

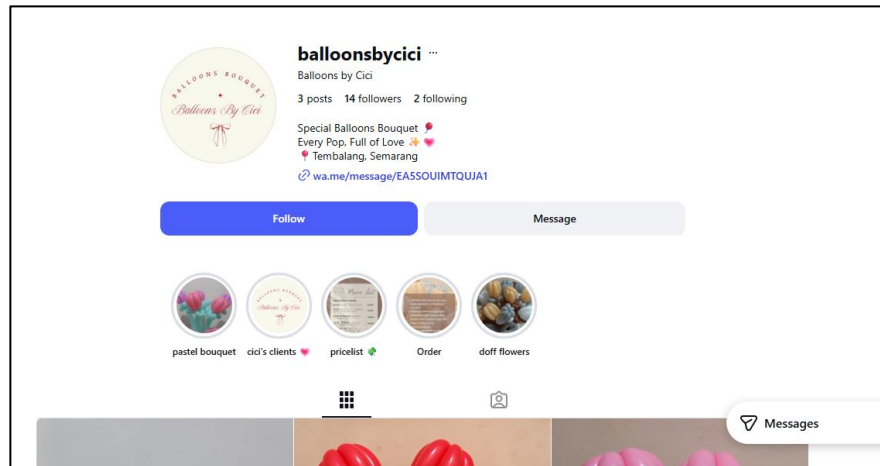
BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

Balloons by Cici merupakan usaha yang bergerak di bidang pembuatan buket balon yang telah berdiri sejak pertengahan Juli 2025 di Kota Semarang. Usaha ini didirikan oleh Leonny Agustine dan menyasar pada kalangan remaja dan mahasiswa berusia 18-24 tahun sebagai target audiens utamanya, dengan produk yang ditujukan untuk berbagai macam momen perayaan, seperti sidang, wisuda, maupun ulang tahun. Dalam menjalankan usahanya, Balloons by Cici memanfaatkan Instagram sebagai salah satu media komunikasi digitalnya melalui akun yang bernama @balloonsbycici. Akun Instagram @balloonsbycici sudah dibuat sejak pertengahan Juli 2025, namun aktivitas pengunggahan konten pada akun tersebut masih minim.

Hingga awal Maret 2026, akun Instagram @balloonsbycici hanya memiliki tiga unggahan yang seluruhnya berupa foto produk. Pada periode yang sama, akun tersebut juga baru memiliki 14 *followers* dan jangkauan sebanyak 11 akun, sehingga menunjukkan bahwa performa akun Instagram masih belum optimal. Sejak awal berdiri, Balloons by Cici masih mengandalkan *word of mouth* sebagai cara utama untuk menjangkau pelanggan dan belum memanfaatkan Instagram secara optimal sebagai media komunikasi digital.



Gambar 4.1 Akun Profil Instagram @balloonsbycici
(Sumber: Instagram @balloonsbycici, 2026)

Gambar di atas menunjukkan akun Instagram @balloonsbycici. Berdasarkan data yang terlihat pada gambar tersebut, akun @balloonsbycici hanya memiliki 14 pengikut dengan total 5 sorotan *Story* dan 3 unggahan di *Feed* yang berisi foto produk sejak pertengahan Juli 2025. Namun, sejak awal mengunggah foto di *Feed*, jumlah pengikut tidak mengalami peningkatan karena konten yang dipublikasikan belum memiliki pendekatan konten *marketing* yang terencana dan kurang menarik perhatian audiens.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa akun Instagram @balloonsbycici belum dikelola secara optimal. Minimnya konten yang telah diunggah serta belum adanya pendekatan konten *marketing* yang terencana menyebabkan pertumbuhan *followers* lambat dan eksistensi akun di mata publik rendah, sehingga diperlukannya produksi konten *marketing* yang kreatif dan tepat sasaran agar akun @balloonsbycici dapat menarik perhatian target audiens dan mendorong pertumbuhan *followers* secara berkelanjutan.

4.2 Analisis Tahap Pra Produksi

4.2.1 Penemuan dan Pengumpulan Ide

Berdasarkan hasil riset yang telah dilaksanakan, terdapat hasil analisis terhadap akun Instagram @balloonsbycici menunjukkan bahwa eksistensi akun yang masih sangat rendah dan belum adanya konsistensi pengunggahan konten, terutama pada fitur *Reels*. Berdasarkan kondisi tersebut, tahap penemuan dan pengumpulan ide dilakukan untuk merancang konsep konten *marketing* pada format *Reels* yang dapat menarik audiens untuk mengikuti akun Instagram @balloonsbycici.

Pada tahap ini, penulis melakukan observasi langsung terhadap akun Instagram @balloonsbycici untuk melihat kondisi akun. Penulis juga melakukan wawancara dengan pemilik usaha Balloons by Cici, yaitu Leonny Agustine untuk memperoleh informasi mengenai usaha yang dijalankan, seperti latar belakang usaha, upaya yang telah dilakukan dalam menjangkau audiens. Berdasarkan hasil tersebut, penulis merancang dan menghasilkan konten *marketing* berbentuk *Reels* yang dirancang untuk menarik audiens supaya mengikuti akun Instagram @balloonsbycici.

4.2.2 Penyusunan Naskah

Setelah menyusun konsep konten, penulis lanjut untuk menyusun pembuatan *Standard Sequences Guide* (SSG) sebanyak 10 yang digunakan sebagai acuan untuk memproduksi 10 konten, namun penulis menemukan adanya perbedaan dengan perancangan awal *Standard Sequences Guide* (SSG) dengan implementasi yang telah dilakukan. Berikut penjabaran dari penerapan *Standard Sequences Guide* (SSG) tersebut:

Tabel 4.1 Penerapan *Standard Sequences Guide* (SSG)

Konten	Perubahan	Rancangan	Hasil Akhir
1. Ini Buket, Tapi Bukan Bunga	Narasi	-	Penambahan narasi <i>Voice Over</i> setelah scene 1: “Yup, sekarang ternyata hadiah itu bentuknya makin beragam loh dan buket balon ini bisa jadi salah satu yang paling nyuri perhatian kamu! Bentuknya yang unik dan cocok untuk dikasih sebagai hadiah.”
	<i>Scene</i>	-	Penambahan <i>scene</i> setelah scene 1: - <i>Scene</i> 2: Talent keluar pagar dengan membawa buket balon. - <i>Scene</i> 3: Kamera memperlihatkan buket balon dari sisi samping

			memutar ke depan. - Scene 4: Talent menunjukkan buket balon ke kamera
	Durasi	42"	1'
2. Stop! Jangan Pilih Buket Sebelum Tahu Ini	Narasi	<i>Voice Over</i> "Kalau kamu cuma mau kasih sesuatu yang simple tapi tetap lucu, biasanya orang pilih yang single atau small buket!"	<i>Voice Over</i> "Pertama, Kalau kamu cuma mau kasih sesuatu yang simple tapi tetap lucu dan berkesan, single flower ini cocok banget buat kamu."
	Scene	Scene 2 Kamera <i>medium shot</i> menyoroti <i>talent</i> menunjukkan buket balon ke arah kamera dengan beragam <i>angle</i> .	Scene 2 Kamera menyoroti <i>single flower</i> ke arah kamera dengan beragam <i>angle</i> . Serta penambahan <i>scene</i> setelah <i>scene 2</i> : Kamera menyoroti <i>small bouquet</i> , <i>medium bouquet</i> , dan <i>large bouquet</i> ke arah kamera dengan beragam <i>angle</i> .

	Narasi	-	Penambahan <i>Voice Over</i> setelah <i>scene single flower</i> : “Kalau mau yang sedikit lebih besar tapi tetap simple dan ngga berlebihan, small buket ini jawabannya!”
	Durasi	1’2”	1’15”
3. Perhatikan 5 Hal Sebelum Membeli Buket Balon	<i>Scene</i>	<i>Talent</i> menunjukkan buket dengan warna berbeda secara bergantian. Kamera <i>close up</i> pada detail warna balon <i>pastel, doff,</i> dan <i>metallic</i> .	<i>Talent</i> menunjukkan buket balon berukuran <i>large</i> dengan warna <i>metallic</i> dan <i>colorful</i> .
	Durasi	1’2”	1’1”
4. Cuma 10 Ribu?	<i>Scene</i>	-	Penambahan <i>scene</i> setelah <i>scene 1</i> : Kamera memperlihatkan uang yang jatuh.
	Durasi	56”	1’
5. Di Balik Pembuatan Buket Balon	<i>Scene</i>	Proses merangkai balon menjadi bentuk buket.	Kamera <i>close up</i> balon yang sudah menjadi bunga.

		Kamera <i>medium shot</i> memperlihatkan keseluruhan proses merangkai.	
	Durasi	52"	1'6"
6. Jangan Salah Pilih Kado!	Scene	<i>Talent</i> berbicara ke kamera dengan ekspresi penasaran.	Adegan <i>talent</i> sedang <i>scroll handphone</i> mencari referensi kado, dilanjutkan <i>talent</i> kedua menarik kamera ke arahnya.
	Durasi	52"	1'3"
7. <i>A Gift That Never Goes Wrong?</i>	Scene	-	Penambahan scene untuk opening: Menampilkan screen recording pencarian pertanyaan "a gift that never goes wrong?" dengan jawaban "balloon bouquet".
	Durasi	51"	1'1"
8. Hadiah dari Balloons by Cici!	Scene	-	Penambahan scene untuk opening berupa pop up dengan judul "Quiz Alert!!"
	Scene	-	Penambahan scene setelah scene 2:

			Menampilkan pop up buket balon serta pilihan jawaban A. Rp20.000 B. Rp15.000 C. Rp10.000 D. Rp25.000
	Durasi	1'25"	1'1"
9. Kamu Tim yang Mana?	Durasi	1'18"	1'6"
10. Tips Hadiah Terasa Lebih Bermakna	Durasi	54"	1'1"

4.2.3 Perencanaan Waktu Produksi, Lokasi, dan Tim

Perencanaan waktu dan lokasi produksi dilakukan setelah menyelesaikan seluruh konsep serta *Standard Sequences Guide* (SSG) konten yang akan di upload di Instagram. Proses pengambilan gambar direncanakan selama 4 hari dan pemilihan lokasi juga disesuaikan dengan kebutuhan *scene* yang akan diambil. Penempatan lokasi *shooting* dilakukan di sekitar tempat tinggal penulis karena mendapatkan pencahayaan yang baik dan latar yang cerah sehingga bisa mendukung tampilan visual yang menarik.

Dalam menyusun proyek tugas akhir ini, penulis membutuhkan tim produksi yang dapat membantu proses pembuatan konten *Reels* Instagram yang akan diunggah nantinya. Proses pemilihannya, penulis menentukan beberapa kriteria yang perlu dimiliki oleh anggota tim, seperti memiliki kepercayaan diri, memahami bidang videografi, serta

mampu dan berani tampil di depan kamera untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Berdasarkan kriteria tersebut, penulis membentuk tim produksi dengan pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas pada setiap anggota. Adapun susunan tim produksi dalam pelaksanaan proyek tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Tim Produksi dan *Talent Video Reels* Balloons by Cici

<i>Producer</i>	Khiar Amru Sari
<i>Script Writer</i>	Khiar Amru Sari
<i>Cameraman</i>	1. Khiar Amru Sari 2. Rezqilla Ashya 3. Leonny Agustine
<i>Editor</i>	Khiar Amru Sari
<i>Talent</i>	1. Khiar Amru Sari 2. Rezqilla Ashya 3. Leonny Agustine 4. Maylaf Ariesta

4.3 Analisis Tahap Produksi

Tahap produksi dalam pembuatan konten *Reels* Instagram Balloons by Cici merupakan tahap pelaksanaan dari konsep yang telah dirancang pada tahap pra produksi. Proses produksi dilakukan berdasarkan *Standard Sequence Guide* (SSG) yang telah dibuat sebelumnya dengan memperhatikan beberapa aspek mencakup proses *shooting*, pengambilan *footage*, serta penyampaian pesan melalui narasi. Selama proses produksi berlangsung, terdapat beberapa penyesuaian yang dilakukan agar konten yang dihasilkan tetap sesuai dengan konsep yang telah dirancang dan mampu menarik perhatian pengguna Instagram.

Dalam proses produksi, kegiatan pengambilan gambar didukung oleh beberapa perangkat pendukung untuk menghasilkan kualitas visual dan audio yang diinginkan. Perangkat yang digunakan dalam proses produksi konten meliputi iPhone 13 untuk merekam video dan iPhone XR untuk merekam audio. Pemilihan iPhone 13 sebagai alat perekaman video dilakukan karena memiliki kemampuan kamera yang dapat menghasilkan kualitas gambar yang mendukung tampilan visual produk, terutama dalam menampilkan detail buket balon. Sementara itu, penggunaan iPhone XR untuk merekam audio bertujuan untuk menghasilkan suara yang lebih jelas pada bagian *voice over* maupun dialog *talent* sehingga informasi dalam konten dapat tersampaikan dengan baik kepada audiens. Berikut merupakan dokumentasi proses pengambilan gambar selama tahap produksi:

Tabel 4.3 Proses Pengambilan Gambar

Tanggal	Keterangan	Dokumentasi
21 Mei 2026	Pengambilan video SSG #1, diambil dengan teknik <i>medium long shot</i> yang menampilkan talent secara keseluruhan dengan latar lingkungan sekitar sebagai pendukung visual.	

	Pengambilan video SSG #3 menggunakan teknik <i>medium shot</i> untuk <i>opening</i> dan <i>medium long shot</i> untuk <i>closing</i> yang menampilkan <i>talent</i> saat menyampaikan informasi secara langsung kepada kamera.	 
--	---	--

	Pengambilan video SSG #4 menggunakan teknik <i>tracking shot</i> dengan pergerakan kamera yang mengikuti aktivitas <i>talent</i> saat melakukan percakapan. Pada <i>closing</i> video, pengambilan gambar dilakukan dengan teknik <i>medium shot</i> pada satu <i>talent</i>.	 
--	--	--

Pengambilan video SSG #6 dilakukan menggunakan teknik *medium shot* yang menampilkan *talent* saat berbicara di depan kamera. Pengambilan ini dipakai untuk *opening* dan *closing* video.



	Pengambilan <i>footage</i> detail produk sebagai visual pendukung untuk memperkuat penyampaian informasi dalam video.	 
--	--	--

24 Mei 2026	Pengambilan <i>footage</i> video SSG #5 mengenai proses pembuatan buket balon.	
	Pengambilan <i>footage</i> pendukung video SSG #3 dengan teknik <i>medium long shot</i> bersama <i>talent</i>.	 

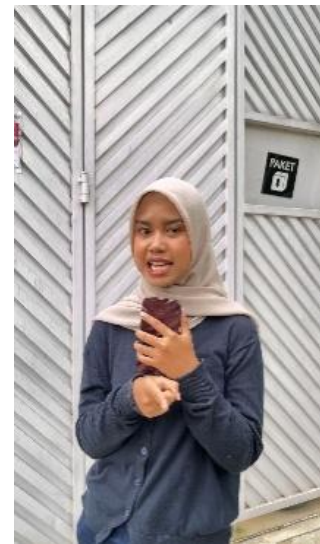
29 Mei 2026

Pengambilan *footage* produk sebagai tambahan visual dalam proses *editing* video dengan teknik *close up*.



30 Mei 2026

Pengambilan video SSG #2 yang dilakukan dengan menggunakan teknik *medium shot* untuk *opening* dan *closing* video.



Pengambilan video SSG #5 yang dilakukan dengan teknik *medium shot* untuk *opening* dan *closing* video.



	Pengambilan video SSG #7 yang dilakukan dengan teknik <i>medium shot</i> untuk <i>closing</i> video.	
	Pengambilan video SSG #9 bersama <i>talent</i> yang menggunakan teknik <i>medium shot</i> untuk <i>opening</i> dan <i>medium close up</i> untuk <i>closing</i> video.	 

	Pengambilan video SSG #8 bersama 2 talent yang menggunakan teknik <i>medium shot</i> dan <i>tracking shot</i>. Untuk <i>closing</i>, digunakan <i>medium long shot</i> dan <i>angle</i> menggunakan <i>high angle</i>.	 
--	---	--

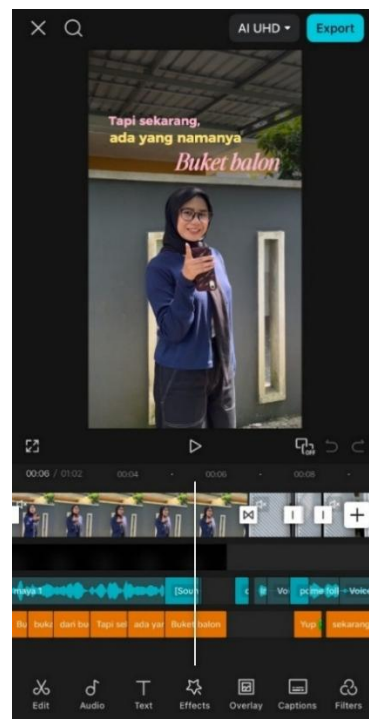
	Pengambilan video beserta <i>footage</i> untuk SSG #10 yang dilakukan bersama <i>talent</i> serta dilakukannya juga <i>footage</i> tambahan produk dengan teknik <i>close up</i> sebagai pendukung video.	
--	--	--

		
	Pengambilan <i>footage</i> pendukung untuk SSG #7 sebagai tambahan visual dalam proses <i>editing</i> video dengan teknik <i>close up</i>.	 

4.4 Analisis Tahap Pasca Produksi

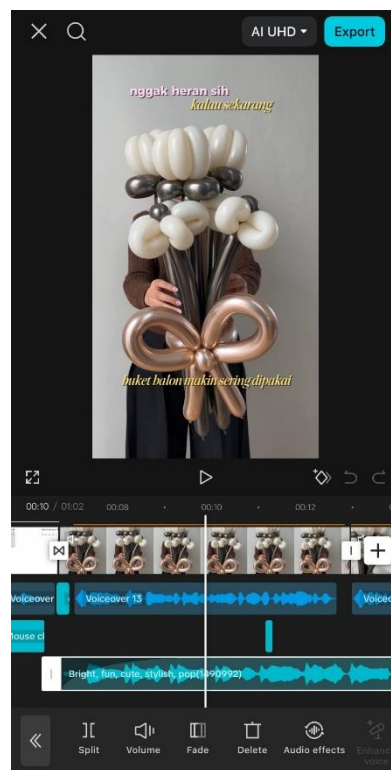
4.4.1 Editing

Setelah seluruh tahapan pengambilan gambar selesai dilaksanakan, proses dilanjutkan dengan tahap *editing* video menggunakan aplikasi CapCut selama satu minggu, yaitu pada tanggal 1–8 Juni 2026. Proses editing dilakukan dengan mengacu pada *Standard Sequences Guide* (SSG) yang telah disusun pada tahap pra produksi, dimulai dari seleksi *footage* untuk menentukan bagian yang akan digunakan, kemudian disusun dan disesuaikan dengan urutan SSG yang telah ditentukan, sehingga menghasilkan susunan konten *Reels* Instagram yang lebih terstruktur dan sesuai dengan konsep yang telah dirancang.



Gambar 4.2 Proses Penyuntingan Video
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2026)

Setelah pemilihan *footage*, tahap selanjutnya dilanjutkan dengan penambahan teks pada video berupa judul untuk *opening*, informasi pendukung, serta *subtitle* narasi. Penggunaan teks dan *subtitle* digunakan untuk memperjelas informasi yang disampaikan serta dapat membantu audiens untuk tetap memahami isi konten. Penggunaan teks *hook* pada awal video juga bertujuan menarik perhatian audiens dalam beberapa detik pertama agar tetap melanjutkan menonton konten. Kemudian dilakukannya penyesuaian visual seperti transisi yang dipakai, pengaturan durasi pada setiap *scene*, serta penyesuaian tampilan warna agar menghasilkan video yang lebih menarik saat dilihat.



Gambar 4.3 Proses Penyuntingan Audio
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2026)

Penggunaan musik musik *no copyright* untuk latar video juga menjadi salah satu bagian dalam proses *editing* konten. Musik latar

dipilih berdasarkan kesesuaian karakter setiap video agar dapat mendukung suasana menjadi lebih hidup. Selain itu ditambahkannya juga *voice over* untuk menyampaikan informasi secara lebih jelas kepada audiens yang menyaksikan video. Penggunaan *voice over* dilakukan supaya informasi yang disampaikan tidak hanya bergantung pada tampilan visual.

4.4.2 Screening

Setelah melakukan proses *editing*, video kemudian diperlihatkan kepada pemilik Balloons by Cici, Leonny Agustine untuk mendapatkan masukan. Berdasarkan hasil *screening*, terdapat beberapa masukan dan penyesuaian yang dilakukan sebelum konten dipublikasikan pada Instagram @balloonsbycici. Beberapa masukan tersebut meliputi pemilihan *footage* serta kejelasan teks pada video. Proses ini dilakukan agar konten yang nantinya dipublikasikan tidak hanya sesuai keinginan klien, namun juga dapat menyampaikan pesan yang jelas kepada audiens.

4.4.3 Publikasi

Setelah dilakukannya *screening* dengan pemilik Balloons by Cici, tahap selanjutnya adalah tahap publikasi. Setiap video yang telah melalui tahap produksi kemudian dipublikasikan melalui akun Instagram Balloons by Cici dengan nama pengguna @balloonsbycici. Adapun beberapa konten yang telah dipublikasikan sebagai berikut:

Tabel 4.4 Publikasi Konten

Konten	Tanggal Publikasi	Link
1. Ini Buket, Tapi Bukan Bunga	2 Juni 2026	https://www.instagram.com/reel/DZEc9

		<u>dMSQZ9/?igsh=MWlyN3ZmNmFvbn</u> <u>d5OQ==</u>
2. Stop! Jangan Pilih Buket Sebelum Lihat Ini	3 Juni 2026	<u>https://www.instagram.com/reel/DZHEeQtSb25/?igsh=ZzM0azQwNG9wdDd</u> <u>m</u>
3. Perhatikan 5 Hal Sebelum Membeli Buket Balon	4 Juni 2026	<u>https://www.instagram.com/reel/DZJl7_LyNW-/?igsh=N2FrZ3Qxb2RhOGZq</u>
4. Cuma 10 Ribu?	5 Juni 2026	<u>https://www.instagram.com/reel/DZMLEsGsjd/?igsh=MTgxcDZnMGp4dGRrbA==</u>
5. Di Balik Pembuatan Buket Balon	6 Juni 2026	<u>https://www.instagram.com/reel/DZOyvciSxmb/?igsh=ODZsYjduZ2tnbXdm</u>
6. Jangan Salah Pilih Kado!	7 Juni 2026	<u>https://www.instagram.com/reel/DZRT9vPyPzy/?igsh=MXY5ajA2M3Fzdng4MA==</u>

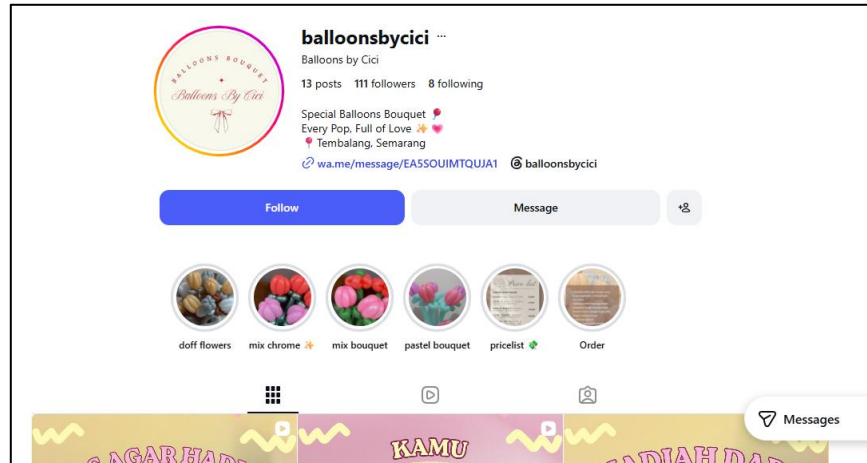
7. <i>A Gift That Never Goes Wrong?</i>	8 Juni 2026	https://www.instagram.com/reel/DZT5NzxyFvP/?igsh=MXdwdXgyZGt2OWpweg==
8. Hadiah dari Balloons by Cici!	9 Juni 2026	https://www.instagram.com/reel/DZWhGzHSvCp/?igsh=M TNmbXY1MGtuZDZmbg==
9. Kamu Tim yang Mana?	10 Juni 2026	https://www.instagram.com/reel/DZZ4-T8SFoj/?igsh=MXJzMmJteW00bGJ4eA==
10. Tips Agar Hadiah Terasa Lebih Bermakna	11 Juni 2026	https://www.instagram.com/reel/DZboEK5Sf8n/?igsh=MWRkaXh5amdXMT h2dg==

4.4.4 Evaluasi

1. Analisis Peningkatan *Followers*

Penulis telah mempublikasikan konten pada akun Instagram @balloonsbycici. Sebanyak 10 konten *marketing* dalam format *Reels* telah dipublikasikan secara bertahap pada periode 2 Juni hingga 11 Juni 2026. Secara keseluruhan, konten-konten tersebut berhasil menjangkau audiens yang cukup luas, baik dari kalangan *followers*

dan non-*followers*, serta mendorong banyaknya akun berkunjung ke profil @balloonsbycici.



Gambar 4.4 Akun Profil Instagram @balloonsbycici Setelah Publikasi Konten

(Sumber: Instagram @balloonsbycici, 2026)

Sebelum produksi konten dilakukan, akun @balloonsbycici tercatat memiliki 14 *followers*. Namun, setelah mempublikasikan konten pada periode yang disebutkan di atas, jumlah *followers* meningkat menjadi 111 *followers*. Peningkatan ini menunjukkan adanya perubahan performa akun yang cukup kuat setelah dilakukannya publikasi konten secara konsisten dalam rentang waktu yang telah ditentukan, sehingga dapat dilihat bahwa konten yang telah dipublikasikan berpotensi mendukung pertumbuhan *followers* pada akun Instagram @balloonsbycici.



Gambar 4.5 Peningkatan *Followers* Setelah Publikasi Konten
(Sumber: Instagram @balloonsbycici, 2026)

Berdasarkan hasil analisis data *insight* Instagram pada periode 2 hingga 18 Juni 2026, akun @balloonsbycici mengalami peningkatan *followers* menjadi 111 dengan pertumbuhan sebesar +296.4% dibandingkan dengan tanggal 1 Juni 2026. Data *insight* Instagram mencatat *overall growth* sebesar 94 *followers*, yang terdiri dari 98 akun baru yang mengikuti dan 4 akun yang berhenti mengikuti selama periode tersebut. Sementara itu, apabila dihitung secara manual berdasarkan perbandingan jumlah *followers* sebelum dan sesudah periode produksi, akun @balloonsbycici mengalami penambahan sebanyak 97 *followers*, yaitu dari 14 *followers* (berdasarkan data periode 1 Februari–3 Maret 2026) menjadi 111 *followers*. Selisih sebanyak 3 *followers* antara *overall growth* Instagram *Insight* (94) dan selisih manual (97) kemungkinan

disebabkan oleh adanya *followers* baru yang masuk pada rentang waktu sebelum periode *insight* dimulai (2 Juni 2026), sehingga tidak tercatat dalam *overall growth* resmi Instagram namun tetap terhitung dalam perbandingan jumlah *followers* awal dan akhir. Dalam analisis ini, angka 97 *followers* digunakan sebagai data utama peningkatan *followers* karena merupakan selisih langsung antara kondisi awal dan kondisi akhir akun. Kondisi ini menunjukkan bahwa banyak akun yang tertarik untuk mengikuti akun dengan adanya konten yang dipublikasikan.

Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa setelah dilakukan publikasi konten *marketing* melalui *Reels*, terjadi pertumbuhan *followers* serta peningkatan jangkauan akun selama periode evaluasi. Selain itu, pola pertumbuhan yang terjadi tidak hanya berlangsung selama pada periode publikasi (2 hingga 11 Juni 2026), tetapi juga masih berlanjut setelah periode tersebut, yang mengindikasikan adanya efek lanjutan dari distribusi konten melalui algoritma Instagram, interaksi audiens, serta potensi konten yang masih terus direkomendasikan kepada pengguna baru.

2. Analisis Performa Konten *Reels*

Tabel 4.5 Performa Konten *Reels*

No	Konten	Views	Likes	Reach
1	Ini Buket, Tapi Bukan Bunga	1.149	102	623
2	Stop! Jangan Pilih Buket Sebelum Lihat Ini	816	81	379

3	Perhatikan 5 Hal Sebelum Membeli Buket Balon	719	73	362
4	Cuma 10 Ribu?	765	53	418
5	Di Balik Pembuatan Buket Balon	849	71	451
6	Jangan Salah Pilih Kado!	483	52	245
7	<i>A Gift That Never Goes Wrong?</i>	485	53	248
8	Hadiah dari Balloons by Cici!	619	52	302
9	Kamu Tim yang Mana?	447	63	264
10	Tips Agar Hadiah Terasa Lebih Bermakna	496	52	265

Berdasarkan hasil analisis performa 10 konten *Reels* Instagram @balloonsbycici pada Tabel 4.5, terlihat bahwa setiap konten memiliki tingkat jangkauan dan respons audiens yang berbeda. Konten “Ini Buket, Tapi Bukan Bunga” memperoleh performa tertinggi dengan jumlah *views* sebanyak 1.149 kali, *likes* sebanyak 102, dan *reach* sebanyak 623 akun. Tingginya performa pada konten tersebut menunjukkan bahwa penyampaian informasi mengenai variasi buket balon sebagai alternatif dari buket bunga

memiliki menjangkau audiens yang lebih luas dibandingkan konten lainnya.

Selain itu, konten “Stop! Jangan Pilih Buket Sebelum Lihat Ini” dan “Perhatikan 5 Hal Sebelum Membeli Buket Balon” juga memperoleh jumlah *reach* yang cukup tinggi dibandingkan beberapa konten lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa konten yang memberikan informasi dan membantu audiens dalam menentukan pilihan produk memiliki potensi untuk menarik perhatian pengguna Instagram.

Sementara itu, konten “Kamu Tim yang Mana?” memperoleh jumlah *likes* yang cukup tinggi meskipun memiliki *reach* yang lebih rendah dibandingkan konten dengan jangkauan tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan konten yang mengajak audiens untuk berinteraksi langsung dapat mendorong keterlibatan audiens, sejalan dengan salah satu dimensi konten *marketing* yaitu bernilai, di mana konten yang relevan dengan kebutuhan dan preferensi audiens mampu menciptakan respons yang lebih aktif. Secara keseluruhan, hasil performa konten menunjukkan bahwa variasi penyajian pesan menghasilkan tingkat respons audiens yang berbeda pada setiap publikasi.

3. Analisis Hasil *Insight* Akun Instagram

Setelah melakukan analisis terhadap performa setiap konten *Reels* yang telah dipublikasikan, tahap selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap hasil *insight* akun Instagram @balloonsbycici secara keseluruhan. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada akun setelah implementasi konten *marketing*, khususnya berdasarkan indikator penayangan akun

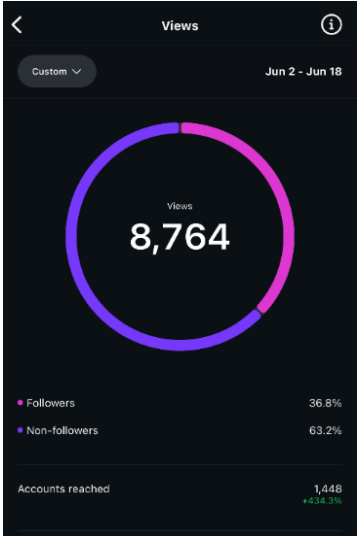
(*views*), jangkauan akun (*reach*), dan kunjungan profil (*profile visits*).

a) Analisis Penayangan Akun (*Views*)

Secara keseluruhan, hasil *insight* pada akun Instagram @balloonsbycici menunjukkan adanya peningkatan penayangan akun setelah publikasi konten *Reels* Instagram. Sebelum dilakukannya publikasi konten, akun Instagram @balloonsbycici memiliki jumlah penayangan sebanyak 76 kali pada periode 1 Februari hingga 3 Maret 2026. Setelah dilakukan publikasi sebanyak 10 konten *Reels*, jumlah penayangan mengalami peningkatan signifikan menjadi 8.764 kali pada periode 2 Juni hingga 18 Juni 2026.

Peningkatan jumlah penayangan ini menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan memperoleh paparan yang lebih luas dibandingkan kondisi sebelum dilakukan produksi konten. Penayangan tersebut berasal dari pengikut akun maupun pengguna Instagram yang belum mengikuti akun @balloonsbycici, sehingga menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan mampu menjangkau audiens di luar *followers* awal akun.

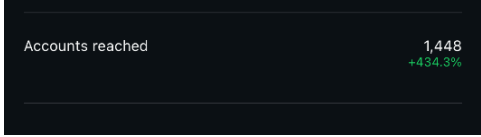
Tabel 4.6 Penayangan Akun @balloonsbycici Sebelum dan Sesudah Produksi

Sebelum Produksi	Setelah Produksi
 Views: 76 Followers: 28.9% Non-followers: 71.1% Accounts reached: 11 (0%)	 Views: 8,764 Followers: 36.8% Non-followers: 63.2% Accounts reached: 1,448 (+434.3%)

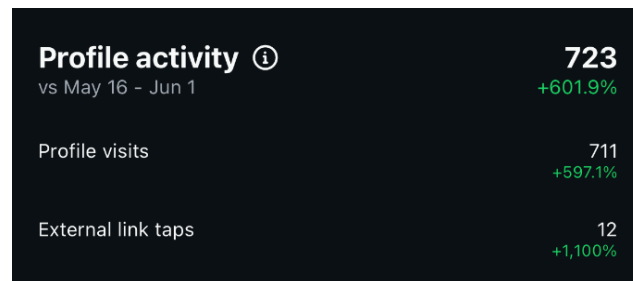
b) Analisis Jangkauan Akun (*Reach*)

Selain penayangan akun, indikator lain yang dianalisis adalah jumlah jangkauan akun (*reach*) pada akun Instagram @balloonsbycici. Sebelum dilakukannya publikasi konten, akun Instagram @balloonsbycici memiliki jumlah akun yang dijangkau sebanyak 11 akun. Setelah dilakukan publikasi sebanyak 10 konten *Reels*, jumlah akun yang berhasil dijangkau mengalami peningkatan menjadi 1.448 akun. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan mampu menjangkau audiens yang lebih luas, tidak hanya pengikut akun @balloonsbycici tetapi juga pengguna Instagram yang belum mengikuti akun tersebut.

Tabel 4.7 Jangkauan Akun @balloonsbycici Sebelum dan Sesudah Produksi

Sebelum Produksi	Setelah Produksi
	

c) Analisis Kunjungan Profil (*Profile Visits*)



Gambar 4.6 *Profile Activity* Akun @balloonsbycici
(Sumber: Instagram @balloonsbycici, 2026)

Selain jangkauan akun, indikator lain yang digunakan dalam evaluasi adalah jumlah kunjungan profil (*profile visits*). Berdasarkan hasil *insight* Instagram @balloonsbycici, terdapat perubahan jumlah kunjungan profil setelah dilakukan publikasi konten *Reels*. Selama periode evaluasi, jumlah kunjungan profil mencapai 711 kunjungan. Perolehan tersebut menunjukkan adanya ketertarikan audiens untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai akun Balloons by Cici setelah melihat konten yang dipublikasikan. Melalui kunjungan profil tersebut, audiens memiliki kesempatan untuk mengenal produk yang ditawarkan, melihat informasi pada akun, serta melakukan interaksi lebih lanjut dengan Instagram @balloonsbycici.

4. Analisis Key Performance Indicator (KPI)

Dalam melaksanakan proyek tugas akhir yang berjudul “Produksi Konten *Marketing* melalui Instagram Reels untuk Meningkatkan *Followers* pada Akun Instagram @balloonsbycici”, memiliki tujuan untuk meningkatkan *followers* pada akun Instagram @balloonsbycici. Untuk menilai sejauh mana tujuan tersebut tercapai, diperlukannya analisis terhadap produksi konten yang telah dibuat. Evaluasi keberhasilan proyek tugas akhir ini mengacu pada beberapa *Key Performance Indicator* (KPI) yang telah ditetapkan sebelumnya. Penulis akan menjelaskan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 4.8 Analisis Keberhasilan KPI

No.	KPI	Target	Pencapaian
1.	Peningkatan jumlah <i>followers</i> pada media sosial Instagram @balloonsbycici	Adanya peningkatan minimal 50 <i>followers</i> setelah publikasi konten	Jumlah <i>followers</i> meningkat dari 14 menjadi 111 <i>followers</i> (+692,9%) setelah publikasi 10 konten
2.	Peningkatan jumlah penayangan akun (<i>views</i>)	Meningkatnya <i>views</i> menjadi minimal 500 <i>views</i> setelah publikasi konten	Jumlah <i>views</i> meningkat dari 76 menjadi 8.764 <i>views</i> (+11.431,6%) pada periode 2–18 Juni 2026

3.	Peningkatan jangkauan akun (<i>reach</i>)	Meningkatnya jumlah akun yang dijangkau sebanyak 100 akun setelah publikasi konten	Jangkauan akun meningkat dari 11 menjadi 1.448 akun (+13.063,6%)
4.	Peningkatan kunjungan profil akun (<i>profile visits</i>)	Adanya peningkatan kunjungan profil dengan minimal 50 kunjungan setelah publikasi konten	Kunjungan profil mencapai 711 kunjungan (+597,1%)

Berdasarkan tabel KPI yang telah ditetapkan, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator kinerja utama berhasil tercapai bahkan melampaui target yang telah ditetapkan. Peningkatan jumlah *followers* sebesar 692,9% atau setara dengan 97 *followers* menunjukkan efektivitas konten *marketing* dalam mendorong audiens untuk mengikuti akun @balloonsbycici, sementara peningkatan jangkauan akun (*reach*) sebesar 13.063,6% mencerminkan keberhasilan konten *Reels* dalam menjangkau audiens baru di luar *followers* yang sudah ada. Selain itu, capaian penayangan akun (*views*) yang meningkat hingga 11.431,6% serta kunjungan profil (*profile visits*) yang mencapai 711 kunjungan menegaskan bahwa konten yang diproduksi mampu menarik perhatian audiens secara signifikan dan mendorong mereka untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai Balloons by Cici.

Secara keseluruhan, pencapaian KPI tersebut menunjukkan adanya peningkatan performa akun setelah dilakukan produksi dan publikasi konten *marketing* melalui Instagram *Reels*. Hasil ini menunjukkan bahwa *Reels* dapat menjadi salah satu media yang

mendukung peningkatan eksistensi digital sebuah UMKM melalui penyebaran konten yang lebih luas dan terarah.

Selain evaluasi berdasarkan KPI, konten yang diproduksi juga dapat ditinjau berdasarkan dimensi konten *marketing* menurut Milhinhos (2015). Dari dimensi relevansi, setiap konten dirancang sesuai dengan karakteristik target audiens @balloonsbycici, yaitu remaja dan mahasiswa yang menjadi segmen utama pengguna buket balon. Dari dimensi bernilai dan mudah dipahami, konten disajikan dalam format *storytelling*, edukasi produk, dan demonstrasi proses pembuatan buket balon yang informatif serta mudah dicerna oleh audiens. Dari dimensi akurasi, informasi yang disampaikan dalam setiap konten bersumber langsung dari pemilik Balloons by Cici sehingga dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

Dari dimensi mudah ditemukan, konten didistribusikan melalui format *Reels* yang diprioritaskan oleh algoritma Instagram sehingga dapat menjangkau audiens baru di luar *followers* yang sudah ada. Dari dimensi konsisten, konten dipublikasikan secara terjadwal berdasarkan kalender konten yang telah disusun pada tahap pra produksi. Terpenuhinya keenam dimensi ini menunjukkan bahwa konten yang diproduksi telah memenuhi standar konten *marketing* yang baik dan menjadi salah satu faktor yang mendukung keberhasilan pencapaian KPI.

5. Sustainability

Keberlanjutan dari penerapan konten *marketing* pada akun Instagram @balloonsbycici dapat diwujudkan melalui beberapa aspek yang dapat diterapkan secara mandiri oleh Leonny Agustine selaku pemilik UMKM Balloons by Cici. *Standard Sequences Guide* (SSG) yang sudah disusun oleh penulis sebelumnya bisa dijadikan

acuan atau referensi untuk memproduksi konten berikutnya. Kemudian, dapat dilakukannya juga pemanfaatan data *insight* Instagram yang dapat dilihat untuk memantau performa konten sehingga dapat disesuaikan berdasarkan jenis konten yang paling diminati oleh audiens.

Konsistensi jadwal publikasi konten juga menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan pertumbuhan *followers*. Mengacu pada hasil yang telah dicapai selama proyek tugas akhir ini, pemilik Balloons by Cici diharapkan dapat terus mempublikasikan konten secara rutin untuk menjaga konsistensi akun @balloonsbycici di mata audiens secara berkelanjutan. Dengan menerapkan keberlanjutan tersebut, diharapkan penambahan *followers* pada akun Instagram @balloonsbycici dapat terus bertambah dalam jangka panjang.

4.5 Hambatan dan Solusi

4.5.1 Hambatan

Selama pelaksanaan proyek tugas akhir ini, penulis menghadapi beberapa hambatan, salah satunya terkait dengan jadwal pengambilan gambar. Proses produksi memerlukan kesiapan buket balon yang harus dirangkai terlebih dahulu oleh pemilik Balloons by Cici sebelum proses pengambilan gambar dilakukan. Karena hal tersebut, jadwal pengambilan gambar harus menyesuaikan dengan ketersediaan waktu pemilik usaha sehingga proses produksi tidak dapat dilakukan secara fleksibel. Proses pengambilan gambar juga awalnya direncanakan akan selesai dalam 3 hari, namun terdapat penambahan satu hari yang disebabkan oleh proses pengambilan gambar yang berlangsung hingga

menjelang malam sehingga sebagian konten tidak dapat diselesaikan sesuai jadwal karena pencahayaan menjadi kurang optimal.

4.5.2 Solusi

Permasalahan tersebut bisa diatasi dengan melakukan koordinasi lebih awal dengan pemilik Balloons by Cici terkait jadwal kesiapan buket balon serta menyesuaikan waktu untuk pengambilan gambar agar dapat dilakukan pada jam yang sudah ditentukan dan memiliki pencahayaan yang lebih optimal. Kemudian, penulis juga melakukan penambahan satu hari untuk pengambilan gambar yang pada hari sebelumnya tidak dapat diselesaikan, sehingga seluruh konten dapat diselesaikan dengan kualitas yang baik.