konten	Tanggal Publikasi	Link
	FACT, Sabun Kopi? Bisa buat kulit?!	2026	Hf_5HP8lg/?igsh=OXF0azBnb2h6NHlk
5.	Manfaat daun binahong untuk kulit	10 Mei 2026	https://www.instagram.com/reel/DYJQYmDPa36/?igsh=MWN3cTIydHgxd3RxNQ==
6.	Tips Mengatasi Kulit Kering Secara Alami	10 Mei 2026	https://www.instagram.com/reel/DYKFUMgvlOH/?igsh=MXdiNHZkMGJmNXp3ZA==
7.	Cara Merawat Kulit dengan Sabun Natural	11 Mei 2026	https://www.instagram.com/reel/DYL0YA3vdYQ/?igsh=MXF1eWx1YW NseHp1OQ==
8.	Mahasiswa Kota Semarang Harus Tau! Ini Alasan Pilih Rojoweni Alam.	12 Mei 2026	https://www.instagram.com/reel/DYObwpZv9SH/?igsh=MwpmamptODQxYzlpA==
9.	Mitos vs Fakta Sabun Natural, Jangan Salah Pahami!	13 Mei 2026	https://www.instagram.com/reel/DYRLGW8vn5z/?igsh=dmt0bG5ubnkxZmQx
10.	Kepoin Varian Sabun	17 Mei 2026	https://www.instagram.com/reel/DycBYvgvWph/?igsh=MTVzNGc5N2sxZ3V6NQ==

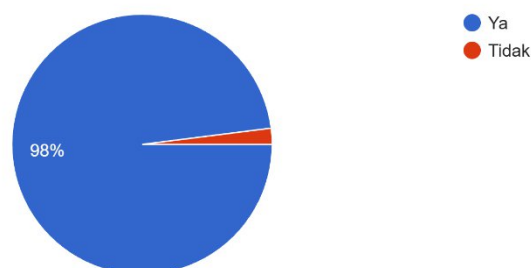
No.	Judul Konten	Tanggal Publikasi	Link
	Rojoweni Alam Yuk!		

4.4.5 Monitoring dan Evaluasi

1. Analisis Hasil Kuesioner Pasca Publikasi

Penulis melakukan penyebaran kuesioner pasca publikasi sebagai tolok ukur keberhasilan *project* dalam meningkatkan *brand awareness* Rojoweni Alam. Kuesioner disebarkan kepada 50 responden yang sebelumnya juga telah mengisi kuesioner pasca publikasi sebelum proses produksi dilakukan. Penyebaran kuesioner ini dilakukan kembali pada tanggal 24 Mei – 5 Juni 2026 melalui Whatsapp dan Instagram dengan tujuan untuk mengetahui perubahan tingkat pengenalan responden terhadap Rojoweni Alam setelah konten dipublikasikan. Adapun hasil kuesioner pasca publikasi yaitu sebagai berikut:

Apakah Anda mengetahui merek Rojoweni Alam?
50 jawaban

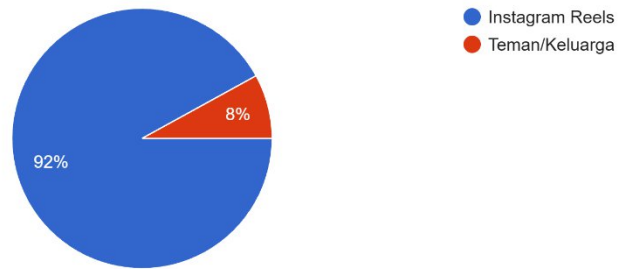


Gambar 4.7 Hasil Kuesioner Pasca Publikasi Pertanyaan 1

Dari total 50 responden, sebanyak 98% atau 49 responden menyatakan mengetahui merek Rojoweni Alam, sedangkan 2% atau 1 responden menyatakan tidak mengetahui merek tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah mengenal Rojoweni

Alam setelah publikasi konten Instagram *Reels*, sehingga mengindikasikan adanya peningkatan *brand awareness* terhadap merek Rojoweni Alam.

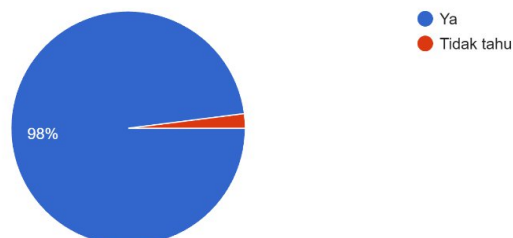
Dari mana Anda pertama kali mengetahui Rojoweni Alam?
50 jawaban



Gambar 4.8 Hasil Kuesioner Pasca Publikasi Pertanyaan 2

Berdasarkan hasil kuesioner pasca publikasi, sebanyak 92% atau 46 responden menyatakan pertama kali mengetahui Rojoweni Alam melalui Instagram *Reels*, sedangkan 8% atau 4 responden mengetahui Rojoweni Alam melalui teman atau keluarga. Hasil ini menunjukkan bahwa Instagram *Reels* menjadi sumber utama responden dalam mengenal merek Rojoweni Alam, sehingga dapat disimpulkan bahwa konten *Reels* yang dipublikasikan berperan efektif dalam meningkatkan *brand awareness* merek tersebut.

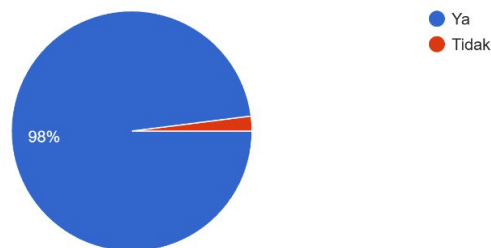
Setelah melihat konten Reels, apakah Anda mengetahui bahwa Rojoweni Alam memproduksi sabun natural berbahan alami?
50 jawaban



Gambar 4.9 Hasil Kuesioner Pasca Publikasi Pertanyaan 3

Berdasarkan hasil kuesioner pasca publikasi, sebanyak 98% atau 49 responden menyatakan mengetahui bahwa Rojoweni Alam memproduksi sabun natural berbahan alami setelah melihat konten Instagram *Reels*, sedangkan 2% atau 1 responden menyatakan tidak mengetahui hal tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa informasi mengenai produk yang disampaikan melalui konten *Reels* berhasil diterima dengan baik oleh audiens serta membantu meningkatkan pemahaman responden terhadap produk Rojoweni Alam.

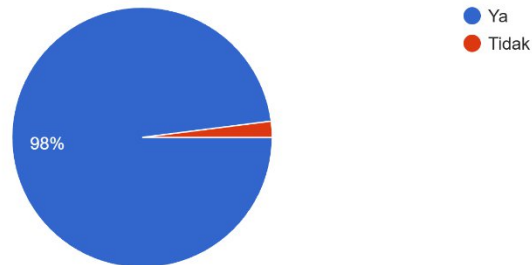
Setelah melihat konten Reels, apakah Anda dapat mengingat nama merek Rojoweni Alam?
50 jawaban



Gambar 4.10 Hasil Kuesioner Pasca Publikasi Pertanyaan 4

Berdasarkan hasil kuesioner pasca publikasi, sebanyak 98% atau 49 responden menyatakan dapat mengingat nama merek Rojoweni Alam setelah melihat konten Instagram *Reels*, sedangkan 2% atau 1 responden menyatakan tidak dapat mengingat nama merek tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa konten *Reels* yang dipublikasikan mampu meningkatkan daya ingat responden terhadap merek Rojoweni Alam sehingga mendukung peningkatan *brand awareness* di kalangan audiens.

Apakah Anda mengenal Rojoweni Alam setelah melihat konten yang dipublikasikan?
50 jawaban



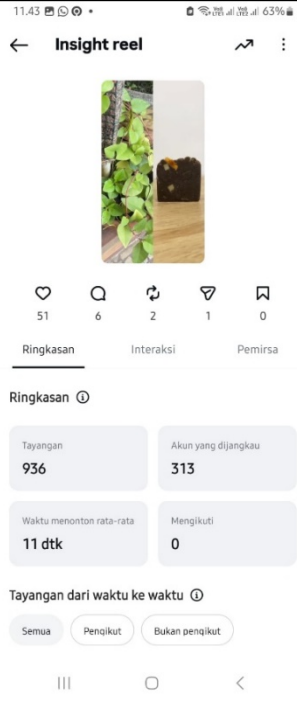

Gambar 4.11 Hasil Kuesioner Pasca Publikasi Pertanyaan 5



Berdasarkan hasil kuesioner pasca publikasi, sebanyak 98% atau 49 responden menyatakan mengenal Rojoweni Alam setelah melihat konten yang dipublikasikan, sedangkan 2% atau 1 responden menyatakan tidak mengenal merek tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa konten Instagram *Reels* yang dipublikasikan berhasil memperkenalkan Rojoweni Alam kepada audiens dan berkontribusi dalam meningkatkan *brand awareness* terhadap merek tersebut. Overview Hasil *Insight* Konten *Reels* Instagram Rojoweni Alam

Tabel 4.24 Overview Hasil *Insight* Konten *Reels* Instagram Rojoweni Alam

No.	Judul Konten	Inisight Konten Reels	Keterangan
1.	Kamu Tim Sabun Natural atau Sabun Biasa?	<p>11.44 Insight reel</p> <p>Tayangan: 911 Akun yang dijangkau: 466 Waktu menonton rata-rata: 31 dtk Mengikuti: 5</p>	<p>Waktu Upload: 8 Mei 2026</p> <p>Jumlah Views: 911 <i>views</i></p> <p>Jumlah Likes: 107 <i>likes</i></p> <p>Jumlah Comments: 36 <i>comments</i></p> <p>Jumlah Share: 14 <i>share</i></p> <p>Jumlah Repost: 3 <i>repost</i></p> <p>Jumlah Saved: -</p>
2.	Tebak Sabun Apa? Ini dari	<p>11.43 Insight reel</p> <p>Tayangan: 786 Akun yang dijangkau: 465 Waktu menonton rata-rata: 14 dtk Mengikuti: 3</p>	<p>Waktu Upload: 8 Mei 2026</p> <p>Jumlah Views: 786 <i>views</i></p> <p>Jumlah Likes: 75 <i>likes</i></p> <p>Jumlah Comments: 22 <i>comments</i></p> <p>Jumlah Share: 7 <i>share</i></p> <p>Jumlah Repost: 4 <i>repost</i></p> <p>Jumlah Saved: 2 <i>saved</i></p>

No.	Judul Konten	Inisight Konten Reels	Keterangan
3.	Kenapa sabun natural lebih baik?		<p>Waktu Upload: 9 Mei 2026</p> <p>Jumlah Views: 1.248 <i>views</i></p> <p>Jumlah Likes: 60 <i>likes</i></p> <p>Jumlah Comments: 15 <i>comments</i></p> <p>Jumlah Share: 8 <i>share</i></p> <p>Jumlah Repost: 2 repost</p> <p>Jumlah Saved: -</p>
4.	FUN FACT, Sabun Kopi? Bisa buat kulit?!		<p>Waktu Upload: 9 Mei 2026</p> <p>Jumlah Views: 976 <i>views</i></p> <p>Jumlah Likes: 45 <i>likes</i></p> <p>Jumlah Comments: 6 <i>comments</i></p> <p>Jumlah Share: -</p> <p>Jumlah Repost: 2 repost</p> <p>Jumlah Saved: -</p>

No.	Judul Konten	Inisight Konten Reels	Keterangan								
5.	Manfaat daun binahong untuk kulit	 <p>11.43 Insight reel</p> <p>51 6 2 1 0</p> <p>Ringkasan Interaksi Pemirsa</p> <p>Ringkasan</p> <table border="1"> <tr> <td>Tayangan</td> <td>Akun yang dijangkau</td> </tr> <tr> <td>936</td> <td>313</td> </tr> <tr> <td>Waktu menonton rata-rata</td> <td>Mengikuti</td> </tr> <tr> <td>11 dtk</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>Tayangan dari waktu ke waktu</p> <p>Semua Penikuit Bukan penikuit</p>	Tayangan	Akun yang dijangkau	936	313	Waktu menonton rata-rata	Mengikuti	11 dtk	0	<p>Waktu Upload: 10 Mei 2026</p> <p>Jumlah Views: 936 views</p> <p>Jumlah Likes: 51 likes</p> <p>Jumlah Comments: 6 comments</p> <p>Jumlah Share: 1 share</p> <p>Jumlah Repost: 2 repost</p> <p>Jumlah Saved: -</p>
Tayangan	Akun yang dijangkau										
936	313										
Waktu menonton rata-rata	Mengikuti										
11 dtk	0										
6.	Tips Mengatasi Kulit Kering Secara Alami	 <p>11.42 Insight reel</p> <p>40 5 1 0 0</p> <p>Ringkasan Interaksi Pemirsa</p> <p>Ringkasan</p> <table border="1"> <tr> <td>Tayangan</td> <td>Akun yang dijangkau</td> </tr> <tr> <td>886</td> <td>212</td> </tr> <tr> <td>Waktu menonton rata-rata</td> <td>Mengikuti</td> </tr> <tr> <td>12 dtk</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>Tayangan dari waktu ke waktu</p> <p>Semua Penikuit Bukan penikuit</p>	Tayangan	Akun yang dijangkau	886	212	Waktu menonton rata-rata	Mengikuti	12 dtk	0	<p>Waktu Upload: 10 Mei 2026</p> <p>Jumlah Views: 886 views</p> <p>Jumlah Likes: 40 likes</p> <p>Jumlah Comments: 5 comments</p> <p>Jumlah Share: -</p> <p>Jumlah Repost: 1 repost</p> <p>Jumlah Saved: -</p>
Tayangan	Akun yang dijangkau										
886	212										
Waktu menonton rata-rata	Mengikuti										
12 dtk	0										

No.	Judul Konten	Insight Konten Reels	Keterangan								
7.	Cara Merawat Kulit dengan Sabun Natural	 <p>11.42 63%</p> <p>Insight reel</p> <p>43 3 2 0 0</p> <p>Ringkasan Interaksi Pemirsa</p> <p>Ringkasan</p> <table border="1"> <tr> <td>Tayangan</td> <td>Akun yang dijangkau</td> </tr> <tr> <td>785</td> <td>248</td> </tr> <tr> <td>Waktu menonton rata-rata</td> <td>Mengikuti</td> </tr> <tr> <td>11 dtk</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>Tayangan dari waktu ke waktu</p> <p>Semua Penikuit Bukan penikuit</p>	Tayangan	Akun yang dijangkau	785	248	Waktu menonton rata-rata	Mengikuti	11 dtk	0	<p>Waktu Upload: 11 Mei 2026</p> <p>Jumlah Views: 785 views</p> <p>Jumlah Likes: 43 likes</p> <p>Jumlah Comments: 3 comments</p> <p>Jumlah Share: -</p> <p>Jumlah Repost: 2 repost</p> <p>Jumlah Saved: -</p>
Tayangan	Akun yang dijangkau										
785	248										
Waktu menonton rata-rata	Mengikuti										
11 dtk	0										
8.	ahasiswa Kota Semarang Harus Tau! Ini Alasan Pilih Rojoweni Alam.	 <p>11.41 63%</p> <p>Insight reel</p> <p>45 6 1 1 0</p> <p>Ringkasan Interaksi Pemirsa</p> <p>Ringkasan</p> <table border="1"> <tr> <td>Tayangan</td> <td>Akun yang dijangkau</td> </tr> <tr> <td>1,096</td> <td>275</td> </tr> <tr> <td>Waktu menonton rata-rata</td> <td>Mengikuti</td> </tr> <tr> <td>15 dtk</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>Tayangan dari waktu ke waktu</p> <p>Semua Penikuit Bukan penikuit</p>	Tayangan	Akun yang dijangkau	1,096	275	Waktu menonton rata-rata	Mengikuti	15 dtk	0	<p>Waktu Upload: 12 Mei 2026</p> <p>Jumlah Views: 1.096 views</p> <p>Jumlah Likes: 45 likes</p> <p>Jumlah Comments: 6 comments</p> <p>Jumlah Share: 1 share</p> <p>Jumlah Repost: 1 repost</p> <p>Jumlah Saved: -</p>
Tayangan	Akun yang dijangkau										
1,096	275										
Waktu menonton rata-rata	Mengikuti										
15 dtk	0										

No.	Judul Konten	Inisight Konten Reels	Keterangan
9.	Mitos vs Fakta Sabun Natural, Jangan Salah Paham!		Waktu Upload: 13 Mei 2026 Jumlah Views: 873 <i>views</i> Jumlah Likes: 44 <i>likes</i> Jumlah Comments: 4 <i>comments</i> Jumlah Share: - Jumlah Repost: 2 repost Jumlah Saved: -
10.	Kepoin Varian Sabun Rojoweni Alam Yuk!		Waktu Upload: 17 Mei 2026 Jumlah Views: 761 <i>views</i> Jumlah Likes: 38 <i>likes</i> Jumlah Comments: 6 <i>comments</i> Jumlah Share: - Jumlah Repost: 1 repost Jumlah Saved: -

Berdasarkan data *insight* pada Tabel 4.24, dapat diketahui performa masing-masing konten Instagram *Reels* yang telah dipublikasikan. Analisis terhadap hasil *insight* tersebut disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.25 Rekapitulasi Hasil *Insight* Konten *Reels* Instagram Rojoweni Alam

Judul Konten	Views	Likes	Comments	Share	Repost	Saved	Contoh Komentar
Kamu Tim Sabun Natural atau Sabun Biasa?	911	107	36	14	3	-	- "Tim sabun natural 🍃" - "Masya Allah.. pengen nyoba yg natural juga 😊"
Tebak Ini Sabun dari Apa?	786	75	22	7	4	2	- "Kereeen kakak....aku juga Makai lhoo" - "Waa ini daun bisa utk obat luka juga loh.... Kereeen"
Kenapa Sabun Natural Lebih	1.248	60	15	8	2	-	- "penasaran sm produk yang satu

Judul Konten	<i>Views</i>	<i>Likes</i>	<i>Comments</i>	<i>Share</i>	<i>Repost</i>	<i>Saved</i>	Contoh Komentar
Baik?							inii♥♥” - ”bisaa dikirim ke bandung ga yaa kakk??”
FUN FACT, Sabun Kopi? Bisa buat kulit?!	976	45	6	-	2	-	- “sabunnya bisa ubah toilet rumah jadi nuansa coffee shop ☕️” - “Coffee sy suka sy suka ”
Manfaat Daun Binahong untuk Kulit	936	51	6	1	2	-	- “Linknyaaa donggg” - “mantaapp sekalii🌀”
Tips Mengatasi Kulit Kering Secara Alami	886	40	5	-	1	-	- “wahn jadi penasarann, bermanfaat sekali nih pastii” - ”jadi

Judul Konten	Views	Likes	Comments	Share	Repost	Saved	Contoh Komentar
							pengen cobain😊”
Cara Merawat Kulit dengan Sabun Natural	785	43	3	-	2	-	- “Bungkus kakk, beli kemanaa?” - “Satu potong harga berapa”
Mahasiswa Kota Semarang Harus Tahu! Ini Alasan Pilih Rojoweni Alam	1.096	45	6	1	1	-	- “Yang wanginya paling fresh itu varian apa ya kaa” - “kalo mau beli bisa lewat shopee ga ka?”
Mitos vs Fakta Sabun Natural, Jangan Salah Pahami!	873	44	4	-	2	-	- “Link nya dong ka” - “Kakk ini pesen dimanaa?”
Kepoin Varian	761	38	6	-	1	-	- “Mau yg ada aroma

Judul	Views	Likes	Comments	Share	Repost	Saved	Contoh
Konten							Komentar
Sabun							kopinya”
Rojoweni							- ”NEED!!
Alam Yuk!							otw co 😊”

Berdasarkan hasil *insight* dari 10 konten Instagram *Reels* yang telah dipublikasikan, seluruh konten berhasil menjangkau audiens dengan jumlah tayangan yang cukup baik. Total keseluruhan tayangan dari 10 konten mencapai 9.258 *views*, dengan rata-rata sekitar 926 *views* per konten. Respons positif audiens juga terlihat dari komentar yang diberikan pada beberapa konten. Beberapa pengguna memberikan tanggapan seperti “wahh jadi penasaran, bermanfaat sekali nih pastii”, “jadi pengen cobain😊”, “Bungkus kak, beli kemanaa?”, dan “Satu potong harga berapa”. Komentar-komentar tersebut menunjukkan ketertarikan audiens terhadap informasi maupun produk yang ditampilkan dalam konten. Selain itu, selama periode publikasi tidak ditemukan komentar bernada negatif, sehingga dapat disimpulkan bahwa konten yang dipublikasikan memperoleh respons yang cenderung positif dari audiens. Interaksi yang diperoleh tidak berasal dari lingkungan terdekat penulis, tetapi juga dari berbagai pengguna Instagram yang berhasil dijangkau melalui konten *Reels*. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan mampu menarik respons audiens secara organik dan menjangkau pengguna di luar jaringan penulis. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan mampu menarik perhatian audiens serta memperluas jangkauan merek Rojoweni Alam melalui platform Instagram. Konten dengan performa tertinggi berdasarkan jumlah tayangan adalah “Kenapa Sabun Natural Lebih Baik?” yang dipublikasikan pada Sabtu, 9 Mei 2026, dengan perolehan 1.248 *views*, 60 *likes*, 15 komentar, 8 kali dibagikan, dan 2 repost. Selain itu, konten “Mahasiswa Kota Semarang Harus Tau! Ini Alasan Pilih Rojoweni Alam” yang dipublikasikan pada Selasa, 12

Mei 2026 juga menunjukkan performa yang baik dengan 1.096 *views*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konten edukatif maupun konten yang menysasar audiens tertentu mampu menarik perhatian pengguna Instagram.

Sementara itu, konten dengan jumlah tayangan terendah adalah “Kepoin Varian Sabun Rojoweni Alam Yuk!” yang memperoleh 761 *views*, diikuti oleh konten “Cara Merawat Kulit dengan Sabun Natural” dengan 785 *views*. Meskipun memiliki jumlah tayangan yang lebih rendah dibandingkan konten lainnya, kedua konten tersebut tetap berhasil menjangkau ratusan pengguna Instagram dan memperoleh berbagai bentuk interaksi dari audiens. Jika ditinjau dari jumlah interaksi, konten “Kamu Tim Sabun Natural atau Sabun Biasa?” memperoleh performa terbaik dengan 107 *likes*, 36 komentar, 14 *share*, dan 3 repost. Tingginya interaksi pada konten tersebut menunjukkan bahwa konten yang mengajak audiens untuk berpartisipasi dan memberikan pendapat cenderung menghasilkan *engagement* yang lebih tinggi dibandingkan konten informatif biasa. Berdasarkan waktu publikasi, konten yang diunggah pada hari Sabtu menunjukkan performa terbaik dengan jumlah tayangan tertinggi, yaitu 1.248 *views*. Selain itu, unggahan pada hari Selasa juga memperoleh hasil yang cukup tinggi dengan 1.096 *views*. Temuan ini mengindikasikan bahwa publikasi konten pada akhir pekan, khususnya hari Sabtu, serta pertengahan minggu seperti hari Selasa, cenderung memberikan jangkauan yang lebih tinggi dibandingkan hari lainnya. Oleh karena itu, kedua hari tersebut dapat dipertimbangkan sebagai waktu yang potensial untuk melakukan publikasi konten Instagram *Reels* Rojoweni Alam pada periode berikutnya.

Secara keseluruhan, hasil *insight* menunjukkan bahwa strategi publikasi 10 konten Instagram *Reels* yang dilakukan berhasil menjangkau audiens, menghasilkan berbagai bentuk interaksi seperti *likes*, komentar, *share*, dan repost, serta meningkatkan *exposure* merek Rojoweni Alam. Hal ini diperkuat dengan hasil kuesioner pasca publikasi yang

menunjukkan tingginya tingkat pengenalan responden terhadap merek Rojoweni Alam, sehingga dapat disimpulkan bahwa Instagram *Reels* efektif digunakan sebagai media untuk meningkatkan *brand awareness*.

2. Analisis Keberhasilan *Project*

Penilaian terhadap keberhasilan *project* dilakukan melalui indikator kinerja utama atau *Key Performance Indicator* (KPI) yang telah dirumuskan sebelumnya. KPI berfungsi sebagai alat ukur untuk melihat sejauh mana konten yang diproduksi mampu memberikan dampak terhadap peningkatan *brand awareness* Rojoweni Alam. Evaluasi dilakukan dengan mengacu pada perbandingan kondisi sebelum dan sesudah publikasi konten, khususnya pada perubahan tingkat pengenalan responden terhadap merek. Dengan demikian, hasil yang diperoleh dapat menunjukkan tingkat keberhasilan *project* secara lebih objektif. Adapun hasil evaluasi tersebut disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.26 Analisis Keberhasilan *Project*

No.	KPI	Target	Pencapaian
1.	Peningkatan <i>brand awareness</i> menuju tahap <i>Brand Recall</i>	Mencapai peningkatan sebesar 30% pada jumlah responden yang memiliki pemahaman mengenai Rojoweni Alam	Tercapai. Sebanyak 98% responden mengetahui merek Rojoweni Alam, 98% responden dapat mengingat nama merek Rojoweni Alam, dan 98% responden menyatakan mengenal Rojoweni Alam setelah melihat konten yang dipublikasikan.
2.	Jumlah Tayangan <i>Reels</i>	≥ 500 tayangan	Tercapai. Seluruh konten <i>Reels</i> memperoleh lebih dari 500 <i>views</i> dengan total 9.258 <i>views</i> dan rata-rata 926 <i>views</i> per konten.
3.	Distribusi konten	Mempublikasikan 10 konten dalam jangka waktu 7 hari selama masa produksi berlangsung	Tercapai. Sebanyak 10 konten Instagram <i>Reels</i> berhasil dipublikasikan sesuai target selama periode distribusi konten yang telah direncanakan.

4.5 Hambatan Produksi

4.5.1 Pra Produksi

Pada tahap pra produksi, hambatan yang dihadapi adalah kesulitan dalam menyatukan jadwal antara klien, *talent*, dan penulis. Perbedaan waktu luang masing-masing pihak membuat proses penentuan jadwal *shooting* membutuhkan penyesuaian yang cukup fleksibel. Untuk mengatasi hal

tersebut, penulis melakukan koordinasi secara intensif serta menentukan jadwal alternatif yang dapat disepakati bersama.

4.5.2 Produksi

Pada tahap produksi, kendala yang terjadi yaitu keterlambatan waktu saat proses *shooting*. Hal ini berdampak pada mundurnya alur kerja yang telah direncanakan sebelumnya. Sebagai solusi, penulis melakukan penyesuaian terhadap alur pengambilan gambar serta mengoptimalkan waktu yang tersedia agar proses produksi tetap berjalan sesuai target.

4.5.3 Pasca Produksi

Pada tahap pasca produksi, tidak terdapat hambatan yang signifikan, namun proses editing menjadi tahap yang cukup menantang karena membutuhkan ketelitian serta adanya beberapa revisi untuk menyempurnakan hasil akhir video. Untuk mengatasi hal tersebut, penulis melakukan proses revisi secara bertahap hingga mencapai hasil yang sesuai dengan kebutuhan klien.