

BAB III

METODE PELAKSANAAN KARYA

3.1 Klien Produksi Karya

Klien produksi karya ini adalah UMKM Laksmi Art Batik yang berlokasi di Kampung Batik Rejomulyo.

3.2 Profil Klien Laksmi Art Batik

Laksmi Art Batik merupakan salah satu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang fokus melestarikan budaya melalui batik tulis dan cap bermotif khas Semarang. Laksmi Art Batik berlokasi di Kampung Batik Rejomulyo, Kota Semarang, yang dikenal sebagai sentra batik khas daerah. Didirikan oleh Christina Riyastuti, Laksmi Art Batik menawarkan produk berkualitas dengan pewarna alami, dan juga mengangkat nilai budaya lokal melalui motif dan filosofi Batik Semarang.

Sebagai UMKM berbasis budaya, Laksmi Art Batik memiliki keunikan pada penggunaan motif khas Semarang yang mengandung makna filosofis serta merepresentasikan identitas lokal, seperti unsur sejarah, ikon kota, dan nilai kearifan lokal. Produk yang dihasilkan meliputi kain batik, pakaian batik, serta produk turunan lainnya yang ditujukan untuk berbagai segmen pasar, baik lokal maupun wisatawan. Selain itu, Laksmi Art Batik juga aktif dalam kegiatan pelatihan dan edukasi membatik sebagai bentuk pelestarian budaya sekaligus upaya memperkenalkan Batik Semarang kepada masyarakat.

3.3 Segmentasi Audiens

Segmentasi audiens dalam karya ini ditentukan berdasarkan hasil survei pra produksi yang telah dilakukan kepada 82 responden. Responden dalam survei tersebut merupakan masyarakat yang memiliki keterpaparan awal terhadap Kampung Batik Rejomulyo maupun Laksmi Art Batik, seperti pernah mengunjungi Kampung Batik Rejomulyo, mengikuti akun media sosial Kampung Batik Rejomulyo, atau mengikuti akun Instagram Laksmi Art Batik. Berdasarkan hasil survei tersebut, sebagian audiens telah mengenal nama Laksmi Art Batik, tetapi

belum memahami secara kuat mengenai karakteristik *brand*, aktivitas utama, jenis produk, motif khas, serta posisi Laksmi Art Batik sebagai UMKM Batik Semarang yang juga menyediakan edukasi membatik. Oleh karena itu, segmentasi audiens dalam karya ini difokuskan pada audiens yang relevan dengan tujuan peningkatan *brand awareness* Laksmi Art Batik.

3.3.1 Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis dalam karya ini adalah sebagai berikut:

- a. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- b. Usia : Minimal 20 tahun
- c. Pendidikan : Minimal perguruan tinggi (Diploma / Sarjana)
- d. Pekerjaan : Mahasiswa, karyawan swasta, dan pegawai instansi
- e. Status sosial ekonomi : menengah hingga menengah keatas

3.3.2 Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis dalam karya ini adalah sebagai berikut:

- a. Wilayah utama : Masyarakat Kota Semarang dan sekitarnya
- b. Wilayah pendukung : Pengguna Instagram di luar Kota Semarang yang memiliki ketertarikan terhadap Batik Semarang dan produk UMKM kreatif berbasis budaya

3.3.3 Segmentasi Psikografis

- a. Memiliki ketertarikan terhadap produk berbasis budaya lokal dan kerajinan tradisional.
- b. Tertarik pada produk batik sebagai bagian dari budaya Indonesia.
- c. Menyukai produk UMKM kreatif dan produk handmade yang memiliki nilai cerita.
- d. Tertarik pada kegiatan wisata edukasi, khususnya *workshop* atau pengalaman langsung dalam proses membatik.
- e. Audiens yang sudah mengenal nama Laksmi Art Batik, tetapi belum memahami secara jelas identitas, produk, motif khas, dan nilai budaya yang dimiliki.

3.4 Konsep Produksi Karya

Konsep produksi karya dalam Tugas Akhir ini disusun berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, yaitu *brand awareness* Laksmi Art Batik yang belum terbentuk secara mendalam dan konsisten. Berdasarkan hasil survei pra produksi, sebagian audiens telah mengenal nama atau keberadaan Laksmi Art Batik, tetapi pemahaman mereka terhadap karakteristik *brand*, jenis produk, motif khas, nilai budaya, serta posisi Laksmi Art Batik sebagai UMKM Batik Semarang yang juga menyediakan edukasi membatik masih belum kuat. Selain itu, hasil audit akun Instagram @laksmi_art_batik menunjukkan bahwa pengelolaan konten belum dilakukan secara konsisten dan belum secara terarah membangun narasi karakteristik *brand*.

Konten Instagram *Reels* dalam karya ini dikelompokkan ke dalam dua *content pillar*, yaitu pengenalan merek dan edukasi. Pilar pengenalan merek digunakan untuk memperkenalkan identitas, latar belakang, pendiri, filosofi nama, serta aktivitas dan layanan Laksmi Art Batik. Pilar ini disusun untuk memperkuat pemahaman audiens mengenai posisi Laksmi Art Batik sebagai UMKM Batik Semarang yang tidak hanya menghasilkan produk batik, tetapi juga menyediakan kegiatan edukasi melalui *workshop* membatik.

Sementara itu, pilar edukasi digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai motif khas, perbedaan batik autentik dengan kain bermotif batik hasil printing, nilai budaya Batik Semarang, perawatan produk batik, serta inspirasi penggunaan batik dalam kehidupan sehari-hari. Pilar ini disusun berdasarkan hasil survei pra produksi yang menunjukkan bahwa pemahaman audiens terhadap produk, motif khas, dan nilai yang dimiliki Laksmi Art Batik masih belum kuat. Kedua *content pillar* tersebut saling melengkapi dalam memperkenalkan karakteristik *brand* sekaligus meningkatkan pengetahuan audiens mengenai Batik Semarang.

Secara umum, konten yang diproduksi meliputi pengenalan Laksmi Art Batik, edukasi motif Batik Semarang, proses membatik, perbedaan batik tulis dan batik cap, perawatan batik, pengenalan produk, *workshop* membatik, serta konten yang memperkuat identitas Laksmi Art Batik sebagai UMKM Batik Semarang.

Keberhasilan produksi karya dalam meningkatkan *brand awareness* pada Laksmi Art Batik akan diukur melalui *Key Performance Indicator* (KPI) yang ditetapkan sebagai acuan evaluasi. Dalam karya Tugas Akhir ini, KPI disusun berdasarkan survei pasca produksi.

3.5 Mekanisme Produksi

Produksi konten media sosial, khususnya konten visual dan audiovisual, umumnya terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi (Thifalia & Susanti, 2021). Tahapan ini digunakan sebagai acuan dalam menghasilkan konten yang terstruktur dan sesuai dengan tujuan komunikasi digital.

3.5.1 Pra Produksi

Pra produksi merupakan tahapan awal dalam proses produksi konten yang berfokus pada perencanaan sebelum produksi dilakukan. Tahap ini menjadi bagian penting dalam memastikan bahwa konten yang dihasilkan memiliki arah yang jelas serta sesuai dengan tujuan komunikasi yang telah ditetapkan, yaitu meningkatkan *brand awareness* Laksmi Art Batik. Berikut beberapa tahapan yang dilakukan:

a. Pengumpulan Data

Pada tahap ini, penulis melakukan riset awal untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi Laksmi Art Batik, tingkat pemahaman audiens, serta pengelolaan media sosial yang telah dilakukan. Riset awal dilakukan melalui penyebaran kuesioner, observasi dan audit akun Instagram, serta wawancara dengan pemilik Laksmi Art Batik. Kuesioner disebarkan kepada 82 responden yang telah memiliki keterpaparan awal terhadap Kampung Batik Rejomulyo maupun Laksmi Art Batik. Kuesioner digunakan untuk mengetahui tingkat pengenalan dan pemahaman audiens terhadap identitas, aktivitas, produk, motif khas, serta posisi Laksmi Art Batik sebagai UMKM Batik Semarang yang juga menyediakan edukasi membatik.

Selain kuesioner, penulis melakukan observasi dan audit terhadap akun Instagram @laksmi_art_batik. Observasi dilakukan dengan mengidentifikasi jenis konten yang telah dipublikasikan, frekuensi unggahan, pola penyampaian

pesan, tingkat interaksi audiens, serta informasi mengenai Laksmi Art Batik yang belum disampaikan secara optimal melalui media sosial. Selain itu, penulis juga melakukan wawancara dengan Ibu Christina Riyastuti selaku pemilik Laksmi Art Batik. Wawancara bertujuan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai sejarah berdirinya usaha, latar belakang pemilihan nama Laksmi Art Batik, jenis produk yang dihasilkan, motif khas Asem Arang, nilai budaya yang diangkat, kegiatan *workshop* membatik, serta harapan pemilik terhadap pengembangan Laksmi Art Batik.

Hasil pengumpulan data kemudian digunakan sebagai pertimbangan dalam menentukan tema, konsep, dan pesan yang akan disampaikan melalui karya. Dengan demikian, proses produksi konten tidak hanya didasarkan pada pertimbangan kreatif, tetapi juga disesuaikan dengan kebutuhan komunikasi Laksmi Art Batik dan tujuan produksi karya dalam meningkatkan *brand awareness* audiens terhadap Laksmi Art Batik.

b. Penentuan Konsep dan Tema Konten

Berdasarkan hasil pengumpulan dan analisis informasi yang telah dilakukan, tahap selanjutnya adalah menentukan tema dan konsep konten yang akan diproduksi. Penentuan tema dilakukan dengan mempertimbangkan informasi yang perlu disampaikan kepada audiens berdasarkan hasil analisis kuesioner Pra Survey, serta tujuan komunikasi yang ingin dicapai melalui karya. Konsep konten kemudian diproduksi dalam bentuk video pendek yang informatif, edukatif, dan menarik secara visual dengan menyesuaikan karakteristik Laksmi Art Batik melalui Instagram *Reels*. Tema yang ditentukan mencakup informasi mengenai identitas Laksmi Art Batik, produk, motif, aktivitas, *workshop* membatik, nilai budaya, serta informasi edukatif mengenai batik.

Tema dan konsep yang telah ditentukan selanjutnya dikembangkan ke dalam beberapa topik konten yang dikelompokkan berdasarkan *content pillar*. Pembagian tersebut dilakukan agar setiap konten memiliki fokus pesan yang jelas dan tetap mendukung tujuan utama produksi karya. Setiap *content pillar*

diproduksi untuk menyampaikan pesan yang berbeda namun saling melengkapi, sehingga secara keseluruhan mampu membangun pengenalan merek secara bertahap dan konsisten di benak audiens. Penyusunan *content pillar* ini didasarkan pada hasil audit konten akun @laksmi_art_batik serta temuan kuesioner pra produksi yang menunjukkan rendahnya tingkat *brand awareness* publik terhadap Laksmi Art Batik. Rincian *content pillar*, strategi pesan, dan jenis konten yang diproduksi disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. 1 Content Pillar

Content Pillar	Strategi Pesan	Judul Konten
Pengenalan Merek	Memperkenalkan Laksmi Art Batik sebagai UMKM yang melestarikan warisan Batik Semarangan dan aktif memberikan edukasi mengenai batik melalui <i>Workshop</i> membatik.	Ternyata Semarang Punya Batik Sekeren Ini
	Memperkenalkan Ibu Christina Riyastuti sebagai pendiri. Menceritakan visi, kecintaannya pada Batik Semarangan, dan perjalanan beliau mendirikan galeri ini di Kampung Batik Rejomulyo.	The Face Behind Laksmi Art Batik
	Mengulik makna filosofis di balik pemilihan nama "Laksmi Art Batik". Menghubungkan arti nama tersebut dengan harapan dan nilai keindahan tekstil tradisional yang diusung	Kenapa Harus Nama Laksmi?
	Menjelaskan bahwa Laksmi Art Batik merupakan bagian dari Kampung Batik Rejomulyo, dan selain berkunjung ke Laksmi Art Batik, pengunjung juga bisa	Kalau ke Laksmi Art Batik, bisa eksplor apa aja?

	menjelajahi Kampung Batik Rejomulyo. Selain itu, juga memperkenalkan produk apa saja yang dijual pada Laksmi Art Batik.	
Edukasi	Menjelaskan bahwa motif Batik Semarang bukan sekadar gambar, melainkan representasi sejarah Kota Semarang. Kupas tuntas sejarah visual, arti, dan mengapa motif Asem Arang menjadi <i>signature</i> atau ciri khas utama Laksmi Art Batik.	Pernah Lihat Motif Ini? Tapi Gak Tau Maknanya? Asal usul motif Asem Arang
	Edukasi publik untuk membedakan antara batik asli (tulis & cap) dengan kain tekstil bermotif batik (<i>printing</i>). Sekaligus menekankan posisi Laksmi Art Batik yang murni mempertahankan kelestarian proses tradisional dan autentik membatik.	Mitos vs Fakta Benarkah Semua Kain Bermotif Itu Batik?
	Menjelaskan perpaduan budaya Tionghoa, Arab, dan Jawa pada visual Warak Ngendog khas Semarang yang ada di kain Laksmi Art Batik.	Bedah Akulturasi 3 Budaya di Motif Warak Ngendog
Pengenalan Merek	Menjawab data kuesioner bahwa masyarakat belum banyak yang tahu tentang layanan edukasi ini. Dengan membuat video <i>guide</i> singkat tentang cara datang ke lokasi, pilihan media membatik, durasi, hingga harga pakatnya.	Spill Budget & Fasilitas <i>Workshop</i> Membatik di Laksmi Art Batik
Edukasi	Memberikan panduan praktis cara menyimpan dan merawat batik agar awet dan menumbuhkan kesadaran bahwa batik	Jangan-jangan Selama Ini, Kamu Salah?

	memerlukan perlakuan khusus untuk menjaga kualitasnya.	
Edukasi	Menampilkan batik sebagai ekspresi identitas dan kebanggaan budaya, bukan sekedar pakaian.	<i>Wear Your Culture, Show Your Pride</i>

c. Penyusunan Produksi Konten

Produksi konten ini memuat konsep dasar setiap konten yang akan dibuat, meliputi pesan utama dan gambaran alur visual yang akan di produksi. Produksi konten ini diterapkan melalui *Standard Sequence Guide* (SSG) sebagai panduan dalam proses produksi konten. SSG berisi alur visual, narasi, serta durasi video yang akan diproduksi. Penyusunan SSG dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konten memiliki alur cerita yang jelas, penyampaian pesan yang terstruktur, serta konsisten dengan tujuan komunikasi. SSG yang disusun mencakup berbagai topik konten, yaitu konten edukasi mengenai motif batik Semarang, konten proses pembuatan batik, konten perbandingan jenis batik, serta konten informatif terkait produk. Berikut merupakan tabel *Standard Sequence Guide* (SSG) yang digunakan sebagai panduan dalam proses produksi konten.

1) Standard Sequence Guide (SSG) 1

CLIENT : Laksmi Art Batik
 PRODUSER : Emily Makmur
 DIRECTOR : Emily Makmur
 SCRIPT WRITER : Emily Makmur
 VERSION : Ternyata Semarang Punya Batik Sekeren Ini
 DRAFT : #1
 PLATFORM : Instagram

Tabel 3. 2 Ternyata Semarang Punya Batik Sekeren Ini

No	Deskripsi <i>Shot</i>	Deskripsi Visual	Teks	Backsound	Durasi
1	<i>Extreme Long Shot</i>	Suasana gerbang masuk Kampung Batik	<i>VOICE OVER</i> “Batik adalah warisan budaya kita bersama, dan setiap daerah di Indonesia punya cara unik untuk melestarikannya”	<i>No copyright sound</i>	8’
2	<i>Medium Shot – (tracking shot)</i>	Kamera mendekat ke arah galeri Laksmi Art Batik	<i>VOICE OVER</i> “Begitu juga dengan kota Semarang. Di Laksmi Art Batik...”	<i>No copyright sound</i>	5’
3	<i>Medium Close Up</i>	Papan nama Laksmi Art Batik	<i>VOICE OVER</i> “kami percaya bahwa identitas sebuah kota harus terus dijaga.”	<i>No copyright sound</i>	5’

4	<i>Medium Long Shot</i>	Menampilkan suasana disekitar Laksmi Art Batik	<i>VOICE OVER</i> “Di sini, setiap orang bisa belajar langsung bagaimana selembur kain menjadi karya, dan bagaimana sebuah motif menyimpan cerita panjang tentang Kota Semarang.	<i>No copyright sound</i>	12’
5	<i>Medium shot</i>	Menampilkan produk di galeri Laksmi art batik	<i>VOICE OVER</i> “Motif-motif yang kamu lihat bukan sembarang gambar. Warak Ngendog. Lawang Sewu. Tugu Muda.”	<i>No copyright sound</i>	9’
6	<i>Medium Close up</i>	Memperlihatkan beberapa detail motif batik	<i>VOICE OVER</i> “Ini adalah simbol-simbol Semarang yang dijaga dalam setiap helai benang oleh tangan-tangan yang tahu artinya”	<i>No copyright sound</i>	9’
7	<i>Close up</i>	Tangan pengrajin batik yang menata kain-kain batik	<i>VOICE OVER</i> “Laksmi Art Batik percaya bahwa melestarikan	<i>No copyright sound</i>	8’

			budaya bukan tugas museum. Ini tugas kita semua.”		
8	<i>Medium Shot – fade out</i>	Menampilkan tampilan luar dari Laksmi Art Batik	<i>Backsound</i>	<i>No copyright sound</i>	3’
Total Durasi					60’

2) *Standard Sequence Guide (SSG) 2*

CLIENT : Laksmi Art Batik
 PRODUSER : Emily Makmur
 DIRECTOR : Emily Makmur
 SCRIPT WRITER : Emily Makmur
 VERSION : *The Face Behind Laksmi Art Batik*
 DRAFT : #2
 PLATFORM : Instagram

Tabel 3. 3 *The Face Behind Laksmi Art Batik*

No	Deskripsi <i>Shot</i>	Deskripsi Visual	Teks	<i>Backsound</i>	Durasi
1	<i>Close up</i>	Ujung canting perlahan masuk ke wajan malam, mengambil cairan malam	<i>VOICE OVER</i> “Proses pembuatan batik tulis tradisional membutuhkan konsistensi dan ketelitian dalam setiap tahapannya.”	<i>No copyright sound</i>	8’
2	<i>Close Up</i>	Tangan Ibu Christina menggoreskan canting mengikuti pola motif khas Semarang.	<i>VOICE OVER</i> “Di Kampung Batik Rejomulyo Semarang, Laksmi Art Batik menjadi salah satu UMKM yang mempertahankan metode ini .”	<i>No copyright sound</i>	8’

3	<i>Medium Shot</i>	Kamera memperlihatkan area galeri dan jajaran produk kain batik di Laksmi Art Batik.	<i>VOICE OVER</i> “Usaha ini didirikan oleh Ibu Christina Riyastuti dengan fokus memproduksi batik tulis dan batik cap”	<i>No copyright sound</i>	10’
4	<i>Medium Shot</i>	Ibu Christina duduk di galeri dan berbicara ke arah kamera	<i>LIVE</i> WAWANCARA Bagaimana awal mula berdirinya Laksmi Art Batik?	<i>No copyright sound</i>	8’
5	<i>Extreme close up</i>	Detail visual visual kain batik tulis dan cap	<i>VOICE OVER</i> “Tidak hanya berorientasi pada penjualan produk, Laksmi Art juga membuka layanan edukasi melalui kegiatan pelatihan membatik untuk publik .”	<i>No copyright sound</i>	12’
6	<i>Medium Shot</i>	Kembali ke potongan wawancara Ibu Christina di dalam galeri.	<i>LIVE</i> WAWANCARA Apa harapan yang ingin Ibu wujudkan melalui adanya <i>Workshop</i> di Laksmi Art Batik?	<i>No copyright sound</i>	8’

7	<i>Medium Close Up</i>	Perajin mengangkat sedikit kain untuk melihat hasil cantingan sementaranya dengan teliti.	Fade In “Logo Laksmi Art Batik” Fade out	<i>No copyright sound</i>	10’
Total Durasi					64’

3) *Standard Sequence Guide (SSG) 3*

CLIENT : Laksmi Art Batik
 PRODUSER : Emily Makmur
 DIRECTOR : Emily Makmur
SCRIPT WRITER : Emily Makmur
 VERSION : Kenapa Harus Nama Laksmi?
 DRAFT : #3
 PLATFORM : Instagram

Tabel 3. 4 Kenapa Harus Nama Laksmi?

No	Deskripsi <i>Shot</i>	Deskripsi Visual	Teks	<i>Backsound</i>	Durasi
1	<i>Medium shot</i>	Kamera menyorot plang nama atau penanda luar dari galeri Laksmi Art Batik di Kampung Batik Rejomulyo.	<i>VOICE OVER</i> “Setiap identitas sebuah usaha sering kali menyimpan makna dan harapan tertentu dari pendirinya,”	<i>No copyright sound</i>	7’
2	<i>Close Up</i>	Fokus visual pada logo Laksmi Art Batik yang tertera pada label produk	<i>VOICE OVER</i> “Hal ini juga berlaku bagi Laksmi Art Batik, UMKM yang fokus pada kelestarian Batik Semarang.”	<i>No copyright sound</i>	7’
3	<i>Medium Shot</i>	Ibu Christina duduk di galeri dengan latar	<i>LIVE</i> WAWANCARA	<i>No copyright sound</i>	11’

		belakang kain batik, berbicara menghadap kamera.	Kenapa diberikan nama Laksmi Art Batik? Apakah ada makna dari nama tersebut?		
4	<i>Medium Close Up</i>	Tangan pengrajin sedang menata atau memperlihatkan kain batik dengan motif yang rapi.	<i>VOICE OVER</i> “Filosofi keindahan tersebut diwujudkan melalui konsistensi penggunaan metode batik tulis dan batik cap.”	<i>No copyright sound</i>	8’
5	<i>Medium Long Shot</i>	Detail visual guratan malam di atas kain mori yang menunjukkan estetika produk <i>handmade</i> .	<i>VOICE OVER</i> “Proses pengerjaan manual ini memastikan setiap helai kain memiliki nilai seni yang autentik”	<i>No copyright sound</i>	8’
6	<i>Medium Shot</i>	Suasana aktivitas di dalam galeri, memperlihatkan pajangan produk dan ruang <i>workshop</i> .	<i>VOICE OVER</i> “Melalui nama ini, Laksmi Art Batik berkomitmen untuk terus menyebarkan edukasi kebudayaan	<i>No copyright sound</i>	9’

			kepada masyarakat luas.”		
7	<i>Close up</i>	Kembali ke potongan wawancara Ibu Christina yang tersenyum tulus.	<i>LIVE</i> WAWANCARA Lanjutan dari cuplikan wawancara tentang harapan dari adanya Laksmi Art Batik	<i>No copyright sound</i>	10’
8	<i>Close Up</i>	Suasana galeri Laksmi Art Batik - Visual meredup menampilkan logo resmi Laksmi Art Batik dan media sosialnya	Logo Laksmi Art Batik <i>Fade out</i>	<i>No copyright sound</i>	5’
Total Durasi					65’

4) *Standard Sequence Guide (SSG) 4*

CLIENT : Laksmi Art Batik
 PRODUSER : Emily Makmur
 DIRECTOR : Emily Makmur
 SCRIPT WRITER : Emily Makmur
 VERSION : Kalau ke Laksmi Art Batik, bisa eksplor apa aja?
 DRAFT : #4
 PLATFORM : Instagram

Tabel 3. 5 Kalau ke Laksmi Art Batik, bisa eksplor apa aja?

No	Deskripsi Shot	Deskripsi Visual	Teks	Backsound	Durasi
1	<i>Long Shot</i>	<i>Talent</i> berdiri di depan gapura Kampung Batik Rejomulyo sambil memberikan isyarat untuk mengikuti.	<i>VOICE OVER</i> “Udah pada tau belum? kalau ke Laksmi Art Batik, kamu juga bisa sekalian eksplor spot-spot aesthetic di Kampung Batik Rejomulyo loh!”	<i>No copyright sound</i>	6’
2	<i>Medium Long Shot</i>	<i>Talent</i> berdiri didepan denah Kampung Batik Rejomulyo sambil melihat denah tersebut.	<i>VOICE OVER</i> “Nah, kalau kamu lagi mampir kesini, nggak perlu bingung sama denah lokasinya. Karena di setiap sudut Kampung	<i>No copyright sound</i>	9’

			ini udah tersedia denah lokasi.”		
3	<i>Medium Long Shot</i>	<i>Talent</i> berjalan dan mengambil beberapa foto di spot Relief Batik Nusantara dan Wayang Beber.	<i>VOICE OVER</i> “Banyak spot-spot untuk foto aesthetic, seperti spot foto Relief Batik Nusantara, dan Spot foto Wayang Beber ini!”	<i>No copyright sound</i>	7’
4	<i>Close Up</i>	Memperlihatkan proses menuangkan cairan lilin malam diatas kain.	<i>VOICE OVER</i> “Bahkan di Laksmi Art Batik-nya sendiri, kamu bisa eksplor banyak hal. Mulai dari edukasi tentang sejarah kota Semarang, edukasi membatik, dan bisa langsung nyobain membatik dengan tangan kamu sendiri loh!”	<i>No copyright sound</i>	10’

5	<i>Medium close up</i>	Memperlihatkan produk-produk yang ada di dalam Galeri Laksmi Art Batik, termasuk produk souvenir, kain batik, dan pakaian batik.	<i>VOICE OVER</i> “Nggak cuma itu, Laskmi Art Batik juga menjual berbagai macam produk batik, seperti kain batik, pakaian, dan souvenir batik.”	<i>No copyright sound</i>	10’
6	<i>Medium Shot</i>	Memperlihatkan barisan motif-motif kain batik yang berjejer di dalam Galeri Laksmi Art Batik	<i>VOICE OVER</i> “Laksmi Art Batik juga menerima request motif, jadi kamu bisa bikin motif kamu sendiri dan bawa pulang sejarah Kota Semarang dalam selemba kain”	<i>No copyright sound</i>	10’
7	<i>Long Shot</i>	Memperlihatkan Talent yang sedang menikmati suasana di Kampung Batik Rejomulyo.	<i>VOICE OVER</i> “Gimana? Menarik kan? Yuk mampir ke Laksmi Art Batik, di Kampung Batik Rejomulyo	<i>No copyright sound</i>	8’

			Semarang, dan jangan lupa <i>sharing</i> pengalaman kamu selama mampir disini yaa!”		
Total Durasi					60’

5) *Standard Sequence Guide (SSG) 5*

CLIENT : Laksmi Art Batik
 PRODUSER : Emily Makmur
 DIRECTOR : Emily Makmur
SCRIPT WRITER : Emily Makmur
 VERSION : Pernah Lihat Motif ini? Tapi Gak Tau Maknanya? Asal usul motif Asem Arang
 DRAFT : #5
 PLATFORM : Instagram

Tabel 3. 6 Pernah Lihat Motif ini? Tapi Gak Tau Maknanya? Asal usul motif Asem Arang

No	Deskripsi <i>Shot</i>	Deskripsi Visual	Teks	<i>Backsound</i>	Durasi
1	<i>Medium shot</i>	<i>Talent</i> berdiri di dalam galeri Laksmi Art Batik sambil memegang selempar kain batik motif asam, lalu berbicara langsung menghadap kamera.	<i>LIVE</i> “Pernah lihat motif batik yang satu ini, tapi belum tahu apa maknanya?”	<i>No copyright sound</i>	6’
2	<i>Medium Close Up</i>	Menyorot detail kain motif buah dan daun Asem yang dipegang <i>talent</i> .	<i>VOICE OVER</i> “Ini adalah motif Asem Arang, yang diproduksi khusus sebagai identitas visual utama dari	<i>No copyright sound</i>	7’

			Laksmi Art Batik.”		
3	<i>Medium Close Up</i>	<i>Talent</i> membentangkan kain lebih lebar agar polanya terlihat jelas, sambil memberikan gestur menjelaskan.	<i>VOICE OVER</i> “Sesuai namanya, motif ini diangkat langsung dari sejarah dan asal-usul nama Kota Semarang.”	<i>No copyright sound</i>	7’
4	<i>Extreme Close Up</i>	<i>(tracking shot)</i> memperlihatkan ornamen daun dan buah Asem Arang di atas kain batik.	<i>VOICE OVER</i> “Kata 'Semarang' secara historis berasal dari pohon Asem yang tumbuh jarang-jarang, atau dalam bahasa Jawa disebut asem arang.”	<i>No copyright sound</i>	10’
5	<i>Medium Close up</i>	Memperlihatkan motif lainnya yang mengandung motif Asem Arang	<i>VOICE OVER</i> “Penuangan filosofi sejarah lokal ini menjadi pembeda sekaligus ciri khas produk	<i>No copyright sound</i>	9’

			Laksmi Art dibandingkan pelaku usaha batik lainnya.”		
6	<i>Medium Shot</i>	Kamera kembali menyorot <i>talent</i> yang sedang melipat kain dengan rapi, lalu tersenyum dan berbicara lagi menghadap kamera.	<i>LIVE</i> “Jadi, memakai kain ini sama artinya dengan membawa narasi sejarah awal mula berdirinya Kota Semarang.”	<i>No copyright sound</i>	8’
7	<i>Long Shot</i>	<i>Talent</i> menata kain ke rak display galeri, lalu visual bertransisi menampilkan logo Laksmi Art Batik.	<i>LIVE</i> “Temukan koleksi motif Asem Arang ini langsung di Laksmi Art Batik, Kampung Batik Rejomulyo.”	<i>No copyright sound</i>	8’
Total Durasi					60’

6) Standard Sequence Guide (SSG) 6

CLIENT : Laksmi Art Batik
 PRODUSER : Emily Makmur
 DIRECTOR : Emily Makmur
 SCRIPT WRITER : Emily Makmur
 VERSION : Mitos vs Fakta - Benarkah Semua Kain Bermotif Itu Batik?
 DRAFT : #6
 PLATFORM : Instagram

Tabel 3. 7 Mitos vs Fakta – Benarkah Semua Kain Bermotif Itu Batik?

No	Deskripsi Shot	Deskripsi Visual	Teks	Backsound	Durasi
1	Medium Shot	Talent berdiri di dalam galeri Laksmi Art Batik, memegang dua kain bermotif (satu batik asli, satu kain tekstil <i>print</i>), lalu berbicara langsung menghadap kamera.	LIVE “Emangnya semua kain yang punya motif batik itu bisa disebut sebagai batik asli?”	No <i>copyright sound</i>	8’
2	Close Up	Kamera fokus menyorot kain tekstil bermotif (<i>printing</i>). Talent memperlihatkan bagian belakang kain yang polos atau putih/tidak tembus warna.	VOICE OVER “Jawabannya adalah mitos. Kain tekstil bermotif atau <i>printing</i> diproduksi menggunakan mesin cetak	No <i>copyright sound</i>	12’

			pabrik, bukan melalui proses perintangan lilin malam.”		
3	<i>Close up</i>	Kamera beralih menyorot alat cap tembaga dan canting tulis tradisional di Laksmi Art Batik.	<i>VOICE OVER</i> “Sebuah kain baru bisa disebut batik jika proses pembuatannya menggunakan malam panas sebagai perintang warna.”	<i>No copyright sound</i>	12’
4	<i>Medium Close Up</i>	<i>Talent</i> mendemonstrasikan dengan meraba tekstur kain batik cap atau tulis yang ada di galeri.	<i>VOICE OVER</i> “Pada batik asli, aroma lilin malamnya cenderung khas, dan pola warnanya tembus hingga ke sisi belakang kain.”	<i>No copyright sound</i>	12’
5	<i>Close up</i>	Menampilkan jajaran produk premium Laksmi Art Batik (batik tulis dan batik cap) untuk	<i>VOICE OVER</i> “Laksmi Art Batik sendiri berkomitmen penuh untuk	<i>No copyright sound</i>	12’

		menonjolkan kualitas autentik produk.	hanya memproduksi batik tulis dan batik cap tradisional, tanpa adanya proses <i>printing</i> demi menjaga ke-autentikan batik tradisional.”		
6	<i>Medium shot</i>	Kamera kembali menyorot <i>talent</i> yang sedang memegang produk pakaian jadi dari Laksmi Art Batik, lalu berbicara menghadap kamera	<i>LIVE</i> “Jadi, pastiin kamu lebih teliti sebelum membeli supaya mendapatkan nilai seni batik yang sepenuhnya autentik.”	<i>No copyright sound</i>	12’
7	<i>Medium close up</i>	<i>Talent</i> menaruh kembali kain peraga ke tempatnya, lalu visual bertransisi menampilkan logo resmi Laksmi Art Batik.	<i>LIVE</i> “Kalau mau lihat dan ngerasain bedanya langsung, kamu bisa ikut	<i>No copyright sound</i>	12’

			<i>workshop</i> membatik di Laksmi Art Batik yang berlokasi di Kampung Rejomulyo Semarang ya''		
Total Durasi					70'

7) Standard Sequence Guide (SSG) 7

CLIENT : Laksmi Art Batik
 PRODUSER : Emily Makmur
 DIRECTOR : Emily Makmur
 SCRIPT WRITER : Emily Makmur
 VERSION : Bedah Akulturasi 3 Budaya di Motif Warak Ngendog
 DRAFT : #7
 PLATFORM : Instagram

Tabel 3. 8 Bedah Akulturasi 3 Budaya di Motif Warak Ngendog

No	Deskripsi <i>Shot</i>	Deskripsi Visual	Teks	Backsound	Durasi
1	<i>Medium Shot</i>	<i>Talent</i> sedang berjalan santai memasuki area galeri Laksmi Art Batik, kemudian berhenti sejenak, menoleh, dan berbicara langsung ke kamera.	<i>LIVE</i> “Tahukah kamu kalau motif Warak Ngendog pada Batik Semarangan menyimpan simbol akulturasi tiga budaya?”	<i>No copyright sound</i>	8’
2	<i>Extreme close up</i>	Menunjukkan bagian kepala naga pada motif Warak Ngendog	<i>VOICE OVER</i> “Pertama, unsur budaya Tionghoa dapat dilihat dari visual kepala warak yang menyerupai bentuk naga.”	<i>No copyright sound</i>	8’

3	<i>Close Up</i>	Kamera bergerak menyamping menyusuri ornamen badan warak yang digambar dengan garis lurus berbulu tegak mirip unta.	<i>VOICE OVER</i> "Kedua, unsur budaya Arab diwakili oleh bentuk tubuhnya yang menyerupai unta, merepresentasikan nilai-nilai Islami"	<i>No copyright sound</i>	8'
4	<i>Close Up</i>	Memperlihatkan detail ornamen kaki warak yang menyerupai kambing.	<i>VOICE OVER</i> "Ketiga, unsur budaya Jawa tercermin dari bentuk kaki yang menyerupai kambing, melambangkan kearifan lokal masyarakat setempat"	<i>No copyright sound</i>	8'
5	<i>Medium Long Shot</i>	Memperlihatkan beberapa lembar kain motif Warak Ngendog yang dipajang pada Galeri Laksmi Art Batik	<i>VOICE OVER</i> "Gabungan ketiga unsur budaya ini merepresentasikan keharmonisan hidup berdampingan antar etnis di Kota Semarang.."	<i>No copyright sound</i>	9'

6	<i>Medium Shot</i>	Kamera kembali menyorot <i>talent</i> yang sekarang sedang sibuk melipat kain batik Warak Ngendog dengan rapi di meja display, lalu ia menoleh dan kembali berbicara langsung ke kamera.	<i>LIVE</i> “Melalui pengerjaan batik tradisional, Laksmi Art Batik terus menjaga agar keberagaman ini tetap lestari dalam selembar kain.”	<i>No copyright sound</i>	8’
7	<i>Long Shot</i>	Tampak visual luar atau suasana galeri Laksmi Art Batik dari kejauhan. Lalu muncul logo Laksmi Art Batik.	<i>LIVE</i> “Pelajari lebih banyak makna filosofis Batik Semarangan langsung di Laksmi Art Batik, Kampung Batik Rejomulyo.”	<i>No copyright sound</i>	12’
Total Durasi					60’

8) *Standard Sequence Guide (SSG) 8*

CLIENT : Laksmi Art Batik
 PRODUSER : Emily Makmur
 DIRECTOR : Emily Makmur
SCRIPT WRITER : Emily Makmur
 VERSION : Spill Budget & Fasilitas *Workshop* Membatik di Laksmi Art Batik
 DRAFT : #8
 PLATFORM : Instagram

Tabel 3. 9 Spill Budget & Fasilitas *Workshop* Membatik di Laksmi Art Batik

No	Deskripsi <i>Shot</i>	Deskripsi Visual	Teks	<i>Backsound</i>	Durasi
1	<i>Medium Shot</i>	<i>Talent</i> berdiri di depan galeri Laksmi Art Batik sambil memegang salah satu hasil karya hiasan dinding batik (<i>spanram</i>), lalu berbicara langsung menghadap kamera.	<i>LIVE</i> “Pengen tahu gimana serunya belajar bikin kain batik dengan motif hasil karya kamu sendiri?”	<i>No copyright sound</i>	6’
2	<i>Medium Shot</i>	memperlihatkan barisan peserta <i>workshop</i> (pelajar/wisatawan) yang sedang fokus mencanting di atas kain	<i>VOICE OVER</i> “Laksmi Art Batik menyediakan program pelatihan membatik untuk semua kalangan usia	<i>No copyright sound</i>	8’

			dengan durasi pengerjaan berkisar antara satu setengah sampai dua jam.”		
3	<i>Medium Close Up</i>	Menyorot detail hiasan dinding yang sudah diwarnai, bergeser ke produk <i>tote bag</i> .	<i>VOICE OVER</i> “Pilihan medianya juga bervariasi banget, dan pilihan paketnya itu dimulai dari 50 ribu rupiah aja.”	<i>No copyright sound</i>	9’
4	<i>Extreme Close Up</i>	Fokus pada jemari peserta <i>workshop</i> yang lagi menuntun canting di atas media kain syal panjang.	<i>VOICE OVER</i> “Fasilitasnya udah lengkap kok, udah termasuk kain media, penggunaan alat canting, lilin malam panas, sampai proses pewarnaan.”	<i>No copyright sound</i>	8’

5	<i>Medium close up</i>	Memperlihatkan kain taplak meja bermotif batik dan produk kain jumputan hasil karya peserta	<i>VOICE OVER</i> “Kamu bebas pilih media yang kamu suka, mulai dari hiasan dinding, tote bag, syal, sampai kain taplak meja.”	<i>No copyright sound</i>	10’
6	<i>Long Shot</i>	Kamera kembali menyorot <i>talent</i> yang lagi memegang kain taplak meja hasil <i>workshop</i>	<i>LIVE</i> “Jadi, media mana nih yang mau kamu coba?”	<i>No copyright sound</i>	8’
7	<i>Long Shot</i>	Suasana luar galeri yang tenang di Kampung Batik Rejomulyo , visual perlahan meredup (<i>fade out</i>) memunculkan logo.	<i>LIVE</i> “Yuk, langsung jadwalkan kunjungan kamu ke Laksmi Art Batik di Kampung Batik Rejomulyo Semarang”	<i>No copyright sound</i>	11’
Total Durasi					60’

9) Standard Sequence Guide (SSG) 9

CLIENT : Laksmi Art Batik
 PRODUSER : Emily Makmur
 DIRECTOR : Emily Makmur
 SCRIPT WRITER : Emily Makmur
 VERSION : Jangan-jangan Selama ini, Kamu Salah?
 DRAFT : #9
 PLATFORM : Instagram

Tabel 3. 10 Jangan-jangan Selama ini, Kamu Salah?

No	Deskripsi Shot	Deskripsi Visual	Teks	Backsound	Durasi
1	Medium Shot	Talent memegang kain batik Laksmi Art yang terlipat rapi	LIVE "Udah punya batik cantik dari Laksmi Art, tapi bingung cara simpannya biar nggak cepet rusak? Sini aku kasih tahu rahasianya!"	No copyright sound	8'
2	Medium close up	Talent berbicara di depan kamera dengan gesture menjelaskan	LIVE Pertama, hindari pakai kamper kimia ya. Cukup pakai akar wangi atau merica butiran supaya bebas dari ngengat tanpa	No copyright sound	12'

			merusak serat kain.		
3	<i>Close Up</i>	Memperlihatkan cara menyimpan batik	<i>LIVE</i> "Kedua, jangan simpan di plastik kedap udara. Bungkus pakai kertas atau kantong kain supaya batikmu tetap bisa 'bernafas'."	<i>No copyright sound</i>	12'
4	<i>Medium Close Up</i>	Talent memperlihatkan koleksi batik yang digantung menggunakan <i>hanger</i> kayu atau plastik tebal (bukan kawat besi)	<i>LIVE</i> "Ketiga, kalau mau digantung, pakai hanger yang lebar ya, supaya serat di bagian bahu nggak ketarik atau berubah bentuk."	<i>No copyright sound</i>	12'
5	<i>Medium Shot</i>	Talent berpose rapi mengenakan koleksi Laksmi Art yang tampak sangat terawat dan warnanya tajam.	<i>LIVE</i> "Batik itu investasi budaya. Kalau simpannya benar, keindahannya bakal awet	<i>No copyright sound</i>	10'

			sampai anak cucu nanti."		
6	<i>Long Shot</i>	Talent memberikan gestur mengajak penonton untuk merawat koleksi mereka.	<i>LIVE</i> "Yuk, mulai peduli sama koleksi batikmu. Selamat mencoba di rumah ya!"	<i>No copyright sound</i>	12'
Total Durasi					66'

10) Standard Sequence Guide (SSG) 10

CLIENT : Laksmi Art Batik
PRODUSER : Emily Makmur
DIRECTOR : Emily Makmur
SCRIPT WRITER : Emily Makmur
VERSION : Wear your culture, show your pride
DRAFT : #10
PLATFORM : Instagram

Tabel 3. 11 Wear your culture, show your pride

No	Deskripsi <i>Shot</i>	Deskripsi Visual	Teks	<i>Backsound</i>	Durasi
1	<i>Medium Shot</i>	Talent menghadap kamera sambil berbicara	<i>LIVE</i> "Batik itu bukan cuma sekedar pakaian, tapi cara kita menghargai identitas bangsa."	<i>No copyright sound</i>	5'
2	<i>Medium Shot</i>	Talent menggunakan baju batik dari Laksmi Art Batik	<i>LIVE</i> "Kenalin, koleksi dari Laksmi Art Batik. <i>Style</i> tradisional yang dibalut nuansa modern."	<i>No copyright sound</i>	8'
3	<i>Medium Close Up</i>	Memperlihatkan detail baju batik dari Laksmi Art Batik	<i>BACKSOUND</i>	<i>No copyright sound</i>	8'

4	<i>Long Shot</i>	Talent menunjukkan outfit di depan kamera	<i>LIVE</i> "Cocok buat formal maupun gaya harian yang tetap rapi tapi casual."	<i>No copyright sound</i>	10'
5	<i>Long Shot</i>	Talent berganti outfit menggunakan baju batik yang lain	<i>LIVE</i> "Tapi kalau kamu mau yang lebih formal, pilihan yang ini juga nggak kalah cantik."	<i>No copyright sound</i>	8'
6	<i>Extreme Close Up</i>	Fokus pada motif Baju	<i>LIVE</i> "Perpaduan warnanya pas, bikin kesan yang rapi dan formal."	<i>No copyright sound</i>	8'
7	<i>Medium close up</i>	Talent berbicara ke kamera sambil memegang salah satu koleksi di galeri Laksmi Art Batik	<i>LIVE</i> "Cintai batik dengan memakainya. Yuk, temukan koleksi favoritmu di Laksmi Art sekarang juga!" <i>BACKSOUND</i>	<i>No copyright sound</i>	13'
Total Durasi					60'

d) Perencanaan Teknis Produksi

Tahap ini meliputi perencanaan teknis seperti penentuan lokasi pengambilan gambar di area Laksmi Art Batik, pemilihan properti seperti kain batik dan alat membatik, serta penggunaan alat produksi yang mendukung kualitas visual konten. Perencanaan teknis ini dilakukan untuk memastikan bahwa proses produksi dapat berjalan dengan lancar serta menghasilkan visual yang sesuai dengan konsep konten.

e) Penyusunan Timeline Produksi

Pada tahap akhir pra produksi, dilakukan penyusunan timeline kegiatan yang mencakup proses produksi hingga publikasi konten. Timeline ini bertujuan agar seluruh proses dapat berjalan secara terstruktur, konsisten, dan sesuai dengan target waktu yang telah ditentukan.

3.5.2 Produksi

Pada tahap ini, proses produksi konten mulai dilaksanakan berdasarkan perencanaan yang telah disusun pada tahap pra-produksi. Tahap produksi merupakan proses realisasi ide dan konsep konten menjadi bentuk visual atau audiovisual yang dapat dikomunikasikan kepada audiens. Proses produksi dilakukan dengan menyesuaikan konsep konten yang telah diproduksi dalam *Standard Sequence Guide* (SSG), sehingga alur visual, pesan, dan tujuan konten tetap konsisten.

Kegiatan yang dilakukan pada tahap produksi meliputi pengambilan gambar atau video konten, penggunaan properti pendukung seperti kain batik dan alat membatik, serta pengaturan komposisi visual, pencahayaan, dan sudut pandang pengambilan. Pengambilan visual dilakukan secara berulang untuk mendapatkan hasil yang optimal dan sesuai dengan konsep yang telah ditentukan. Selain itu, pada tahap ini juga dilakukan pengarahan visual agar konten yang dihasilkan memiliki daya tarik serta mampu menyesuaikan dengan karakteristik media sosial Instagram. Seluruh proses produksi ini bertujuan untuk mengumpulkan bahan visual yang nantinya akan diproses lebih lanjut pada tahap pasca produksi.

3.5.3 Pasca Produksi

Pasca produksi merupakan tahap akhir dalam proses produksi konten yang bertujuan untuk menyempurnakan hasil visual atau audiovisual sebelum dipublikasikan kepada audiens. Tahap ini menjadi penting karena menentukan kualitas akhir konten serta kejelasan pesan yang disampaikan. Seluruh materi visual yang telah dihasilkan pada tahap produksi diolah melalui proses editing agar konten memiliki alur yang runtut, menarik, dan mudah dipahami oleh audiens.

Adapun proses editing yang dilakukan dalam tahap pasca produksi adalah sebagai berikut:

a. Pemilihan *footage*

Penulis memilih *footage* terbaik dari hasil pengambilan gambar berdasarkan kualitas visual, kestabilan gambar, pencahayaan, komposisi, dan kesesuaian dengan konsep yang telah diproduksi dalam *Standard Sequence Guide* (SSG).

b. Penyusunan alur video

Footage yang telah dipilih kemudian disusun sesuai dengan urutan pesan pada masing-masing konten. Penyusunan alur ini dilakukan agar informasi mengenai Laksmi Art Batik dapat disampaikan secara runtut dan mudah dipahami.

c. Pemotongan dan penyesuaian durasi

Pada tahap ini, bagian video yang tidak diperlukan dipotong agar konten menjadi lebih ringkas, padat, dan sesuai dengan karakteristik Instagram *Reels*. Durasi setiap konten disesuaikan dengan produksi yang telah dibuat, yaitu rata-rata 60 detik.

d. Penambahan *text overlay* dan *voice over*

Text overlay digunakan untuk menegaskan informasi penting, seperti nama motif, jenis batik, proses pembuatan batik, tips perawatan batik, dan pesan edukatif lainnya. *Voice over* digunakan untuk membantu menjelaskan narasi konten agar pesan dapat diterima dengan lebih jelas oleh audiens.

e. Penambahan *background* dan transisi

Background dan transisi ditambahkan untuk membuat video terasa lebih dinamis dan menarik. Pemilihan *background* disesuaikan dengan karakter konten agar tidak mengganggu pesan utama yang ingin disampaikan.

f. Penyesuaian visual dan karakteristik *brand*

Pada tahap ini dilakukan penyesuaian warna, kerapian visual, serta penambahan logo atau identitas Laksmi Art Batik pada bagian akhir video. Hal ini bertujuan untuk memperkuat identitas visual *brand* dalam setiap konten yang dipublikasikan.

g. Finalisasi dan *export* video

Setelah proses editing selesai, dilakukan pengecekan ulang terhadap kualitas audio, visual, teks, durasi, dan kesesuaian pesan. Video kemudian diekspor dalam format yang sesuai untuk publikasi Instagram *Reels*.

Selain proses editing video, tahap pasca produksi juga mencakup penyusunan caption, serta penjadwalan publikasi konten. Caption disusun untuk melengkapi pesan visual dan memberikan informasi tambahan mengenai nilai heritage Batik Semarang, produk, motif, maupun kegiatan edukasi yang dilakukan oleh Laksmi Art Batik. Setelah seluruh elemen selesai, konten dipublikasikan pada akun Instagram @laksmi_art_batik sesuai dengan timeline yang telah ditentukan.

3.6 Jadwal Publikasi

Jadwal publikasi disusun sebagai acuan dalam mengatur waktu penayangan setiap konten Instagram *Reels* Laksmi Art Batik. Penyusunan jadwal ini bertujuan agar proses publikasi dapat dilakukan secara terencana, dan konsisten. Selain itu, penentuan waktu publikasi juga mempertimbangkan kebiasaan audiens dalam mengakses Instagram agar konten memiliki peluang lebih besar untuk menjangkau target audiens dan memperoleh interaksi.

Berdasarkan data Instagram *Insight* akun Laksmi Art Batik, waktu dengan tingkat aktivitas audiens tertinggi berada pada pukul 18.00 WIB. Namun, publikasi konten dijadwalkan pada pukul 16.00 WIB atau dua jam sebelum waktu tersebut. Pemilihan waktu ini bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada konten agar mulai terdistribusi dan memperoleh interaksi awal sebelum memasuki jam puncak aktivitas audiens. Dengan demikian, ketika jumlah audiens yang aktif meningkat pada pukul 18.00 WIB, konten telah tersedia dan memiliki peluang lebih besar untuk dilihat serta memperoleh respons dari audiens.

Tabel 3. 12 Wear your culture, show your pride

No.	Judul Konten	Hari						
		Sen	Sel	Rab	Kam	Jum	Sab	Min
1.	Ternyata Semarang Punya Batik Sekeren Ini	16.00						
2.	The Face Behind Laksmi Art Batik		16.00					
3.	Kenapa Harus Nama Laksmi?			16.00				
4.	Kalau ke Laksmi Art Batik, bisa eksplor apa aja?				16.00			
5.	Pernah Lihat Motif Ini? Tapi Gak Tau Maknanya? Asal					16.00		

	usul motif Asem Arang							
6.	Mitos vs Fakta Benarkah Semua Kain Bermotif Itu Batik?						16.00	
7.	Bedah Akulturasi 3 Budaya di Motif Warak Ngendog							16.00
8.	Spill Budget & Fasilitas <i>Workshop</i> Membatik di Laksmi Art Batik	16.00						
9.	Jangan-jangan Selama Ini, Kamu Salah?		16.00					
10.	<i>Wear Your Culture, Show Your Pride</i>			16.00				

3.7 Key Performance Indicator (KPI)

Untuk menilai keberhasilan Karya Tugas Akhir ini dalam meningkatkan *brand awareness* Laksmi Art Batik, diperlukan indikator yang dapat mengukur capaian kerja secara terstruktur. Indikator tersebut disusun dalam bentuk *Key Performance Indicator* (KPI) yang berfungsi sebagai acuan dalam mengevaluasi efektivitas konten Instagram *Reels* yang telah diproduksi dan dipublikasikan melalui akun @laksmi_art_batik. Penentuan target dalam *Key Performance Indicator* (KPI) karya ini disusun menggunakan prinsip *SMART Goals*. *SMART Goals* merupakan akronim dari *Specific*, *Measurable*, *Achievable*, *Relevant*, dan *Time bound* yang digunakan sebagai kerangka kerja untuk menetapkan tujuan secara efektif (Yutia et al., 2024). Konsep ini digunakan agar target yang ditetapkan

dalam karya memiliki sasaran yang jelas, dapat diukur, realistis untuk dicapai, relevan dengan tujuan peningkatan *brand awareness*, serta memiliki batas waktu evaluasi.

Dalam karya ini, prinsip *specific* ditunjukkan melalui penentuan objek yang diukur secara jelas, yaitu performa 10 konten Instagram *Reels* dan tingkat pengenalan audiens terhadap Laksmi Art Batik. Prinsip *measurable* ditunjukkan melalui indikator yang dapat dihitung, seperti jumlah konten yang diproduksi, jumlah konten yang dipublikasikan, reach, views, engagement rate, serta persentase responden yang mengenali Laksmi Art Batik. Prinsip *achievable* ditunjukkan melalui penetapan target yang disesuaikan dengan kondisi awal akun dan hasil survei pra produksi. Prinsip *relevant* ditunjukkan melalui kesesuaian indikator dengan tujuan karya, yaitu meningkatkan *brand awareness* Laksmi Art Batik. Sementara itu, prinsip *time bound* ditunjukkan melalui batas waktu evaluasi, yaitu setelah seluruh konten Instagram *Reels* dipublikasikan dalam periode yang telah ditentukan. Dengan demikian, target KPI dalam karya ini tidak ditentukan secara acak, tetapi disusun berdasarkan kondisi awal, tujuan karya, dan indikator yang dapat diukur.

Adapun indikator *Key Performance Indicator* (KPI) yang digunakan dalam karya Tugas Akhir ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. 13 Key Performance Indicator

No.	KPI	<i>Baseline</i> Pra Produksi	Target	Metode Pengukuran
1.	Pengenalan terhadap posisi Laksmi Art Batik sebagai UMKM batik yang juga menyediakan	23,3% responden menjawab dengan tepat	Minimal 50% responden menjawab dengan tepat	Kuesioner pasca produksi

	edukasi membatik			
2.	Pemahaman terhadap aktivitas utama Laksmi Art Batik	23% responden menjawab dengan tepat	Minimal 50% responden menjawab dengan tepat	Kuesioner pasca produksi
3.	Pemahaman terhadap produk utama Laksmi Art Batik, yaitu batik tulis dan batik cap	3,7% responden menjawab dengan tepat	Minimal 35% responden menjawab dengan tepat	Kuesioner pasca produksi
4.	Pengenalan terhadap motif Asem Arang sebagai motif khas yang identik dengan Laksmi Art Batik	8,7% responden menjawab dengan tepat	Minimal 35% responden menjawab dengan tepat	Kuesioner pasca produksi

Berdasarkan tabel 3.13 keberhasilan karya ini dinilai melalui peningkatan pemahaman audiens terhadap Laksmi Art Batik setelah konten Instagram *Reels* dipublikasikan. Target minimal 50% ditetapkan Ditetapkan untuk pengenalan posisi Laksmi Art Batik sebagai UMKM penyedia edukasi membatik dan

pemahaman aktivitas utamanya. Angka 50% (minimal 41 dari 82 responden) dipilih sebagai batas keberhasilan agar pesan yang disampaikan terbukti dipahami oleh lebih dari separuh sampel audiens. Ditinjau dari data awal (*baseline*), pengetahuan responden pada kedua aspek ini berada di angka 23,3% dan 23,0%. Dengan demikian, target 50% menuntut adanya peningkatan pemahaman sekitar dua kali lipat dari kondisi semula. Target minimal 50% ini juga diterapkan pada karya tugas akhir sejenis berbasis pengelolaan media sosial Instagram.

Sementara itu, target 35% pada indikator produk utama dan motif khas ditetapkan karena hasil survei pra produksi pada kedua aspek tersebut masih sangat rendah, sehingga peningkatan menuju 35% sudah menunjukkan adanya perkembangan pemahaman audiens setelah melihat konten. target disesuaikan agar tetap realistis (*Achievable*) untuk dicapai dalam masa publikasi 10 konten Reels.

Dengan demikian, KPI dalam karya ini tidak berfokus pada performa akun Instagram semata, melainkan pada perubahan pemahaman audiens sebagai indikator peningkatan *brand awareness*. Data performa Instagram seperti *reach*, *views*, *likes*, *comments*, *shares*, dan *saves* tetap digunakan sebagai data pendukung evaluasi konten, tetapi tidak menjadi indikator utama keberhasilan karya. Indikator utama keberhasilan karya ditentukan melalui hasil kuesioner pasca produksi yang menunjukkan sejauh mana audiens mampu mengenali, memahami, dan mengingat Laksmi Art Batik setelah melihat konten Instagram *Reels* yang telah dipublikasikan.

3.8 Keberlanjutan

Keberlanjutan karya ini diwujudkan melalui tersedianya 10 (sepuluh) konten Instagram *Reels* yang telah diproduksi dan dipublikasikan pada akun @laksmi_art_batik. Selain video, hasil karya juga didukung oleh *content pillar*, *standard sequence guide*, *caption*, dan pola penyuntingan yang dapat digunakan sebagai acuan awal dalam memproduksi konten berikutnya. Keseluruhan hasil tersebut tidak hanya menjadi luaran Tugas Akhir, tetapi juga dapat dimanfaatkan oleh Laksmi Art Batik sebagai aset komunikasi digital untuk menjaga konsistensi konten media sosial.

Format konten yang diterapkan dalam karya ini meliputi penggunaan gaya bahasa yang ramah, informatif, dan tidak terlalu formal, serta penyajian visual yang menampilkan produk, aktivitas membatik, motif khas, dan lingkungan Laksmi Art Batik. Konsistensi juga dibangun melalui penggunaan headline, subtitle, logo, dan elemen visual pendukung pada setiap konten. Pola tersebut dapat dipertahankan dan disesuaikan kembali agar konten berikutnya tetap memiliki karakter komunikasi yang seragam serta mudah dikenali oleh audiens sebagai konten milik Laksmi Art Batik.

Dua *content pillar* yang telah digunakan, yaitu pengenalan merek dan edukasi, dapat dikembangkan menjadi berbagai topik lanjutan. Pilar pengenalan merek dapat dikembangkan melalui konten mengenai koleksi produk terbaru, dokumentasi kegiatan, dan pengalaman peserta *workshop*. Sementara itu, pilar edukasi dapat dilanjutkan melalui pembahasan motif Batik Semarang lainnya, proses pewarnaan batik, tahapan pembuatan batik tulis dan cap, dan informasi mengenai nilai budaya yang terkandung dalam setiap motif. Pengembangan tersebut memungkinkan Laksmi Art Batik terus menghasilkan konten yang beragam tanpa meninggalkan karakter dan tujuan komunikasi yang telah terbentuk.

Untuk menjaga keberlanjutan pengelolaan media sosial, publikasi konten perlu dilakukan secara berkala dengan mempertimbangkan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki oleh Laksmi Art Batik. Evaluasi melalui Instagram Insight juga dapat dilanjutkan dengan mengamati jumlah tayangan, jangkauan,

suka, komentar, bagikan, dan simpan pada setiap konten. Hasil evaluasi tersebut dapat digunakan untuk mengetahui topik dan bentuk penyajian yang memperoleh respons paling baik, sehingga produksi konten berikutnya dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan ketertarikan audiens. Interaksi melalui komentar, pesan langsung, maupun konten interaktif juga dapat dimanfaatkan untuk menjaga hubungan antara Laksmi Art Batik dan audiens. Dengan demikian, hasil karya ini diharapkan dapat membantu Laksmi Art Batik agar lebih dikenal oleh masyarakat luas melalui pengelolaan media sosial yang konsisten. Keberlanjutan produksi dan publikasi konten dapat memperkuat pengenalan audiens terhadap Laksmi Art Batik sebagai UMKM Batik Semarang yang tidak hanya menghasilkan produk batik, tetapi juga berperan dalam edukasi dan pelestarian budaya lokal.

Selain itu, keberlanjutan karya ini juga diperkuat melalui perancangan template desain *feeds* Instagram, baik dengan format single image maupun carousel. Pembuatan tempate ini dirancang menggunakan palet warna khas, tipografi terstandarisasi, dan tata letak yang konsisten dengan karakteristik Laksmi Art Batik. Template tersebut diserahkan kepada pihak klien agar dapat dimanfaatkan secara mandiri dan berkelanjutan oleh pengelola akun Laksmi Art Batik untuk mempublikasikan katalog produk kain terbaru, infografis sejarah dan filosofi motif Semarang, jadwal dan rincian harga paket workshop, pengumuman kegiatan kemitraan, hingga ulasan atau testimoni peserta pelatihan. Dengan adanya aset template desain ini, Laksmi Art Batik dapat terus menjaga keteraturan jadwal unggahan, mempertahankan estetika visual akun yang profesional, serta mengoptimalkan variasi format konten media sosial tanpa kehilangan karakter identitas merek yang telah terbangun.

3.9 Timeline Pelaksanaan

Penulis Menyusun timeline kegiatan untuk mengatur tahapan kerja mulai dari penentuan karya, pelaksanaan, hingga pengerjaan laporan karya. Penyusunan timeline ini bertujuan agar setiap kegiatan dapat terlaksana secara sistematis dan sesuai dengan target waktu yang telah ditentukan. Dengan adanya timeline

pelaksanaan ini, diharapkan seluruh rangkaian kegiatan dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Tabel 3. 14 Timeline Kegiatan

Proses	Kegiatan	Tahun 2026																											
		Feb				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pra Produk si	Penentuan karya dan perizinan dengan klien																												
	Penyusunan proposal																												
	Penyebaran kuesioner pra produksi																												
	Penyusunan konsep konten SSG, timeline dan RAB																												
	Seminar Proposal																												
	Revisi proposal																												
Produk si	Pengambilan gambar																												

3.10 Produksi Anggaran Produksi Karya

Untuk melaksanakan produksi konten edukatif di Laksmi Art Batik, penulis perlu merencanakan kebutuhan biaya secara terstruktur. Produksi anggaran ini disusun untuk mendukung proses produksi konten Instagram *Reels* di akun @laksmi_art_batik. Dalam perencanaan anggaran ini, penulis mengalokasikan biaya untuk berbagai kebutuhan produksi, seperti sewa peralatan, penggunaan aplikasi editing, serta kebutuhan pendukung lainnya. Penyusunan anggaran ini bertujuan agar proses produksi konten dapat berjalan secara efektif, efisien, dan sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan.

Tabel 3. 15 Produksi Anggaran Produksi

No.	Keterangan	Unit	Hari	Biaya/Hari	Total
1.	<i>Talent</i>	1	2	Rp 100.000	Rp 200.000
2.	<i>Microphone</i>	1	2	Rp 65.000	Rp 130.000
3.	<i>Editing Capcut Pro</i>	1	30	Rp 65.000	Rp 65.000
4.	Konsumsi talent/crew	3 orang	2	Rp. 25.000	Rp. 150.000
TOTAL					Rp. 545.000