

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

Laksmi Art Batik merupakan salah satu UMKM batik yang berlokasi di Kampung Batik Rejomulyo, Kota Semarang, dengan fokus pada pelestarian budaya melalui produksi batik tulis dan batik cap bermotif khas Semarangan. Selain menjual produk batik, Laksmi Art Batik juga aktif menyelenggarakan kegiatan *workshop* membatik sebagai bentuk edukasi budaya bagi masyarakat, mulai dari pelajar hingga wisatawan domestik dan mancanegara. Dalam menjalankan usahanya, Laksmi Art Batik memanfaatkan media sosial Instagram melalui akun @laksmi_art_batik untuk memperkenalkan produk dan aktivitasnya kepada masyarakat luas.

Permasalahan utama dalam karya Tugas Akhir ini adalah Permasalahan utama dalam karya Tugas Akhir ini adalah *brand awareness* publik terhadap Laksmi Art Batik yang belum terbentuk secara mendalam dan konsisten. Berdasarkan hasil survei pra produksi yang dilakukan terhadap 82 responden yang memiliki keterpaparan awal terhadap Kampung Batik Rejomulyo maupun Laksmi Art Batik, diketahui bahwa sebagian audiens telah mengenal nama atau keberadaan Laksmi Art Batik sebagai salah satu pelaku usaha batik di kawasan tersebut. Namun, pengenalan tersebut masih berada pada tahap dasar dan belum diikuti dengan pemahaman yang kuat terhadap identitas, keunikan produk, motif khas, nilai budaya, serta posisi *brand* yang ingin dibangun oleh Laksmi Art Batik.

Kesenjangan pemahaman tersebut terlihat dari rendahnya persentase responden yang menjawab dengan tepat mengenai cakupan aktivitas utama Laksmi Art Batik, yaitu hanya 23% responden yang mengetahui bahwa Laksmi Art Batik menjual batik, memproduksi batik dan *souvenir*, serta menyediakan *workshop* membatik. Selain itu, hanya 3,7% responden yang memahami bahwa produk batik yang dihasilkan adalah batik tulis dan batik cap, tanpa adanya produksi atau penjualan batik *print*. Identitas visual *brand* melalui motif Asem Arang juga belum

dikenali secara kuat, karena hanya 8,7% responden yang memilih motif tersebut sebagai motif yang paling identik dengan Laksmi Art Batik.

Permasalahan tersebut diperkuat oleh belum optimalnya pengelolaan akun Instagram @laksmi_art_batik sebagai media komunikasi digital. Konten yang dipublikasikan belum secara konsisten memperkenalkan identitas Laksmi Art Batik sebagai UMKM Batik Semarang yang tidak hanya menjual produk batik, tetapi juga aktif memberikan edukasi budaya melalui *workshop* membatik. Oleh karena itu, diperlukan produksi konten Instagram *Reels* yang mampu memperkenalkan nilai budaya, produk, motif khas, serta karakteristik Laksmi Art Batik secara lebih jelas dan terstruktur guna meningkatkan *brand awareness* publik terhadap Laksmi Art Batik.

4.2 Analisis Hasil Tahap Pra Produksi

4.2.1 Penentuan Tema dan Konsep Konten

Tema dan konsep konten yang telah ditentukan pada tahap pra produksi diimplementasikan dalam pembuatan 10 (sepuluh) konten Instagram *Reels* pada akun @laksmi_art_batik sebagai upaya meningkatkan *brand awareness* Laksmi Art Batik. Hal ini merupakan penerapan dari tahap *Share* dalam *The Circular Model of SOME*. Menurut Pane et al., (2025) tahap *share* berfokus pada pemahaman audiens guna mengembangkan strategi komunikasi yang terarah. Pada karya Tugas Akhir ini, hal tersebut diwujudkan melalui pelaksanaan survei pra produksi kepada 82 responden serta audit akun instagram. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar responden telah mengenal nama Laksmi Art Batik sebagai UMKM batik yang berada di Kampung Batik Rejomulyo, pemahaman mereka terhadap karakteristik *brand* masih rendah. Persentasi jawaban tepat pada aspek-aspek tersebut berada pada kisaran 3,7% hingga 23,3%. Hasil tersebut menjadi dasar dalam menentukan informasi yang perlu diperkuat melalui konten Instagram *Reels*.

Hasil tersebut kemudian dikonfirmasi melalui diskusi bersama pihak Laksmi Art Batik. Diskusi dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai sejarah usaha, filosofi nama, jenis produk, motif khas, kegiatan *workshop*, serta nilai budaya yang

ingin disampaikan kepada audiens. Pada tahap ini, Penulis juga membahas bentuk penyajian konten bersama klien agar informasi dapat disesuaikan dengan preferensi pihak Laksmi Art Batik dan juga Tugas Akhir penulis. Pihak Laksmi Art Batik juga mengarahkan agar konten tidak hanya menampilkan informasi produk, tetapi juga memberikan konten edukasi sebagai bentuk bahwa Laksmi Art Batik juga aktif mengedukasi masyarakat.

Berdasarkan temuan tersebut, konten dikelompokkan ke dalam dua *content pillar*, yaitu pengenalan merek dan edukasi. Pada tahap ini, pesan komunikasi disusun dan disesuaikan dengan kebutuhan audiens agar informasi yang disampaikan melalui media sosial menjadi lebih relevan. Dalam karya ini, penyesuaian pesan dilakukan berdasarkan hasil survei pra produksi yang menunjukkan rendahnya pemahaman audiens terhadap aktivitas, produk utama, motif khas, dan posisi Laksmi Art Batik. Oleh karena itu, tema konten tidak hanya berorientasi pada promosi produk, tetapi juga diarahkan untuk memperkenalkan identitas dan nilai budaya Laksmi Art Batik.

Pilar pengenalan merek diarahkan untuk menyampaikan karakteristik, latar belakang pendiri, filosofi nama, serta aktivitas dan layanan Laksmi Art Batik. Penentuan pilar ini mengacu pada rendahnya pemahaman responden terhadap aktivitas utama dan posisi Laksmi Art Batik sebagai UMKM Batik Semarang yang juga menyediakan edukasi membatik. Selain itu, hasil audit akun Instagram menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan sebelumnya belum secara terarah membangun narasi mengenai karakteristik dan diferensiasi Laksmi Art Batik, sehingga pilar ini juga difokuskan untuk mengisi kekosongan tersebut.

Sementara itu, pilar edukasi digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai motif khas Asem Arang, perbedaan batik tulis dan batik cap dengan kain bermotif printing, nilai budaya Batik Semarang, perawatan produk batik, serta inspirasi penggunaan batik dalam kehidupan sehari-hari. Penentuan pilar ini mengacu pada rendahnya pemahaman responden terhadap jenis produk utama serta motif khas yang identik dengan Laksmi Art Batik. Kedua *content pillar* tersebut kemudian dijabarkan ke dalam sepuluh topik konten yang disusun melalui *Standard*

Sequence Guide (SSG) sebagai acuan produksi konten *Instagram Reels* untuk meningkatkan *brand awareness* Laksmi Art Batik.

4.2.2 Penyusunan Produksi Konten

Tema dan konsep pada masing-masing *content pillar* kemudian disusun dalam bentuk *Standard Sequence Guide* (SSG) sebagai panduan proses produksi, terutama pada saat pelaksanaan *shooting* agar konten yang dihasilkan lebih terstruktur. Konten yang diproduksi berjumlah 10 (sepuluh) konten video *reels* dengan durasi rata-rata 60 detik per konten. Setiap SSG memuat rincian tipe *shot*, visual, narasi, serta durasi, sehingga pesan pada tiap konten dapat disampaikan secara runtut.

Namun saat proses produksi dilaksanakan, tidak seluruh produksi tersebut diimplementasikan persis seperti perencanaan awal. Beberapa penyesuaian dilakukan terhadap SSG mengikuti masukan dari klien dan melihat kondisi di lapangan pada saat produksi berlangsung. Berikut perubahan yang terjadi pada *Standard Sequence Guide* yang telah diproduksi sebelumnya:

a. Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide* 1

Judul: “Ternyata Semarang Punya Batik Sekeren Ini” menjadi “Batik Semarang Beneran Sebagus Ini?”

Tabel 4. 1 Implementasi *Standard Sequence Guide* 1

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1.	Deskripsi Visual	<i>Scene 1</i> Suasana gerbang masuk Kampung Batik	<i>Scene 1</i> diganti menjadi: Talent berbicara langsung ke kamera di depan tulisan Kampung Batik Semarang.
		<i>Scene 2</i> Kamera mendekat ke arah galeri Laksmi Art Batik	Pada <i>Scene 2</i> ditambahkan beberapa <i>footage</i> suasana disekitar Laksmi Art Batik dan Talent yang berjalan menuju Laksmi Art Batik
		<i>Scene 4</i> Menampilkan suasana disekitar Laksmi Art Batik	<i>Scene 4</i> diganti menjadi tangan pengrajin batik yang sedang menyanting.
		<i>Scene 8</i> Menampilkan tampilan luar dari Laksmi Art Batik	<i>Scene 8</i> diganti menjadi Talent yang sedang berdiri di depan spot taman dengan menggunakan pakaian dari Laksmi Art Batik.
2.	Narasi	<i>VOICE OVER</i> “Batik adalah warisan budaya kita bersama, dan setiap daerah di Indonesia punya cara unik untuk melestarikannya”	<i>LIVE</i> “Ternyata, Semarang punya batik lokal yang sekeren ini, lho. Yuk, ikut aku masuk!”

		<i>VOICE OVER</i> “Begitu juga dengan kota Semarang. Di Laksmi Art Batik....”	<i>VOICE OVER</i> “Berlokasi di Kampung Batik Rejomulyo, nama tempatnya adalah Laksmi Art Batik.”
		<i>VOICE OVER</i> “kami percaya bahwa identitas sebuah kota harus terus dijaga.”	<i>VOICE OVER</i> “Laksmi Art Batik berkomitmen untuk terus menjaga keaslian identitas budaya khas kota kita.”
		<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>VOICE OVER</i> “Di sini, kamu bisa tahu langsung proses pembuatan selembur kain batik, dan belajar makna filosofis di balik setiap motifnya.”
		<i>VOICE OVER</i> “Motif-motif yang kamu lihat bukan sembarang gambar. Warak Ngendog. Lawang Sewu. Tugu Muda.”	<i>VOICE OVER</i> “Motif yang diangkat juga khas Semarang banget, seperti visual Warak Ngendog, Lawang Sewu, sampai Tugu Muda.”
		<i>VOICE OVER</i> “Ini adalah simbol-simbol Semarang yang dijaga dalam setiap helai benang oleh tangan-tangan yang tahu artinya”	<i>VOICE OVER</i> “Semua simbol keindahan kota ini dijaga lewat pengerjaan manual oleh tangan-tangan pengrajin lokal.”

		<i>VOICE OVER</i> “Laksmi Art Batik percaya bahwa melestarikan budaya bukan tugas museum. Ini tugas kita semua.”	<i>VOICE OVER</i> “Karena bagi Laksmi Art Batik, melestarikan budaya itu tugas kita semua, bukan cuma tugas museum”
		-	<i>LIVE</i> “Kalau lagi main ke Semarang, jangan lupa mampir ke Laksmi Art Batik, ya!”
3.	<i>Backsound</i>	-	Donkgedank - SAMAPTA
4.	Durasi	60’	57’

Perubahan pada *Standard Sequence Guide* (SSG) 1 dilakukan karena beberapa kondisi di lokasi produksi tidak sesuai dengan perkiraan awal. Pada scene pertama, visual gerbang Kampung Batik yang semula direncanakan tidak digunakan karena area depan gerbang pada saat produksi dipenuhi kendaraan yang sedang parkir. Kondisi tersebut membuat tampilan gerbang kurang jelas dan tampilan visual kurang menarik. Oleh sebab itu, visual diganti dengan talent yang berbicara langsung di depan tulisan Kampung Batik Semarang pada area yang lebih memungkinkan untuk pengambilan footage.

Pada scene kedua, Penulis menambahkan beberapa *footage* suasana di sekitar Kampung Batik dan Talent yang berjalan menuju Laksmi Art Batik. Penambahan dilakukan karena hasil pengambilan gambar awal belum cukup menggambarkan perpindahan lokasi dari Kampung Batik menuju galeri. Scene keempat yang semula direncanakan menampilkan suasana sekitar Laksmi Art Batik juga diganti dengan visual pengrajin sedang mencanting. Perubahan tersebut dilakukan karena kondisi sekitar galeri pada saat produksi kurang mendukung untuk menghasilkan visual yang rapi, pada saat itu terdapat backdrop kegiatan *workshop* dari suatu komunitas yang juga akan diadakan pada hari pelaksanaan produksi, sehingga terdapat

keterbatasan dalam proses shooting area sekitar Galeri Laksmi Art Batik, sedangkan aktivitas mencanting dapat direkam dengan lebih jelas dan tetap sesuai dengan pembahasan mengenai proses pembuatan batik.

Sebagian besar narasi juga mengalami perubahan berdasarkan hasil diskusi dengan pihak Laksmi Art Batik. Klien meminta agar penyampaian informasi tidak menggunakan bahasa yang terlalu formal sehingga konten terasa lebih natural dan ramah. Berdasarkan arahan tersebut, Penulis mengubah struktur kalimat dan pilihan kata menjadi lebih ramah dan santai, serta mudah disampaikan oleh talent. Dengan demikian, perubahan narasi dilakukan untuk memenuhi arahan klien sekaligus menjaga keterkaitan antara visual dan pesan dalam konten.

b. Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide 2*

Judul: “The Face Behind Laksmi Art Batik” menjadi “Konsistensi & Ketelitian Metode yang Dipertahankan Oleh Pengrajin Ini”

Tabel 4. 2 Implementasi *Standard Sequence Guide 2*

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1.	Deskripsi Visual	<i>Scene 1</i> Ujung canting perlahan masuk ke wajan malam, mengambil cairan malam	Talent yang sedang duduk di Gazebo Laksmi Art Batik dan memegang kain motif dari Laksmi Art Batik
		<i>Scene 2</i> Tangan Ibu Christina menggoreskan canting mengikuti pola motif khas Semarang.	<i>Scene 2</i> diganti menjadi suasana di Kampung Batik Rejomulyo
		<i>Scene 4</i> Ibu Christina duduk di galeri dan berbicara ke arah kamera	<i>Scene 4</i> diganti menjadi Ibu Christina duduk di bangku taman Laksmi Art Batik dan menjawab pertanyaan wawancara secara <i>live</i> .
		-	Penambahan <i>scene</i> suasana Galeri Laksmi Art Batik sebagai selingan <i>footage</i> wawancara Ibu Christina.
		<i>Scene 5</i> Detail visual visual kain batik tulis dan cap	Diganti menjadi detail proses canting

		-	Penambahan <i>footage</i> pada <i>scene</i> 7 dan 8: Suasana kegiatan <i>workshop</i> di Laksmi Art Batik.
2.	Narasi	<i>LIVE WAWANCARA</i> Bagaimana awal mula berdirinya Laksmi Art Batik?	Pada bagian ini, suara diisi oleh Ibu Christina selaku pemilik Laksmi Art Batik. Dalam wawancaranya, beliau menjawab: “Awal berdirinya Laksmi Art Batik itu awal 2009, awal mula itu saya ikut edukasi membatik, dulu yang diadain dari pelatihan di Balai Kota. Sesudah pelatihan saya itu udah ngadain pelatihan di toko, di Takashimura. Dulu sebelum disini jadi tempat wisata, saya jemput bola untuk edukasinya. Saya pengajuan proposal, saya titip-titipkan di koran-koran, baru orang-orang, sekolahan-sekolahan, mengenal. Semenjak 2017 anak-anak sekolah yang datang kesini”.

		-	Penambahan <i>scene</i> wawancara tentang harapan adanya Laksmi Art Batik dari SSG 3 ke SSG 2. Bagian ini berisi jawaban dari Ibu Christina: “Kalau harapannya, kalau bisa itu anak-anak mulai dari paud sampai dewasa bisa mengenal tentang budaya batik itu sendiri. Tentang pelatihan membatik, kalau bisa-bisa membatik itu sendiri, terus tau tentang filosofi-filosofi batik, terus sejarah batik itu sendiri”.
3.	<i>Backsound</i>	-	Gambang Semarang - Keroncong
4.	Durasi	1’4’	1’17’

Perubahan pada *Standard Sequence Guide* (SSG) 2 dilakukan karena terdapat penyesuaian pada deskripsi visual dan susunan narasi selama proses produksi. Pada beberapa *scene*, visual yang semula direncanakan menampilkan proses pencantingan tidak dapat direalisasikan karena kondisi produksi di lapangan tidak memungkinkan dilaksanakannya proses tersebut pada hari pengambilan gambar. Kondisi tersebut menyebabkan visual pada beberapa *scene* harus diganti dengan materi yang tersedia, seperti suasana Kampung Batik Rejomulyo, area galeri, produk Laksmi Art Batik, serta aktivitas *workshop*. Pemilihan visual pengganti tetap mempertimbangkan kesesuaian dengan narasi dan tujuan konten, yaitu

memperkenalkan Ibu Christina Riyastuti sebagai pendiri sekaligus menjelaskan perjalanan berdirinya Laksmi Art Batik.

Penyesuaian juga dilakukan pada lokasi wawancara. Ibu Christina yang semula direncanakan berbicara di dalam galeri kemudian direkam di area taman Laksmi Art Batik. Hasil wawancara selanjutnya dipadukan dengan beberapa *footage* suasana galeri, produk, proses membatik, dan kegiatan *workshop* sebagai visual selingan. Penambahan tersebut dilakukan agar tampilan wawancara tidak hanya menggunakan satu gambar dalam durasi panjang serta membantu memperjelas informasi yang disampaikan oleh narasumber. Dengan demikian, audiens tetap dapat melihat aktivitas dan lingkungan Laksmi Art Batik selama mendengarkan penjelasan mengenai sejarah usaha.

Selain itu, cuplikan wawancara mengenai harapan Ibu Christina yang semula direncanakan berada pada SSG 3 dipindahkan ke SSG 2 karena dinilai lebih sesuai dengan topik pembahasan pada konten ini. Durasi akhir konten menjadi lebih panjang dari rancangan awal karena bagian wawancara dipertahankan agar informasi utama dari narasumber dapat dipahami secara utuh.

c. Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide 3*

Judul: “Kenapa Harus Nama Laksmi?” menjadi “Kenapa Harus Laksmi Art?”

Tabel 4. 3 Implementasi *Standard Sequence Guide 3*

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1.	Deskripsi Visual	<i>Scene 1</i> Kamera menyorot plang nama atau penanda luar dari galeri Laksmi Art Batik di Kampung Batik Rejomulyo.	Pada <i>scene 1</i> terdapat penambahan <i>footage</i> suasana di Laksmi Art Batik agar durasi pergantian <i>footage</i> tidak terlalu lama dan monoton.
		<i>Scene 2</i> Fokus visual pada logo Laksmi Art Batik yang tertera pada label produk	Perubahan pada <i>scene 2</i> : Potongan-potongan <i>footage</i> suasana di Galeri Laksmi Art Batik, dan produk-produk yang dijual.
		<i>Scene 3</i> Ibu Christina duduk di galeri dengan latar belakang kain batik, berbicara menghadap kamera.	Perubahan pada <i>scene 3</i> : Ibu Christina duduk di bangku taman sambil berbicara langsung ke kamera, menjawab pertanyaan wawancara.
		-	Penambahan <i>footage</i> selingan pada <i>scene 3</i> saat Ibu Christina memberikan penjelasan. Tujuannya agar durasi <i>footage</i> tidak terlalu lama dan monoton.
		<i>Scene 4</i>	Perubahan pada <i>scene 4</i> :

		Tangan pengrajin sedang menata atau memperlihatkan kain batik dengan motif yang rapi.	Menampilkan beberapa <i>footage</i> produk-produk yang ada di Galeri Laksmi Art Batik.
		<i>Scene 5</i> Detail visual guratan malam di atas kain mori yang menunjukkan estetika produk handmade.	Perubahan pada <i>scene 5</i> : Memperlihatkan beberapa <i>footage</i> koleksi-koleksi produk Laksmi Art Batik
		<i>Scene 7</i> Kembali ke potongan wawancara Ibu Christina yang tersenyum.	Perubahan pada <i>scene 7</i> : Menampilkan <i>footage</i> aktivitas <i>workshop</i> di Laksmi Art Batik.
2.	Narasi	<i>Scene 3</i> <i>LIVE WAWANCARA</i> Kenapa diberikan nama Laksmi Art Batik? Apakah ada makna dari nama tersebut?	Pada <i>Scene 3</i> berisi jawaban dari Ibu Christina: “Laksmi Art itu dewi seni, awal mula itu kita kan keluarga seni, suami kebetulan juga senang gambar, senang buat mural, mulai dari situ keluarga-keluarga saya kok, ini kok seni semua, jadi nama batik ku tak namai Laksmi Art Batik aja”.
		<i>Scene 7</i> Lanjutan dari cuplikan wawancara tentang	<i>Scene 7</i> pada SSG 3 ini dipindahkan ke SSG 2

		harapan dari adanya Laksmi Art Batik	
3.	<i>Backsound</i>	-	Gambang Semarang
4.	Durasi	1”5’	60’

Pada *Standard Sequence Guide* (SSG) 3, perubahan dilakukan karena terdapat penyesuaian pada susunan narasi dan deskripsi visual setelah memasuki tahap editing. Pada scene pertama, Penulis menambahkan beberapa footage suasana Laksmi Art Batik sebagai visual pembuka agar tampilan tidak bertumpu pada satu gambar dalam durasi yang terlalu panjang. Pada scene kedua, visual logo yang semula direncanakan diganti dengan beberapa footage suasana galeri dan produk Laksmi Art Batik. Perubahan tersebut dilakukan karena visual produk yang diperoleh lebih mampu untuk memperkuat narasi yang disampaikan.

Penyesuaian juga dilakukan pada scene wawancara mengenai harapan Ibu Christina terhadap Laksmi Art Batik yang semula direncanakan berada pada SSG 3 dipindahkan ke SSG 2 karena dinilai lebih sesuai dengan topik pembahasan pada konten tersebut. Dengan demikian, SSG 3 dapat lebih berfokus membahas makna di balik pemberian nama Laksmi Art Batik sehingga alur penyampaian informasi menjadi lebih terarah dan tidak bercampur dengan topik lain.

d. Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide* 4

Judul: “Kalau ke Laksmi Art Batik, bisa eksplor apa aja?” menjadi “Eksplor Spot Aesthetic Di Kampung Batik Semarang”

Tabel 4. 4 Implementasi *Standard Sequence Guide* 4

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1.	Deskripsi Visual	<i>Scene</i> 1 <i>Talent</i> berdiri di depan gapura Kampung Batik Rejomulyo sambil memberikan isyarat untuk mengikuti.	Pada <i>scene</i> 1, terdapat penambahan beberapa <i>footage</i> singkat sebagai kompilasi dari seluruh isi konten. Tujuannya untuk memberikan gambaran singkat tentang isi konten agar menarik perhatian audiens.
		<i>Scene</i> 8 Memperlihatkan <i>Talent</i> yang sedang menikmati suasana di Kampung Batik Rejomulyo.	Pada <i>scene</i> 8, terdapat penambahan beberapa <i>footage</i> singkat ketika <i>talent</i> sedang menikmati suasana di Kampung Batik Semarang. Tujuannya agar durasi <i>footage</i> tidak terlalu lama dan monoton.
2.	Narasi	-	-
3.	<i>Backsound</i>	-	Gambang Semarang
4.	Durasi	60'	60'

Perubahan pada SSG 4 dilakukan setelah penulis meninjau hasil pengambilan gambar pada tahap penyuntingan. Pada bagian pembuka, visual talent di depan gapura Kampung Batik Rejomulyo dinilai belum cukup memberikan gambaran mengenai isi konten. Sehingga, penulis menambahkan beberapa *footage* singkat yang menampilkan suasana Kampung Batik Reomulyo, beberapa lokasi yang bisa

dikunjungi, serta aktivitas yang dapat dilakukan. Kompilasi tersebut ditempatkan pada awal video untuk memberikan gambaran awal mengenai pembahasan konten sekaligus memperkuat bagian pembuka sebelum video masuk ke penjelasan utama.

Penyesuaian juga dilakukan pada bagian akhir konten. Visual talent yang menikmati suasana Kampung Batik Rejomulyo pada perencanaan awal menggunakan satu footage dengan durasi yang cukup panjang. Setelah ditinjau, penggunaan visual tersebut membuat video menjadi kurang menarik, sehingga penulis menambahkan beberapa footage lain yang masih berkaitan dengan narasi dan konsep konten sebagai visual selingan.

e. **Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide* 5**

Judul: “Mitos vs Fakta, Benarkah Semua Kain Bermotif Itu Batik?” menjadi
 “Mitos Atau Fakta, Kain Motif Batik Pasti Batik Asli?”

Tabel 4. 5 Implementasi *Standard Sequence Guide* 5

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1.	Deskripsi Visual	<i>Scene 7</i> <i>Talent</i> menaruh kembali kain peraga ke tempatnya, lalu visual bertransisi menampilkan logo resmi Laksmi Art Batik.	Perubahan pada <i>Scene 7</i> : Talent memegang 2 produk pakaian jadi dari Laksmi Art Batik dan berbicara ke Kamera.
		-	Penambahan <i>footage</i> motif batik sebagai selingan <i>footage</i> talent berbicara ke kamera, agar durasinya tidak terlalu lama dan monoton.
		-	Penambahan <i>footage</i> kegiatan <i>workshop</i> membatik sebagai <i>footage</i> pada bagian narasi <i>Call to Action</i> .
2.	Narasi	-	-
3.	<i>Backsound</i>	-	Gambang Semarang - Keroncong
4.	Durasi	1”10’	60’

Perubahan pada *Standard Sequence Guide* (SSG) 6 dilakukan setelah Penulis meninjau kesesuaian antara narasi dan hasil pengambilan gambar. Pada beberapa bagian, visual Talent yang menyampaikan informasi dinilai belum cukup memperlihatkan perbedaan karakteristik batik yang sedang dijelaskan. Oleh karena

itu, Penulis menambahkan beberapa *footage* detail motif dan kain batik sebagai visual pendukung. Penambahan tersebut membantu audiens memahami informasi yang disampaikan melalui contoh visual, sehingga pembahasan tidak hanya bergantung pada penjelasan verbal dari Talent.

Penyesuaian juga dilakukan pada bagian *call to action* dengan menambahkan *footage* kegiatan *workshop* membatik di Laksmi Art Batik. Visual tersebut dipilih karena sesuai dengan ajakan kepada audiens untuk melihat dan mengenali perbedaan batik secara langsung melalui kegiatan membatik. Penambahan *footage workshop* juga memberikan gambaran mengenai aktivitas edukasi yang tersedia bagi pengunjung. Dengan demikian, perubahan pada SSG 6 dilakukan untuk memperkuat hubungan antara narasi dan visual sekaligus memperkenalkan Laksmi Art Batik sebagai UMKM yang tidak hanya memproduksi batik, tetapi juga menyediakan kegiatan edukasi membatik.

f. Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide*

Judul: “Bedah Akulturasi 3 Budaya di Motif Warak Ngendog” menjadi

“Tahukah Kamu? Motif Warak Ngendog Simbol 3 Budaya”

Tabel 4. 6 Implementasi *Standard Sequence Guide* 6

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1.	Deskripsi Visual	-	Penambahan <i>footage</i> motif Warak Ngendog sebagai visual konten saat jeda Narasi setelah <i>scene</i> 1.
		<i>Scene</i> 6 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.	Perubahan pada <i>Scene</i> 6: Talent duduk di bangku degan latar kain batik motif Warak Ngendog, lalu berbicara langsung ke kamera.
		-	Penambahan <i>footage</i> cinematic kain motif Warak Ngendog sebagai selingan dari <i>footage</i> talent berbicara. Tujuannya agar durasi antar <i>footage</i> tidak terlalu panjang dan monoton.
		<i>Scene</i> 7 Tampak visual luar atau suasana galeri Laksmi Art Batik dari kejauhan. Lalu	Pada <i>scene</i> 7 diganti menjadi Talent berbicara ke kamera sambil melihat koleksi-koleksi kain yang

		muncul logo Laksmi Art Batik.	ada di Galeri Laksmi Art Batik.
		-	Penambahan <i>footage</i> pada narasi <i>Call to Action</i> : Talent berbicara ke Kamera sambil berjalan di spot Wayang Beber pada Kampung Batik Rejomulyo sambil memegang kain motif Warak Ngendog.
2.	Narasi	-	-
3.	<i>Backsound</i>	-	Gambang Semarang
4.	Durasi	60'	1'4'

Selanjutnya, pada *Standard Sequence Guide* (SSG) 7 dilakukan perubahan untuk memperkuat penyampaian konten edukasi mengenai motif Warak Ngendog. Sebagai UMKM yang aktif mengenalkan Batik Semarang, Laksmi Art Batik tidak hanya menampilkan produk, tetapi juga memberikan edukasi mengenai motif batik kepada masyarakat. Oleh karena itu, beberapa *footage* detail motif Warak Ngendog ditambahkan sebagai visual pendukung agar informasi yang disampaikan lebih jelas dan mudah dipahami oleh audiens. Selain itu, penyesuaian pada beberapa *scene* dan penambahan visual *Call to Action* dilakukan untuk memperkuat ajakan berkunjung ke Laksmi Art Batik. Dengan penyesuaian tersebut, SSG 7 tidak hanya menyampaikan informasi mengenai makna motif Warak Ngendog, tetapi juga memperkuat posisi Laksmi Art Batik sebagai UMKM yang memberikan edukasi mengenai Batik Semarang kepada masyarakat.

g. Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide* 7

Judul: “Spill Budget & Fasilitas *Workshop* Membatik di Laksmi Art Batik”
menjadi “Program Latihan Membatik dari Laksmi Art Batik”

Tabel 4. 7 Implementasi *Standard Sequence Guide* 7

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1.	Deskripsi Visual	-	Penambahan <i>footage</i> setelah <i>scene</i> 1: suasana Kampung Batik Rejomulyo pada bagian jeda narasi.
		<i>Scene</i> 4 Fokus pada jemari peserta <i>workshop</i> yang lagi menuntun canting di atas media kain syal panjang.	Perubahan pada <i>scene</i> 4: Memperlihatkan satu per satu peralatan atau fasilitas yang disediakan oleh Laksmi Art Batik untuk peserta pelatihan membatik.
		<i>Scene</i> 6 Suasana luar galeri yang tenang di Kampung Batik Rejomulyo , visual perlahan meredup (<i>fade out</i>) memunculkan logo.	Perubahan pada <i>Scene</i> 7: Talent berbicara langsung ke Kamera dengan latar Galeri Laksmi Art Batik dari luar, sambil memegang hasil karya Batik Tulis peserta pelatihan membatik.
		-	Penambahan <i>footage</i> pada bagian <i>Call to Action</i> : Talent berbicara ke kamera sambil

			memberikan <i>gesture</i> mengajak.
2.	Narasi	-	-
3.	<i>Backsound</i>	-	Gambang Semarang
4.	Durasi	60'	56'

Perubahan pada *Standard Sequence Guide* (SSG) 8 dilakukan untuk memperjelas informasi mengenai kegiatan pelatihan membatik di Laksmi Art Batik. Pada perencanaan awal, visual lebih banyak berfokus pada Talent dan aktivitas peserta. Namun, hasil produksi menunjukkan bahwa informasi mengenai lokasi, fasilitas, pilihan media, serta hasil karya peserta perlu ditampilkan secara lebih lengkap agar audiens memperoleh gambaran yang utuh mengenai kegiatan tersebut. Oleh karena itu, Penulis menambahkan beberapa *footage* suasana Kampung Batik Rejomulyo sebagai pengantar lokasi sebelum memperlihatkan aktivitas *workshop* di Laksmi Art Batik.

Penyesuaian juga dilakukan dengan menambahkan visual fasilitas yang digunakan selama pelatihan, seperti kain media, canting, malam, serta perlengkapan pewarnaan. Beberapa *footage* hasil karya peserta, seperti hiasan dinding, tote bag, syal, dan taplak, juga ditampilkan untuk memperjelas pilihan media yang tersedia. Pada bagian akhir, visual suasana *workshop* dan hasil karya peserta digunakan untuk mendukung *call to action* agar ajakan berkunjung tidak hanya disampaikan melalui narasi, tetapi juga diperkuat dengan gambaran kegiatan yang dapat diikuti. Dengan penyesuaian tersebut, SSG 8 dapat menyampaikan informasi mengenai pelatihan membatik secara lebih jelas, runtut, dan sesuai dengan pengalaman yang ditawarkan oleh Laksmi Art Batik.

h. Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide* 8

Judul: “Pernah Lihat Motif Ini? Tapi Gak Tau Maknanya? Asal usul motif Asem Arang” menjadi “Pernah Lihat Motif Ini, Tapi Belum Tau Maknanya?”

Tabel 4. 8 Implementasi *Standard Sequence Guide* 8

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1.	Deskripsi Visual	-	Penambahan <i>footage</i> setelah <i>scene</i> 1 menampilkan beberapa motif kain Asem Arang yang ada di Laksmi Art Batik
		-	Penambahan <i>footage</i> setelah <i>scene</i> 3: Memberikan jeda narasi setelah <i>scene</i> 3 agar bisa menampilkan lebih banyak <i>footage</i> detail tentang motif Asem Arang.
		<i>Scene</i> 6 Kamera kembali menyorot <i>talent</i> yang sedang melipat kain dengan rapi, lalu tersenyum dan berbicara lagi menghadap kamera.	Perubahan pada <i>Scene</i> 6: Talent duduk di gazebo dengan kain motif Asem Arang yang membentang di pangkuan, sambil berbicara secara langsung ke kamera.
		<i>Scene</i> 7 <i>Talent</i> menata kain ke rak display galeri, lalu visual bertransisi menampilkan logo Laksmi Art Batik.	Perubahan pada <i>scene</i> 7: Talent berjalan di dalam Galeri Laksmi Art Batik sambil berbicara langsung ke Kamera.

2.	Narasi	-	-
3.	<i>Backsound</i>	-	Gambang Semarang
4.	Durasi	60'	1'2'

Selanjutnya, pada hasil akhir implementasi SSG 5 terdapat perubahan yang dilakukan untuk memperkuat pembahasan mengenai motif Asem Arang. Beberapa visual detail motif batik ditambahkan agar karakteristik motif dapat terlihat lebih jelas. Selain itu, pada *scene* 6 dilakukan perubahan lokasi pengambilan gambar dengan menampilkan talent di area gazebo sambil memperlihatkan kain bermotif Asem Arang. Pemilihan lokasi tersebut dilakukan karena area gazebo memiliki ruang dan pencahayaan yang lebih mendukung untuk menampilkan kain secara utuh. Latar tersebut juga memberikan variasi visual serta memperlihatkan salah satu area yang terdapat di Laksmi Art Batik. Sementara itu, pada scene terakhir, visual Talent yang semula direncanakan menata kain ke rak display diganti dengan Talent berjalan di dalam galeri sambil menyampaikan narasi penutup secara langsung.

i. Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide* 9

Judul: “Jangan-jangan Selama Ini, Kamu Salah?” menjadi “Punya Batik

Cantik, tapi Bingung Simpan Dimana?”

Tabel 4. 9 Implementasi *Standard Sequence Guide* 9

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1.	Deskripsi Visual	<i>Scene</i> 1 Talent memegang kain batik Laksmi Art yang terlipat rapi	Perubahan pada <i>Scene</i> 1: Talent berbicara langsung ke kamera, dengan latar jajaran kain di galeri Laksmi Art Batik sambil memberikan <i>gesture</i> menjelaskan.
		-	Penambahan beberapa <i>footage</i> setelah <i>scene</i> 1 pada jeda narasi.
		<i>Scene</i> 2 Memperlihatkan cara menyimpan batik	Perubahan pada <i>scene</i> 2: Talent berada di dalam galeri Laksmi Art Batik, sambil memegang Lerak, dan menjelaskan langsung ke kamera.
		-	Penambahan <i>footage</i> setelah <i>scene</i> 2 untuk memberikan detail <i>shot</i> produk Lerak.
		-	Pada <i>scene</i> 3, terdapat penambahan narasi dan <i>footage</i> . Pada <i>scene</i> ini talent berbicara langsung dengan <i>gesture</i>

			menjelaskan ke kamera. Dan menampilkan beberapa koleksi batik pada jeda narasi.
		<i>Scene 3</i> Talent memperlihatkan koleksi batik yang digantung menggunakan <i>hanger</i> kayu atau plastik tebal (bukan kawat besi)	<i>Scene 3</i> pada <i>Standard Sequence Guide</i> yang telah di tetapkan, berubah menjadi <i>scene 4</i> dikarenakan ada penambahan narasi pada <i>scene</i> sebelumnya.
2.	Narasi	<i>Scene 1</i> <i>LIVE</i> “Udah punya batik cantik dari Laksmi Art, tapi bingung cara simpannya biar nggak cepat rusak? Sini aku kasih tahu rahasianya!”	Perubahan narasi pada <i>Scene 1</i> : “Udah punya batik cantik dari Laksmi Art Batik, tapi masih bingung gimana cara simpannya biar tetap awet?”
		-	Narasi “Sini aku kasih tahu rahasianya!” dipindahkan setelah <i>scene 1</i> dengan angle yang berbeda.
		<i>Scene 2</i> <i>LIVE</i> Pertama, hindari pakai kamper kimia ya. Cukup pakai akar wangi atau merica butiran supaya	Perubahan narasi pada <i>scene 2</i> : “pertama hindari dari bahan kimia ya, cukup pakai Lerak aja supaya

		bebas dari ngengat tanpa merusak serat kain.	motif batik kamu gak luntur”
		<i>Scene 3</i> <i>LIVE</i> "Kedua, jangan simpan di plastik kedap udara. Bungkus pakai kertas atau kantong kain supaya batikmu tetap bisa 'bernafas'."	Perubahan nasari pada <i>scene 3</i> : “Kedua, jangan gunakan mesin cuci ya, agar batik kamu tetap awet”
3.	<i>Backsound</i>	-	Gambang Semarang – Bosa Nova
4.	Durasi	1”6’	54’

Berikutnya adalah perubahan pada *Standard Sequence Guide* (SSG) 9 yang dilakukan untuk memperjelas penyampaian informasi mengenai produk lerak yang digunakan sebagai perawatan batik. Pada perencanaan awal, pembahasan lebih berfokus pada cara penyimpanan kain batik, sedangkan penggunaan lerak sebagai salah satu produk perawatan belum ditampilkan secara memadai. Oleh karena itu, Penulis menambahkan narasi yang menjelaskan penggunaan produk lerak agar informasi mengenai perawatan batik dapat disampaikan secara lebih lengkap dan mudah dipahami oleh audiens. Oleh karena itu, dilakukan penambahan narasi beserta visual pendukung agar informasi yang disampaikan lebih lengkap dan mudah dipahami oleh audiens. Beberapa *scene* juga disesuaikan dengan menampilkan produk lerak secara lebih jelas melalui *detail shot*, serta menambahkan visual koleksi batik sebagai pendukung penjelasan.

j. Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide 10*

Judul: “Jangan-jangan Selama Ini, Kamu Salah?” menjadi “Tradisional Ber-Nuansa Modern di Koleksi Laksmi Art Batik”

Tabel 4. 10 Implementasi *Standard Sequence Guide 10*

No.	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1.	Deskripsi Visual	-	Tambahan <i>footage</i> setelah <i>scene 2</i> : Suanana di sekitar Laksmi Art Batik dan menampilkan koleksi-koleksi batik, dengan talent yang menggunakan pakaian dari Laksmi Art Batik sambil menikmati suasana.
		<i>Scene 5</i> Talent berbicara ke kamera sambil memegang salah satu koleksi di galeri Laksmi Art Batik	Talent berbicara langsung di depan kamera sambil menggunakan pakaian lain dari Laksmi Art Batik
		<i>Scene 7</i> Memperlihatkan detail baju batik dari Laksmi Art Batik	Penambahan <i>footage</i> pada <i>scene 7</i> : Talent menikmati suasana di setiap spot-spot ikonik di Kampung Batik Rejomulyo dengan menggunakan pakaian dari Laksmi Art Batik.

		-	Penambahan <i>footage</i> setelah <i>scene 7</i> : <i>Talent</i> berbicara langsung di depan kamera pada bagian <i>Call to Action</i>
2.	Narasi	<i>Scene 4</i> <i>LIVE</i> "Cocok buat formal maupun gaya harian yang tetap rapi tapi casual."	<i>VOICE OVER</i> "Bisa dilihat sendiri, kualitas jahitannya benar-bener rapi dan premium <i>quality</i> "
		-	Penambahan narasi setelah <i>scene 4</i> : <i>VOICE OVER</i> "Cuttingannya benar-bener fit di badan, bikin <i>look</i> kita kelihatan elegan"
		<i>Scene 6</i> <i>LIVE</i> "Perpaduan warnanya pas, bikin kesan yang rapi dan formal."	Narasi pada <i>scene 6</i> ini diganti menjadi jeda narasi dan berisi latar musik.
3.	<i>Backsound</i>	-	Gambang Semarang dan Sebusur Pelangi - Nonaria
4.	Durasi	60'	60'

Perubahan pada *Standard Sequence Guide* (SSG) 10 dilakukan setelah Penulis meninjau hasil pengambilan gambar dan menyesuaikannya dengan tujuan konten, yaitu menampilkan produk Laksmi Art Batik sebagai inspirasi busana yang dapat digunakan dalam berbagai situasi. Setelah *scene* kedua, Penulis menambahkan beberapa *footage* *Talent* mengenakan pakaian Laksmi Art Batik sambil menikmati suasana di sekitar galeri. Penambahan tersebut dilakukan agar

produk tidak hanya ditampilkan melalui gambar diam atau detail pakaian, tetapi juga terlihat ketika dikenakan secara langsung. Pada scene berikutnya, visual Talent yang semula direncanakan berbicara sambil memegang koleksi di dalam galeri diganti dengan Talent yang mengenakan pakaian lain dari Laksmi Art Batik. Perubahan ini memberikan variasi busana sekaligus menunjukkan bahwa koleksi Laksmi Art Batik dapat digunakan dalam gaya dan kebutuhan yang berbeda.

Penyesuaian juga dilakukan pada narasi. Narasi yang semula hanya menjelaskan kesesuaian pakaian untuk gaya formal dan kasual diubah menjadi penjelasan mengenai kerapian jahitan, kualitas pakaian, serta bentuk potongan yang sesuai ketika dikenakan. Perubahan tersebut dilakukan agar konten tidak hanya menampilkan pakaian secara visual, tetapi juga memberikan informasi mengenai karakteristik produk. Sementara itu, narasi mengenai perpaduan warna pada salah satu scene dihilangkan dan diganti dengan jeda narasi yang diisi *background*. Jeda tersebut memberikan ruang bagi audiens untuk memperhatikan detail pakaian dan penampilan Talent tanpa menerima informasi verbal secara terus-menerus. Dengan penyesuaian tersebut, SSG 10 menjadi lebih berfokus pada pengalaman penggunaan produk, kualitas pakaian, serta inspirasi pemakaian batik dalam gaya sehari-hari.

Secara keseluruhan, hasil implementasi menunjukkan adanya beberapa penyesuaian pada narasi, susunan konten, dan deskripsi visual. Sebagian besar penyesuaian visual dilakukan pada tahap penyuntingan melalui penambahan *footage* pendukung untuk memperkaya variasi visual, menjaga ritme video, serta menciptakan transisi antar *scene* yang lebih halus. Penyesuaian tersebut dilakukan agar penyampaian informasi menjadi lebih menarik dan keseluruhan konten terasa lebih dinamis tanpa mengubah tujuan maupun pesan utama yang telah direncanakan.

4.2.3 Penyusunan Tim Produksi

Dalam pelaksanaan karya Tugas Akhir ini, penulis membutuhkan dukungan tim produksi untuk membantu proses pembuatan konten Instagram *Reels*. Pemilihan anggota tim dilakukan berdasarkan beberapa kriteria, yaitu:

- a. Juru Kamera : Memiliki pengalaman dan kemampuan dalam bidang videografi
- b. Talent : Memiliki kepercayaan diri dan mampu berbicara serta tampil di depan kamera dengan baik

Berdasarkan kriteria tersebut, dibentuk tim produksi dengan pembagian peran dan tanggung jawab yang jelas serta terstruktur. Adapun susunan tim produksi dalam karya Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Susunan tim produksi

Produser (<i>Producer</i>)	Emily Makmur
Penulis Naskah (<i>Script Writer</i>)	Emily Makmur
Juru Kamera (<i>Cameraman</i>)	1. Emily Makmur 2. Mahdan Dزيyau'l Khaq 3. Muhammad Nur Irfan
Penyunting Video (<i>Editor</i>)	Emily Makmur
<i>Talent</i>	Tasya Indri Maudiah P.

4.2.4 Penentuan Jadwal dan Lokasi Produksi

Penentuan jadwal produksi dilakukan setelah seluruh konsep dan naskah konten Instagram *Reels* disusun dan dipersiapkan secara matang. Proses pengambilan gambar direncanakan berlangsung selama dua hari dengan mempertimbangkan jumlah konten, kebutuhan visual, serta efektivitas waktu produksi. Pemilihan lokasi pengambilan gambar juga disesuaikan dengan jenis *footage* yang dibutuhkan agar pesan dan informasi dalam setiap konten dapat disampaikan secara jelas kepada audiens. Seluruh proses *shooting* dilaksanakan di Laksmi Art Batik yang berlokasi di Kampung Batik Rejomulyo, Semarang. Lokasi tersebut dipilih karena memiliki keterkaitan langsung dengan identitas Laksmi Art Batik sebagai UMKM Batik Semarang. Selain itu, area toko memiliki

pencahayaan alami yang cukup baik serta interior yang unik dan relevan dengan karakter *brand*, sehingga mampu mendukung terciptanya tampilan visual yang lebih menarik, autentik, dan sesuai dengan konsep konten yang telah diproduksi.

4.2.5 Persiapan Properti dan Peralatan

Properti disiapkan sesuai dengan kebutuhan pada setiap *footage* agar dapat mendukung tampilan visual serta memperkuat penyampaian pesan kepada audiens. Pemilihan properti juga disesuaikan dengan konsep dan isi konten sehingga objek yang ditampilkan tetap relevan dengan informasi yang disampaikan. Adapun peralatan utama yang digunakan dalam proses produksi meliputi iPhone 15 sebagai alat perekam video dan Hollyland Lark M1 untuk merekam suara agar hasil audio terdengar lebih jelas. Selain itu, tripod digunakan sebagai alat penyangga kamera untuk menjaga kestabilan gambar pada adegan yang membutuhkan posisi kamera tetap. Penggunaan peralatan tersebut diharapkan dapat mendukung proses produksi agar menghasilkan konten Instagram *Reels* dengan kualitas visual dan audio yang baik.

4.3 Analisis Tahap Produksi

4.3.1 Briefing Tim dan Talent

Sebelum proses *shooting* dilaksanakan, penulis terlebih dahulu mengadakan *briefing* bersama tim produksi dan para talent untuk mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan selama kegiatan produksi. *Briefing* dilakukan dalam dua tahap. Tahap pertama dilaksanakan pada H-2 atau H-3 sebelum *shooting* dengan membagikan *soft file Standard Sequences Guide* (SSG) kepada seluruh talent dan tim produksi agar setiap pihak dapat memahami konsep, alur, serta kebutuhan setiap konten yang akan direkam. Tahap kedua dilakukan secara langsung pada hari pelaksanaan sebelum proses *shooting* dimulai. Pada tahap ini, penulis memberikan arahan kepada talent mengenai gerakan, ekspresi wajah, dan intonasi bicara, serta menyampaikan petunjuk teknis pengambilan gambar kepada *cameraman* agar hasil rekaman sesuai dengan perencanaan yang telah disusun.

4.3.2 Penataan Lokasi

Sebelum proses *shooting* dimulai, penulis terlebih dahulu melakukan penataan lokasi untuk mendukung kelancaran kegiatan produksi. Penataan dilakukan dengan merapikan dan mengatur kembali berbagai produk yang terdapat di galeri Laksmi Art Batik, seperti kain batik, pakaian, *souvenir*, dan produk pendukung lainnya. Setiap produk ditempatkan sesuai dengan kebutuhan adegan agar area pengambilan gambar terlihat rapi, menarik, dan selaras dengan konsep visual konten yang telah direncanakan.

4.3.3 Penataan Wardrobe

Selanjutnya, penulis mempersiapkan pakaian yang akan digunakan oleh talent selama proses *shooting*. Pakaian tersebut merupakan produk dari Laksmi Art Batik yang disesuaikan dengan karakter visual konten. Penggunaan produk secara langsung bertujuan untuk memperlihatkan bentuk, motif, warna, serta tampilan pakaian ketika dikenakan, sehingga audiens dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai produk Laksmi Art Batik. Selain itu, pemilihan pakaian tersebut juga mendukung penyampaian informasi produk terasa lebih menarik serta natural.

4.3.4 Pengambilan Gambar (Shooting)

Dalam pelaksanaannya, penulis melakukan pengambilan video berdasarkan *Standard Sequences Guide* (SSG) yang telah disusun, menggunakan berbagai teknik pengambilan gambar, Pedoman tersebut digunakan untuk memastikan setiap adegan dapat direkam secara terarah dan sesuai dengan konsep konten yang telah direncanakan. Pengambilan gambar dilakukan dengan menerapkan berbagai ukuran gambar, yaitu *Long Shot*, *Medium Long Shot*, *Medium Shot*, *Medium Close Up*, *Close Up*, dan *Extreme Close Up*. Selain itu, penulis juga menggunakan beberapa sudut pengambilan gambar atau camera angle, seperti *eye level*, *high angle*, *low angle*, dan *frog eye* yang disesuaikan dengan kebutuhan visual dan pesan pada setiap adegan. Proses pengambilan gambar dilaksanakan sebanyak 2 kali dengan rincian sebagai berikut:

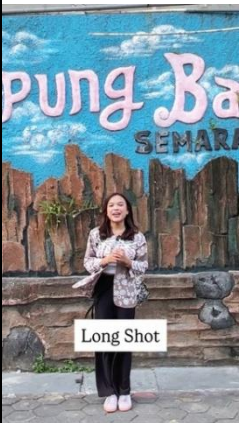
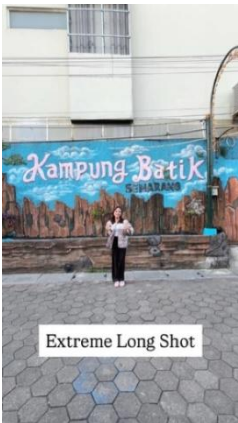
Tabel 4. 12 Rincian proses pengambilan gambar

No.	Tanggal	Tim Produksi & Talent	Produksi
1.	Sabtu, 20 Juni 2026	<i>Cameraman:</i> 3.4.1 Emily Makmur 3.4.2 M. Nur Irfan <i>Talent:</i> Tasya Indri	SSG 1, SSG 6, SSG 8, dan SSG 9
2.	Kamis, 25 Juni 2026	<i>Cameraman:</i> 1. Emily Makmur 2. Mahdan Dزيyau'l K. <i>Talent:</i> Tasya Indri	SSG 2, SSG 3, SSG 4, SSG 5, SSG 7, dan SSG 10

Proses pengambilan gambar dilakukan dengan menerapkan teknik-teknik yang telah dijabarkan sebelumnya. Adapun beberapa teknik pengambilan gambar dan *angle* yang digunakan dalam pembuatan konten Instagram *Reels* Laksmi Art Batik, sebagai berikut:

a. Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 1*

Tabel 4. 13 Pengambilan gambar *Standard Sequence Guide 1*

Teknik Pengambilan Gambar	Angle
 Long Shot  Extreme Long Shot  Medium Shot  Close Up	 Eye Level

Pengambilan gambar pada SSG 1 mengombinasikan ukuran gambar Close Up, Medium Shot, Extreme Long Shot, dan Long Shot dengan sudut pandang kamera Eye Level. Penggunaan Extreme Long Shot dan Long Shot pada bagian awal berfungsi untuk memberikan gambaran ruang yang luas mengenai kawasan Kampung Batik Semarang, sehingga audiens memperoleh orientasi spasial dan konteks lokasi sejak detik pertama. Sementara itu, ukuran Medium Shot digunakan agar ekspresi serta gestur tubuh talent terlihat seimbang saat menyampaikan ajakan berkunjung secara ramah. Penggunaan Close Up pada kain batik bertujuan menonjolkan detail motif dan kerapian pengerjaan kain. Penerapan camera angle bertipe Eye Level memberikan sudut pandang netral yang sejajar dengan

pandangan mata penonton, sehingga membangun kesan komunikasi yang natural, bersahabat, dan tidak berjarak.

b. Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 2*

Tabel 4. 14 Pengambilan gambar *Standard Sequence Guide 2*

Teknik Pengambilan Gambar	Angle
  	 

Pengambilan gambar pada SSG 2 menerapkan kombinasi Close Up, Extreme Long Shot, dan Medium Shot dengan sudut pengambilan Eye Level serta High Angle. Ukuran Close Up digunakan untuk memperlihatkan proses pewarnaan media tote bag secara terperinci, mempertegas nilai estetika dan ketelitian karya kerajinan tangan. Extreme Long Shot digunakan untuk menangkap dinamika suasana peserta pelatihan dan suasana kegiatan workshop secara utuh. Pada sesi wawancara pemilik usaha, ukuran Medium Shot dengan sudut Eye Level diterapkan untuk menangkap gestur dan ekspresi Ibu Christina secara proporsional, guna membangun kesan profesional, hangat, serta kredibel. Selain itu, sudut High Angle

digunakan pada saat menyorot proses mencanting guna memberikan visibilitas yang lebih jelas dan leluasa terhadap detail goresan canting di atas media kain.

c. Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 3*

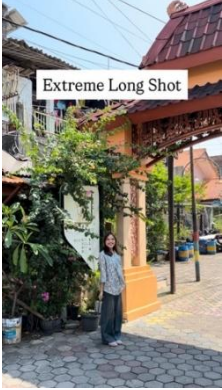
Tabel 4. 15 Pengambilan gambar *Standard Sequence Guide 3*

Teknik Pengambilan Gambar	Angle
 Medium Close Up  Medium Shot	 Eye Level  Low Angle

Pengambilan gambar pada SSG 3 menggunakan ukuran Medium Shot dan Medium Close Up dengan sudut pengambilan Eye Level serta Low Angle. Ukuran Medium Shot pada talent dan narasumber difokuskan untuk menjaga kejelasan pesan narasi serta ekspresi wajah narasumber saat menjelaskan makna nama brand. Ukuran Medium Close Up dipadukan dengan sudut Eye Level pada papan nama Laksmi Art Batik untuk mempertegas identitas visual galeri secara jelas dan fokus. Sementara itu, sudut Low Angle diterapkan saat menyorot fasad depan dan ornamen bangunan Laksmi Art Batik untuk memberikan kesan megah, kokoh, serta memperkuat nilai keunikan arsitektur tradisional galeri di mata audiens

d. Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 4*

Tabel 4. 16 Pengambilan gambar *Standard Sequence Guide 4*

Teknik Pengambilan Gambar	Angle
 Extreme Long Shot  Medium Shot  Close Up	 Eye Level  Low Angle

Pengambilan gambar pada SSG 3 menggunakan ukuran Medium Shot dan Medium Close Up dengan sudut pengambilan Eye Level serta Low Angle. Ukuran Medium Shot pada talent dan narasumber difokuskan untuk menjaga kejelasan pesan narasi serta ekspresi wajah narasumber saat menjelaskan makna nama brand. Ukuran Medium Close Up dipadukan dengan sudut Eye Level pada papan nama Laksmi Art Batik untuk mempertegas identitas visual galeri secara jelas dan fokus. Sementara itu, sudut Low Angle diterapkan saat menyorot fasad depan dan ornamen bangunan Laksmi Art Batik untuk memberikan kesan megah, kokoh, serta memperkuat nilai keunikan arsitektur tradisional galeri di mata audiens.

e. Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 5*

Tabel 4. 17 Pengambilan gambar *Standard Sequence Guide 5*

Teknik Pengambilan Gambar	Angle
	

Pengambilan gambar pada SSG 5 menerapkan ukuran Medium Close Up dan Medium Shot dengan sudut kamera Eye Level. Pemilihan ukuran Medium Close Up difokuskan untuk memperlihatkan keindahan serta detail ornamen daun dan buah pada kain bermotif Asem Arang saat dibentangkan oleh talent. Ukuran Medium Shot digunakan saat talent menjelaskan filosofi historis motif di dalam galeri agar peragaan produk dan komunikasi verbal tampak harmonis. Penggunaan sudut kamera Eye Level sepanjang adegan bertujuan menjaga fokus audiens pada informasi visual motif secara objektif dan memudahkan audiens mengenali motif signature tersebut secara jelas.

f. Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 6*

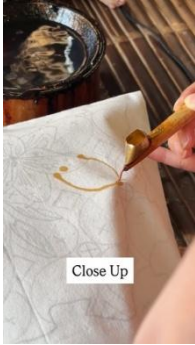
Tabel 4. 18 Pengambilan gambar *Standard Sequence Guide 6*

Teknik Pengambilan Gambar	Angle
  	 

Pengambilan gambar pada SSG 6 menggunakan ukuran *Extreme Close Up*, *Medium Shot*, dan *Medium Close Up* dengan perpaduan sudut *Eye Level* serta *High Angle*. Ukuran *Extreme Close Up* diterapkan secara spesifik untuk memperlihatkan detail visual ornamen Warak Ngendog (kepala naga, badan unta, kaki kambing), sehingga perbedaan tekstur dan karakter goresan batik terlihat sangat nyata. Ukuran *Medium Shot* dan *Medium Close Up* dengan sudut *Eye Level* digunakan untuk menjaga interaksi *talent* saat membedah makna akulturasi budaya. Sudut *High Angle* digunakan saat menampilkan kain batik yang dibentangkan di atas bangku guna memberikan sudut pandang menyeluruh terhadap komposisi motif kain secara utuh dari atas.

g. Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 7*

Tabel 4. 19 Pengambilan gambar *Standard Sequence Guide 7*

Teknik Pengambilan Gambar	Angle
 Medium Shot  Medium Close Up  Close Up	 Eye Level  High Angle

Pengambilan gambar pada SSG 7 mengombinasikan *Close Up*, *Medium Close Up*, dan *Medium Shot* dengan sudut pengambilan *Eye Level* serta *High Angle*. *Close Up* digunakan untuk menyorot proses perintangan malam panas menggunakan canting secara terperinci, sementara *High Angle* pada adegan alat canting dan wajan malam memberikan pandangan kerja yang jelas bagi penonton untuk memahami teknis pembuatan batik tulis. Ukuran *Medium Close Up* dari sudut belakang pengrajin (*over-the-shoulder*) memberi kedalaman perspektif kerja pengrajin. Pada adegan *talent* yang membentangkan kain di depan galeri, digunakan *Medium Shot* dengan sudut *Eye Level* untuk memperlihatkan produk jadi secara seimbang dan menyampaikan ajakan edukasi dengan jelas.

h. Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 8*

Tabel 4. 20 Pengambilan gambar *Standard Sequence Guide 8*

Teknik Pengambilan Gambar	Angle
 Long Shot  Close Up	 Eye Level  High Angle

Pengambilan gambar pada SSG 8 menerapkan ukuran *Close Up*, *Long Shot*, dan *Medium Shot* dengan kombinasi sudut *Eye Level* serta *High Angle*. Ukuran *Close Up* dan sudut *High Angle* digunakan ketika tangan *talent* meraba kain batik di atas meja display, bertujuan menonjolkan tekstur mori dan keaslian warna tembus khas batik tulis/cap. *Long Shot* digunakan untuk memperlihatkan keseluruhan tampilan kain bermotif Asem Arang saat dipangku oleh *talent* di area gazebo. Penggunaan sudut *Eye Level* pada *Medium Shot* di dalam galeri menjaga keterlibatan penonton saat *talent* memperbandingkan produk secara langsung di depan kamera.

i. Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 9*

Tabel 4. 21 Pengambilan gambar *Standard Sequence Guide 9*

Teknik Pengambilan Gambar	Angle
 	

Pengambilan gambar pada SSG 9 menggunakan ukuran *Close Up* dan *Medium Shot* dengan sudut pengambilan *Eye Level*. *Close Up* digunakan khusus untuk memperlihatkan produk lerak pembersih batik secara terfokus dan detail pada label kemasan, sehingga penonton mengenali produk perawatan yang direkomendasikan. Ukuran *Medium Shot* dengan sudut *Eye Level* digunakan saat *talent* mendemonstrasikan cara penyimpanan kain batik di galeri, memberikan visual peragaan yang informatif, lugas, dan mudah dipraktikkan langsung oleh audiens di rumah.

j. Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide 10*

Tabel 4. 22 Pengambilan gambar *Standard Sequence Guide 10*

Teknik Pengambilan Gambar	Angle
 Long Shot  Close Up  Medium Shot  Medium Close Up	 Eye Level  High Angle  Low Angle

Pengambilan gambar pada SSG 10 menggunakan variasi ukuran gambar yang kaya, yaitu *Medium Close Up*, *Medium Shot*, *Close Up*, dan *Long Shot*, yang dipadukan dengan sudut pengambilan *Eye Level*, *Low Angle*, dan *High Angle*. *Medium Close Up* dan *Close Up* digunakan untuk menonjolkan kerapian jahitan, *cutting*, serta detail motif pakaian batik saat dikenakan. *Long Shot* dengan sudut *Low Angle* pada lorong mural jalanan Kampung Batik memberikan kesan modis, dinamis, dan memperlihatkan pakaian secara menyeluruh dari atas hingga bawah saat *talent* berjalan. Sudut *High Angle* digunakan untuk memberikan variasi visual yang estetik dari atas, sementara *Medium Shot* dari sudut *Eye Level* di galeri memastikan pesan penutup dan ajakan untuk mengenakan batik tersampaikan secara meyakinkan dan hangat.

4.4 Analisis Tahap Pasca Produksi

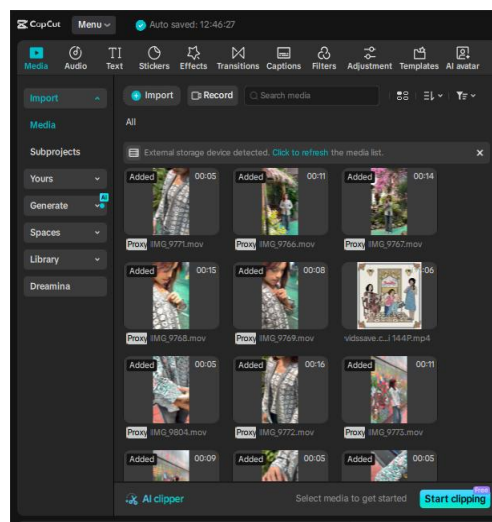
4.4.1 Editing Video

Tahap editing video dilaksanakan oleh penulis yang mulai pada 30 Juni – 10 Juli 2026. Proses penyuntingan video yang dilakukan pada tahap ini mencerminkan pelaksanaan tahap *optimize* dalam *The Circular Model of SOME* (Pane et al., 2025). Menurut Pane et al., (2025), tahap *optimize* bertujuan untuk mengoptimalkan format dan penyajian pesan agar sesuai dengan algoritma *platform* media sosial. Dalam karya ini, optimalisasi dilakukan dengan mengemas video dalam format vertikal 9:16 berdurasi rata-rata 60 detik.

Proses penyuntingan dilakukan menggunakan Laptop ASUS ROG GAMING GL503GE dan aplikasi CapCut sebagai *software* utama untuk menyunting dan mengolah materi video. Melalui perangkat lunak tersebut, penulis melakukan pemilihan dan penyusunan *footage*, pemotongan klip, penyesuaian audio, penambahan teks, transisi, serta elemen visual lainnya agar video sesuai dengan konsep yang telah diproduksi. Adapun tahapan penyuntingan video yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

a. *Import*

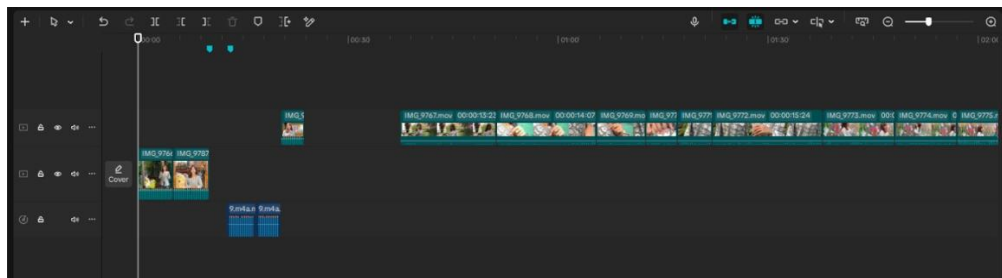
Pada tahap ini, penulis melakukan proses impor terhadap klip video atau *footage* yang telah dikurasi untuk lanjut ke tahap editing ke dalam software editing video, yaitu CapCut.



Gambar 4. 1 Proses *import footage* konten ke CapCut

b. *Cutting*

Selanjutnya, setelah melakukan pemilihan *footage*, Penulis melaksanakan proses *rough cut* dengan menghilangkan bagian video yang tidak relevan, mengalami kesalahan, atau memiliki durasi terlalu panjang. Hasil pemotongan awal tersebut kemudian disusun sesuai dengan alur konten yang terdapat dalam *Standard Sequence Guide* (SSG). Selanjutnya, rekaman *voice over* dimasukkan ke dalam lini waktu penyuntingan. Penulis kemudian melakukan penyesuaian kembali terhadap titik awal, titik akhir, dan durasi setiap *footage* agar visual yang ditampilkan selaras dengan narasi. Setelah visual dan *voice over* tersusun secara sinkron, proses dilanjutkan dengan *fine cut* untuk menyempurnakan ritme, pergantian gambar, dan keseluruhan alur video.

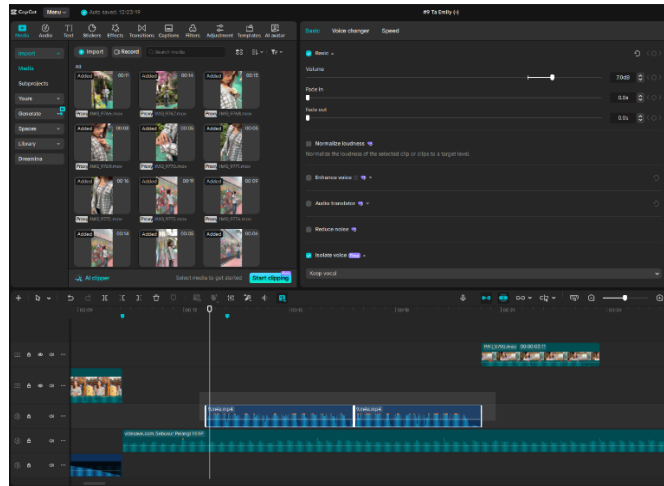


Gambar 4. 2 Proses *rough cut*

c. Penyuntingan Audio *Voice Over*

Selama proses produksi, penulis menggunakan mikrofon *wireless* Hollyland Lark M2 yang disambungkan ke *handphone* untuk merekam suara *talent* secara langsung saat pengambilan gambar. Mikrofon ini digunakan pada bagian ketika *talent* berbicara langsung di depan kamera, sehingga audio dan visual dapat direkam dalam waktu yang sama. Sementara itu, untuk konten yang menggunakan *voice over*, proses perekaman suara dilakukan secara terpisah setelah pengambilan gambar selesai. Narasi direkam ulang dari awal menggunakan mikrofon internal *handphone*, kemudian penulis menggunakan fitur ekstrak audio untuk menambahkan audio ke CapCut dan disesuaikan dengan visual pada tahap penyuntingan. Setelah itu, penulis menggunakan fitur

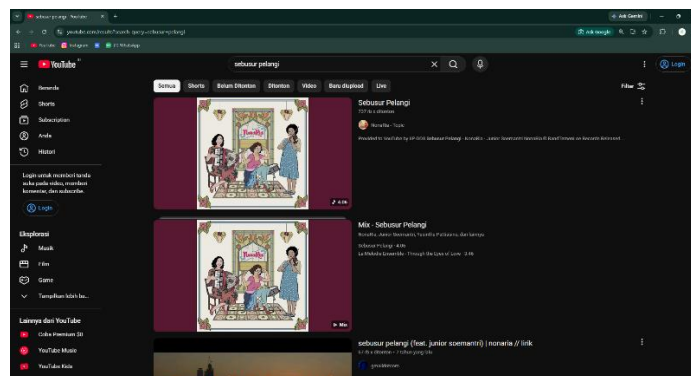
isolate voice pada CapCut untuk mengurangi suara latar yang tidak diperlukan dan membuat suara talent maupun narasi terdengar lebih jelas.



Gambar 4. 3 Proses penyuntingan *voice over*

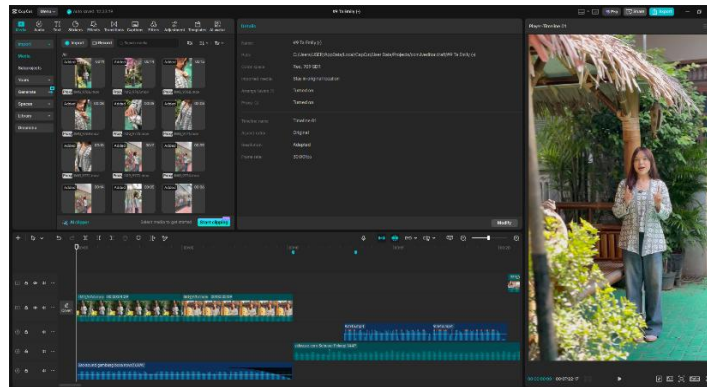
d. *Background Music*

Tahap selanjutnya, penulis menambahkan *background music* untuk mendukung suasana dan ritme pada setiap video. Pemilihan musik disesuaikan dengan tema, karakter visual, serta pesan yang disampaikan dalam konten agar audio tidak terasa bertentangan dengan suasana video. Volume *background music* juga diatur agar tidak terlalu dominan sehingga suara talent maupun *voice over* tetap dapat terdengar dengan jelas. Adapun *background music* yang digunakan dalam konten yaitu Gambang Semarang Bosa Nova, Gambang Semarang Keroncong dan Sebusur Pelangi.



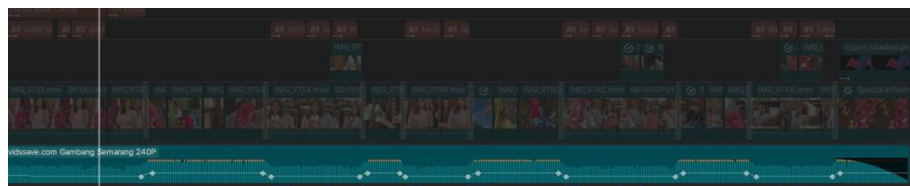
Gambar 4. 4 Proses pemilihan *backsound*

Pemilihan *background music* ini dilaksanakan pada awal tahap editing bertujuan agar proses *cutting* atau penyuntingan footage dapat langsung disesuaikan dengan nada musik dan *voice over*. Sehingga, proses editing menjadi lebih efektif.



Gambar 4. 5 Proses input *backsound*

Setelah itu, penulis menggunakan fitur *keyframe* pada bagian audio untuk mengatur perubahan *volume backsound* pada titik-titik tertentu dalam video. Volume musik diturunkan ketika terdapat *voice over*, dialog, atau narasi dari Talent agar informasi tetap terdengar jelas. Setelah bagian narasi berakhir, *volume backsound* dinaikkan kembali secara bertahap. Penggunaan *keyframe* juga diterapkan untuk menghasilkan efek *fade in* dan *fade out*, sehingga perpindahan audio tidak terdengar tiba-tiba dan komposisi suara dalam konten menjadi lebih seimbang.



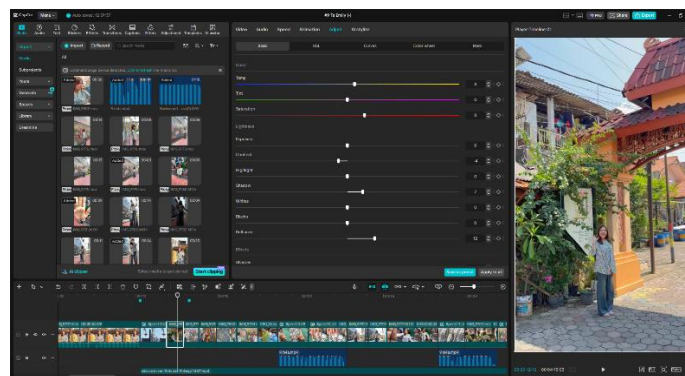
Gambar 4. 6 Proses penggunaan *keyframe* pada audio

e. Penyesuaian visual

Pada tahap penyesuaian visual, Penulis melakukan koreksi terhadap warna dan pencahayaan pada setiap *footage* agar tampilan video lebih konsisten dan kualitas yang dihasilkan jernih. Penulis menerapkan tone warna

yang hangat dan natural agar tampilan video terlihat premium. Tone hangat dipilih untuk memperkuat suasana Kampung Batik Rejomulyo, menampilkan warna kain batik secara lebih hidup, serta menjaga tampilan kulit Talent agar tetap terlihat alami. Penyesuaian warna tidak dilakukan secara berlebihan agar motif, tekstur kain, dan kondisi lokasi tetap sesuai dengan aslinya.

Pengaturan visual dilakukan melalui penyesuaian *temperature*, *saturation*, *exposure*, *contrast*, *highlights*, *shadows*, dan ketajaman gambar. *Temperature* disesuaikan untuk mengurangi warna yang terlalu dingin dan menghasilkan nuansa yang lebih hangat. *Saturation* diatur agar warna terlihat jelas tanpa tampak berlebihan. *Exposure* digunakan untuk menyeimbangkan tingkat pencahayaan, sedangkan *highlights* diturunkan pada bagian yang terlalu terang agar detail gambar tetap terlihat. *Shadows* dinaikkan pada bagian yang terlalu gelap untuk memperjelas objek, sementara *contrast* disesuaikan agar perbedaan antara objek dan latar terlihat lebih tegas. Ketajaman gambar juga ditambahkan secukupnya untuk memperjelas detail motif dan tekstur kain. Setiap pengaturan disesuaikan dengan kondisi masing-masing *footage* karena pencahayaan dan warna yang diperoleh selama produksi tidak sepenuhnya sama. Proses ini dilakukan agar seluruh *footage* memiliki tone yang konsisten dan menarik.

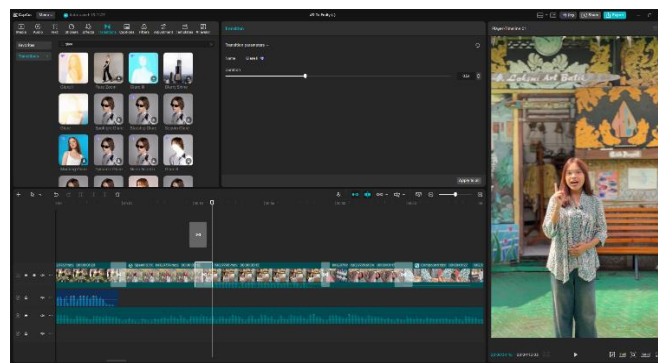


Gambar 4. 7 Proses penyesuaian visual

f. Transisi

Pada tahap ini, penulis menambahkan elemen transisi sebagai penghubung antara satu klip dengan klip lainnya. Penggunaan transisi

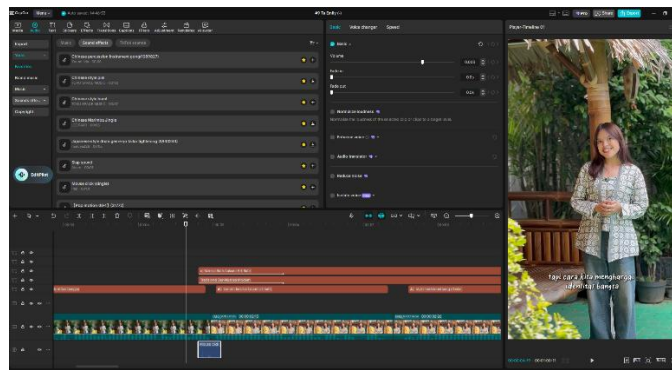
bertujuan untuk menciptakan perpindahan visual yang lebih halus, menjaga kesinambungan alur video, serta membuat tampilan konten menjadi lebih dinamis dan menarik. Transisi yang digunakan adalah efek *Glare II* dengan durasi 0,5 detik. Efek tersebut dipilih karena mampu memberikan perpindahan visual yang singkat dan tidak berlebihan, sehingga tidak mengganggu fokus audiens terhadap informasi yang disampaikan. Penerapan transisi juga disesuaikan dengan perubahan adegan dan ritme video agar keseluruhan tampilan tetap selaras dengan konsep konten yang telah diproduksi.



Gambar 4. 8 Proses menambahkan transisi

g. *Sound Effect*

Selain *background music*, penulis juga menambahkan *sound effect* pada beberapa bagian video untuk memberikan penekanan terhadap teks, perubahan visual, maupun informasi tertentu. Penggunaan *sound effect* disesuaikan dengan kebutuhan setiap adegan agar tampilan video terasa lebih hidup dan menarik, tetapi tetap digunakan secara proporsional agar tidak mengganggu fokus audiens. Adapun *sound effect* yang digunakan yaitu *Correct Answer*, *Piropyrone (standard)*, *Call cell 1*, *Mouse Click (single)*, *Wow*, *Fire Magic*, dan *Camera Shutter*.

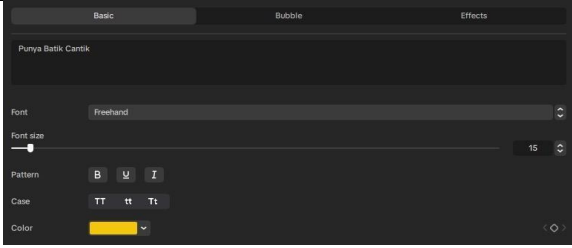


Gambar 4. 9 Proses penggunaan *sound effect*

h. Efek Visual dan Grafis

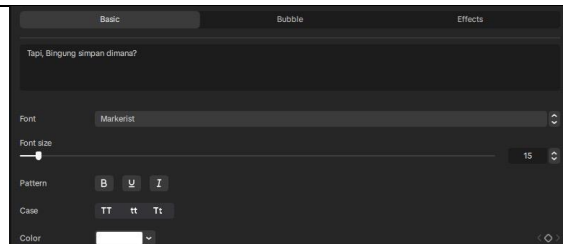
Penulis menambahkan elemen teks berupa *headline*, *subheadline*, dan *subtittle* pada video untuk memperkuat penyampaian informasi sekaligus membantu audiens memahami isi konten dengan lebih mudah. Setiap elemen teks menggunakan pengaturan visual yang berbeda sesuai dengan fungsinya, mulai dari jenis *font*, ukuran, warna, hingga efek visual yang diterapkan. Selain itu, elemen teks diberikan animasi *Slide Up* agar kemunculan dan perpindahan teks terlihat lebih halus serta selaras dengan ritme video. Penggunaan elemen teks tersebut diterapkan secara konsisten pada seluruh konten untuk menciptakan identitas visual yang seragam. Selain itu, untuk menambahkan *subtittle* pada video, penulis menggunakan fitur *auto caption* agar menjaga efektifitas dan tetap disesuaikan dengan kaidah penulisan. Adapun rincian pengaturan elemen teks yang digunakan dalam proses penyuntingan yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 23 Rincian pengaturan elemen teks

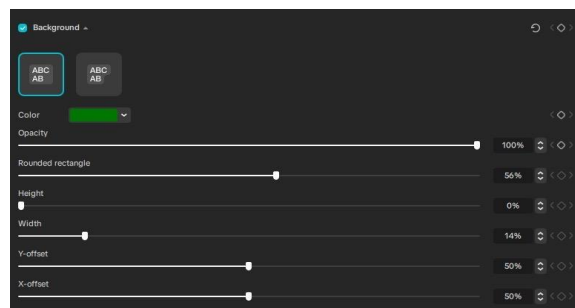
<i>Headline</i>	
-----------------	--

Gambar 4. 10 *Font Headline*

Sub Headline

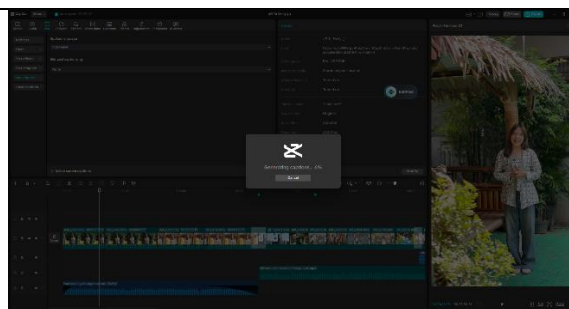


Gambar 4. 11 *Font Sub Headline*

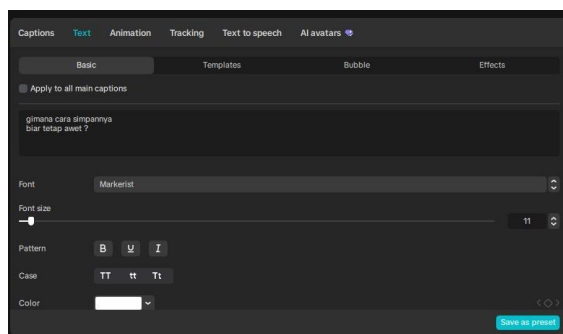


Gambar 4. 12 *Background Font Sub Headline*

Subtitle

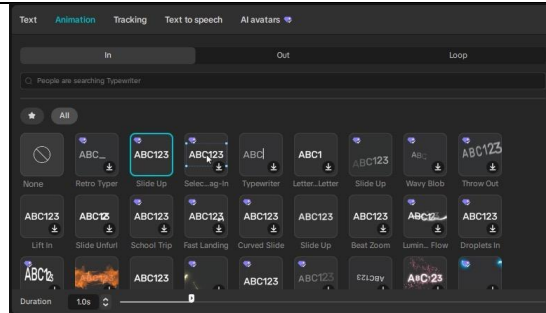


Gambar 4. 13 Penambahan *Subtitle* menggunakan *auto caption*



Gambar 4. 14 *Font Subtitle*

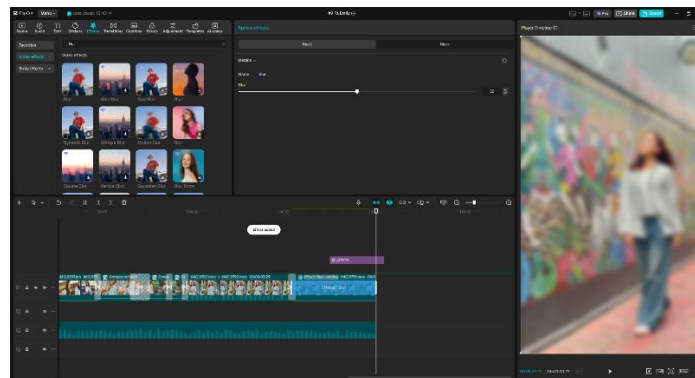
Animasi Teks



Gambar 4. 15 Proses penggunaan animasi teks

i. Logo

Selanjutnya, pada bagian akhir video, Penulis menambahkan logo Laksmi Art Batik sebagai identitas visual konten. Logo dimasukkan menggunakan fitur *overlay* dan ditempatkan pada bagian tengah layar. Untuk memperjelas tampilan logo, latar video pada bagian tersebut diberi efek *blur* sehingga perhatian audiens lebih terarah pada identitas Laksmi Art Batik. Penambahan logo ini juga berfungsi sebagai penutup video pada setiap konten Instagram *Reels*.



Gambar 4. 16 Penambahan efek blur

4.4.2 Preview Hasil Editing

Setelah proses penyuntingan selesai, penulis terlebih dahulu menyerahkan hasil video kepada klien, yaitu Ibu Christina Riyastuti selaku pemilik Laksmi Art Batik, untuk dilakukan peninjauan sebelum dipublikasikan pada akun Instagram @laksmi_art_batik. Tahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa isi konten, penyampaian informasi, serta tampilan visual telah sesuai dengan karakteristik dan harapan klien.



Gambar 4. 19 Proses *preview* hasil *final editing*

Berdasarkan hasil peninjauan, klien memberikan respons yang positif terhadap seluruh konten yang telah dibuat. Menurut klien, kualitas visual video sudah sangat baik dengan hasil yang jernih, sehingga detail motif batik maupun proses membatik dapat terlihat dengan jelas. Selain itu, konsep penyampaian konten dinilai menarik, informatif, serta mampu merepresentasikan karakter Laksmi Art Batik sebagai UMKM yang tidak hanya menjual produk batik, tetapi juga berperan dalam memberikan edukasi mengenai batik Semarang. Oleh karena itu, klien menyatakan bahwa konten yang dihasilkan telah sesuai dengan harapan dan siap untuk dipublikasikan pada akun Instagram @laksmi_art_batik.

4.4.3 Publikasi Video

Tahap selanjutnya adalah proses publikasi konten pada akun Instagram @laksmi_art_batik. Sebelum melakukan publikasi, penulis terlebih dahulu melakukan analisis terhadap data Instagram *Insight* untuk mengetahui waktu ketika pengikut akun paling aktif. Berdasarkan hasil analisis, aktivitas pengikut tertinggi berada pada rentang pukul 15.00–18.00.

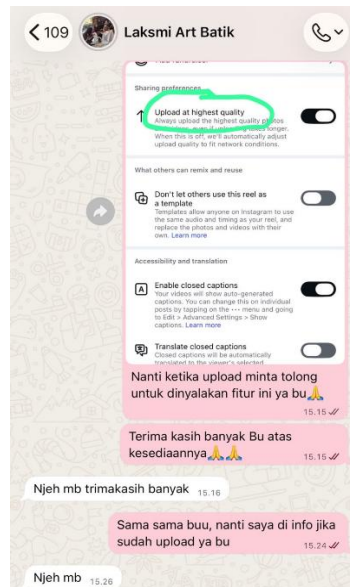


Gambar 4. 20 Waktu aktif pengikut akun Laksmi Art Batik

Berdasarkan data *Instagram Insight* pada Gambar 4.20 mengenai waktu aktif pengikut harian, grafik batang menunjukkan tren peningkatan aktivitas audiens yang mulai naik secara bertahap sejak pukul 09.00 WIB, mencapai intensitas tinggi pada rentang waktu 15.00 WIB, dan menyentuh titik puncak tertinggi (*peak hour*) pada pukul 18.00 WIB. Penulis menetapkan waktu publikasi konten setiap hari pada pukul 16.00 WIB, dua jam sebelum jam puncak aktivitas pengikut. Strategi ini diterapkan agar konten memiliki waktu jeda awal untuk didistribusikan oleh sistem algoritma dan memperoleh interaksi organik awal, sehingga saat audiens aktif secara massal pada pukul 18.00 WIB, konten telah berada di linimasa eksplorasi pengguna.

Pada awal publikasi, konten pertama diunggah secara langsung oleh Ibu Christina selaku pemilik Laksmi Art Batik. Namun, setelah konten dipublikasikan, Penulis melihat bahwa kualitas video yang ditampilkan tidak dalam resolusi HD, sehingga detail video terlihat kurang optimal. Penulis kemudian menghubungi Ibu

Christina melalui pesan WhatsApp untuk menjelaskan tahapan pengunggahan video serta pengaturan kualitas media agar konten berikutnya dapat dipublikasikan dalam resolusi HD. Meskipun demikian, konten kedua yang diunggah masih dengan kualitas yang belum HD karena Ibu Christina belum memahami maksud pengaturan pada publikasi di Instagram.



Gambar 4. 21 *Screenshot* koordinasi upload *high quality*

Untuk mengatasinya penulis mendatangi langsung Laksmi Art Batik dan membantu proses pengaturan publikasi melalui akun Instagram @laksmi_art_batik. Optimalisasi paa tahap publikasi diperkuat melalui fitur-fitur pendukung Instagram. Sejalan dengan temuan Pane et al., (2025) penggunaan fitur platform yang tepat dapat meningkatkan jangkauan pesan secara organik. Setelah memperoleh persetujuan dari pihak klien, penulis menggunakan fitur *schedule post* untuk mengatur tanggal dan waktu publikasi konten berikutnya secara otomatis sesuai jadwal yang telah ditentukan. Penggunaan fitur tersebut membantu penulis mengontrol file yang akan diunggah, menjaga konsistensi waktu publikasi, dan memastikan proses unggah dilakukan menggunakan pengaturan yang mendukung kualitas video secara HD. Penulis juga memanfaatkan fitur kolaborasi atau *Collaboration post* pada Instagram agar konten dapat tampil pada akun @laksmi_art_batik, akun Talent @tasyaindriim, dan akun Penulis @emilymkr_

dalam satu unggahan yang sama. Fitur ini digunakan untuk memperluas potensi jangkauan konten, menggabungkan interaksi pada satu unggahan, serta meningkatkan peluang konten ditemukan oleh audiens dari kedua akun. Dengan demikian, konten bisa menjangkau audiens secara lebih luas.

Adapun jadwal publikasi beserta tautan setiap konten disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 24 Jadwal publikasi dan tautan konten

No.	Judul Konten	Tanggal Publikasi	Link
1.	Batik Semarang Beneran Sebagai Ini?	13 Juli 2026	https://www.instagram.com/p/Daus0D-z7f9/?hl=en
2.	Konsistensi dan Ketelitian - Metode yang dipertahankan oleh perngarajin ini.	14 Juli 2024	https://www.instagram.com/p/DaxYdd2TyHi/?hl=en
3.	Kenapa harus Laksmi Art? Apa makna di baliknya?	15 Juli 2026	https://www.instagram.com/p/Daz7OlFTt3Q/?hl=en
4.	Explore Spot Aesthetic di Kampung Batik Semarang	16 Juli 2026	https://www.instagram.com/p/Da2lqUszZl2/?hl=en
5.	Tahukah Kamu Motif Warak Ngendog Simbol 3 Budaya?	17 Juli 2026	https://www.instagram.com/p/Da7a19LvRH4/?hl=en
6.	Program Latihan Membatik dari Laksmi Art Batik	18 Juli 2026	https://www.instagram.com/p/Da9_qr9PhD4/?hl=en
7.	Pernah Lihat Motif Ini? Tapi, Belum Tahu Maknanya?	19 Juli 2026	https://www.instagram.com/p/DaAkWy0v7bf/?hl=en

8.	Mitos atau Fakta, Kain Motif Batik Pasti Batik Asli?	20 Juli 2026	https://www.instagram.com/p/Da41-lXPmqp/?hl=en
9.	Punya Batik Cantik, Tapi Bingung Simpan Dimana?	21 Juli 2026	https://www.instagram.com/p/DbAkb1pv3XD/?hl=en
10.	Tradisional Ber-Nuansa Modern, di Koleksi Laksmi Art Batik	22 juli 2026	https://www.instagram.com/p/DbF2an6zT6Z/?hl=en

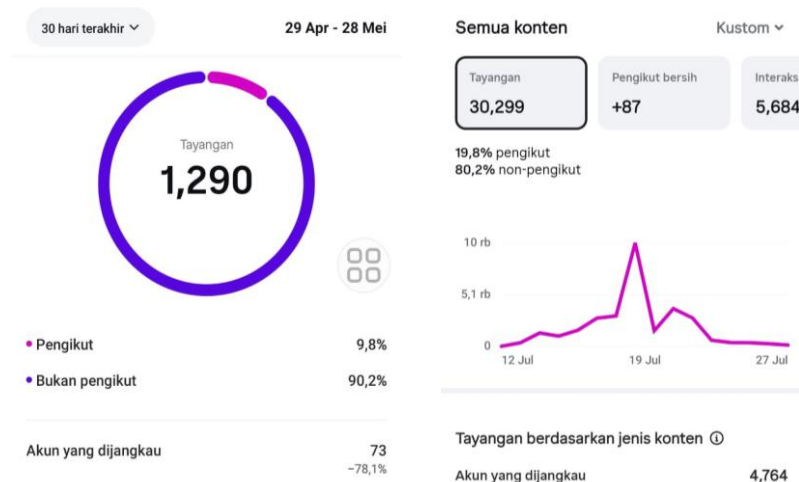
Berdasarkan jadwal publikasi tersebut, seluruh konten dipublikasikan secara bertahap dengan frekuensi satu konten setiap hari. Strategi ini dilakukan untuk menjaga konsistensi aktivitas akun dalam mempublikasikan konten. Penentuan jadwal unggahan juga mempertimbangkan hasil pengamatan terhadap akun Instagram @laksmi_art_batik, yang menunjukkan bahwa pengikut cenderung aktif pada rentang sore hingga malam hari. Seluruh konten yang telah dipublikasi, nantinya akan di analisis lebih lanjut untuk data pendukung tingkat keberhasilan Tugas Akhir ini.

4.5 Proses Evaluasi

4.5.1 Evaluasi Hasil *Insight* Konten *Reels* Instagram Laksmi Art Batik

Analisis terhadap data Instagram Insight akun @laksmi_art_batik merupakan penerapan tahap *Manage* dalam *The Circular Model of SOME*. Tahap ini mencakup monitoring sistem komunikasi digital dan evaluasi terhadap tingkat interaksi audiens untuk menilai efektivitas pesan yang telah dipublikasikan (Pane et al., 2025). Tahap ini menekankan pentingnya pengelolaan dan pemantauan media sosial setelah konten dipublikasikan agar respons audiens dapat diketahui secara lebih terukur.

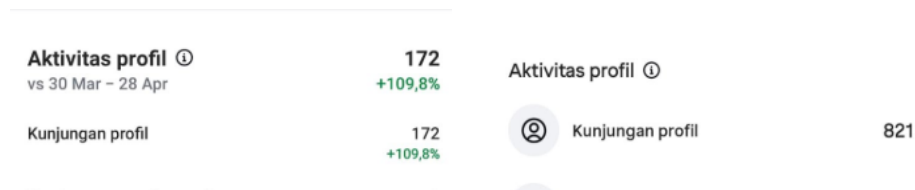
Secara keseluruhan, hasil Instagram Insight pada akun @laksmi_art_batik selama periode 13 Juli hingga 29 Juli 2026 menunjukkan adanya peningkatan performa setelah dilakukan publikasi konten Instagram Reels. Peningkatan terlihat dari jumlah akun yang berhasil dijangkau, di mana satu bulan sebelum produksi konten Reels akun hanya menjangkau sebanyak 73 akun. Setelah publikasi konten dilakukan, jumlah akun yang dijangkau meningkat menjadi 4.764 akun. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa konten Reels mampu memperluas jangkauan informasi mengenai Laksmi Art Batik kepada audiens yang lebih luas, terutama karena sebagian besar audiens yang melihat konten berasal dari pengguna yang belum mengikuti akun.



Gambar 4. 22 *Screenshot* data jangkauan akun Instagram sebelum dan sesudah publikasi konten

Selain jangkauan, jumlah tayangan konten juga mengalami peningkatan yang signifikan. Sebelum publikasi konten Reels, akun memperoleh 1.290 tayangan dalam periode sebelumnya, sedangkan setelah publikasi jumlah tayangan meningkat menjadi 30.299 tayangan. Hal ini menunjukkan bahwa format Instagram Reels mampu membantu distribusi konten secara lebih luas dan meningkatkan peluang audiens untuk mengenal Laksmi Art Batik melalui media sosial.

Peningkatan jangkauan konten juga diikuti dengan adanya kunjungan profil yang menunjukkan adanya ketertarikan audiens untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai Laksmi Art Batik. Sebelum dilakukan publikasi konten Reels, jumlah kunjungan profil tercatat sebanyak 172 kunjungan. Setelah seluruh konten Reels dipublikasikan, jumlah kunjungan profil meningkat menjadi 821 kunjungan.



Gambar 4. 23 *Screenshot* data kunjungan profil sebelum dan sesudah publikasi konten

Kunjungan profil menjadi salah satu indikator penting dalam melihat ketertarikan audiens terhadap sebuah *brand*, karena menunjukkan adanya tindakan lanjutan setelah audiens melihat konten. Dalam hal ini, audiens tidak hanya berhenti pada tahap menonton konten, tetapi mulai tertarik untuk mengunjungi akun Instagram Laksmi Art Batik untuk mengenal produk, aktivitas, maupun informasi lain yang tersedia pada profil akun.

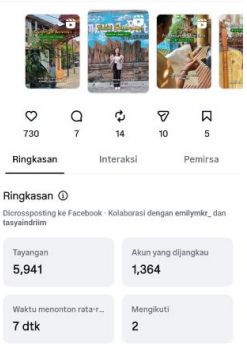
Tabel 4. 25 Perbandingan akun sesudah dan sebelum produksi

Sebelum Produksi	Setelah Produksi
 laksmi_art_batik ... LAKSMI ART 187 posts 362 followers 700 following Entrepreneur ~Menerima Pelatihan Membatik Dari TK - Dewasa ~Menyediakan Peralatan Membatik,Kain Dan Pakaian Batik (Tulis,Cap,Printing) ~CP: 081329831078	 laksmi_art_batik ... LAKSMI ART 198 posts 458 followers 683 following Entrepreneur ~Menerima Pelatihan Membatik Dari TK - Dewasa ~Menyediakan Peralatan Membatik,Kain Dan Pakaian Batik Tulis dan Cap Nusantara ~CP: 081329831078

Selain peningkatan jangkauan dan aktivitas profil, keberhasilan publikasi konten Instagram Reels juga dapat dilihat melalui pertumbuhan jumlah pengikut akun @laksmi_art_batik. Sebelum dilakukan produksi dan publikasi konten, akun Laksmi Art Batik memiliki sebanyak 362 pengikut. Setelah seluruh konten Reels dipublikasikan, jumlah pengikut meningkat menjadi 458 pengikut, atau mengalami penambahan sebanyak 96 pengikut dengan peningkatan sebesar 26,5%.

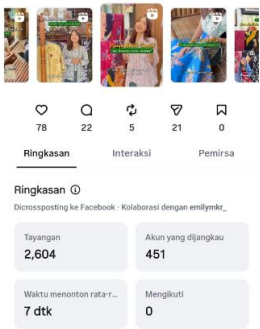
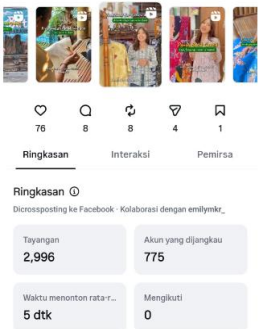
Selanjutnya, penulis mengamati sejumlah indikator, meliputi *views*, *reach*, *likes*, komentar, *shares*, *saves*, kunjungan profil, serta pertambahan jumlah pengikut. Data tersebut digunakan untuk melihat sejauh mana setiap konten mampu menjangkau audiens dan mendorong terjadinya interaksi pada akun Instagram Laksmi Art Batik.

Tabel 4. 26 Instagram *Insight*

No.	Judul Konten	Insight	Keterangan
1.	Batik Semarang Beneran Sebagus Ini?	 Ringkasan Interaksi Pemirsa Ringkasan ⓘ Berkesempatan ke Facebook · Kolaborasi dengan emilymkz dan tayyandian Tayangan 5,941 Akun yang dijangkau 1,364 Waktu menonton rata-rata 7 detik Mengikuti 2	Waktu posting: 13 Juli 2026 Jumlah - Views: 5,941 - Likes: 196 - Comments: 7 - Share: 10 - Repost: 14 - Saved: 5

2.	Konsistensi dan Ketelitian - Metode yang dipertahankan oleh perngarajin ini.	 716 9 13 7 2 Ringkasan Interaksi Pemirsa Reel Anda mendapatkan lebih dari 2,1 rb tayangan! Luangkan waktu untuk merayakan pencapaian ini. Lihat lainnya Ringkasan ⓘ Dicrossposting ke Facebook · Kolaborasi dengan emilymk_ dan tasyandirin Tayangan 2,131 Akun yang dijangkau 1,161 Waktu menonton rata-rata... 7 dtk Mengikuti 1	Waktu posting: 14 Juli 2026 Jumlah - Views: 2,131 - Likes: 114 - Comments: 9 - Share: 7 - Repost: 13 - Saved: 2
3.	Kenapa harus Laksmi Art? Apa makna di baliknya?	 714 6 9 2 0 Ringkasan Interaksi Pemirsa Reel Anda mendapatkan lebih dari 1,9 rb tayangan! Luangkan waktu untuk merayakan pencapaian ini. Lihat lainnya Ringkasan ⓘ Dicrossposting ke Facebook · Kolaborasi dengan emilymk_ dan tasyandirin Tayangan 1,980 Akun yang dijangkau 979 Waktu menonton rata-rata... 6 dtk Mengikuti 0	Waktu posting: 15 Juli 2026 Jumlah - Views: 1,980 - Likes: 81 - Comments: 6 - Share: 2 - Repost: 9 - Saved: -
4.	Explore Spot Aesthetic di Kampung Batik Semarang	 736 14 13 28 6 Ringkasan Interaksi Pemirsa Ringkasan ⓘ Dicrossposting ke Facebook · Kolaborasi dengan emilymk_ dan tasyandirin Tayangan 6,224 Akun yang dijangkau 1,905 Waktu menonton rata-rata... 7 dtk Mengikuti 1	Waktu posting: 16 Juli 2026 Jumlah - Views: 6,224 - Likes: 198 - Comments: 14 - Share: 28 - Repost: 13 - Saved: 6

5.	Mitos atau Fakta, Kain Motif Batik Pasti Batik Asli?	 723 5 8 10 1 Ringkasan Interaksi Pemirsa Reel Anda mendapatkan lebih dari 2 rb tayangan! Luangkan waktu untuk merayakan pencapaian ini. Lihat selengkapnya Ringkasan 0 Dicrossposting ke Facebook · Kolaborasi dengan emilymek_ Tayangan 2,053 Akun yang dijangkau 1,205 Waktu menonton rata-rata 7 dtk Mengikuti 2	Waktu posting: 17 Juli 2026 Jumlah - Views: 2,053 - Likes: 93 - Comments: 5 - Share: 10 - Repost: 8 - Saved: 1
6.	Tahukah Kamu Motif Warak Ngendog Simbol 3 Budaya?	 519 5 5 4 1 Ringkasan Interaksi Pemirsa Ringkasan 0 Dicrossposting ke Facebook · Kolaborasi dengan emilymek_ Tayangan 1,893 Akun yang dijangkau 987 Waktu menonton rata-rata 6 dtk Mengikuti 3	Waktu posting: 18 Juli 2026 Jumlah - Views: 1,893 - Likes: 78 - Comments: 5 - Share: 4 - Repost: 5 - Saved: 1
7.	Program Latihan Membatik dari Laksmi Art Batik	 732 11 8 7 1 Ringkasan Interaksi Pemirsa Ringkasan 0 Dicrossposting ke Facebook · Kolaborasi dengan emilymek_ Tayangan 3,874 Akun yang dijangkau 1,029 Waktu menonton rata-rata 7 dtk Mengikuti 2	Waktu posting: 19 Juli 2026 Jumlah - Views: 3,874 - Likes: 101 - Comments: 11 - Share: 7 - Repost: 8 - Saved: 1
8.	Pernah Lihat Motif Ini? Tapi, Belum Tahu Maknanya?	 77 7 7 3 2 Ringkasan Interaksi Pemirsa Ringkasan 0 Dicrossposting ke Facebook · Kolaborasi dengan emilymek_ Tayangan 1,821 Akun yang dijangkau 1,008 Waktu menonton rata-rata 7 dtk Mengikuti 3	Waktu posting: 20 Juli 2026 Jumlah - Views: 1,821 - Likes: 77 - Comments: 7 - Share: 3

			- Repost: 7 - Saved: 2
9.	Punya Batik Cantik, Tapi Bingung Simpan Dimana?		Waktu posting: 21 Juli 2026 Jumlah - Views: 2,604 - Likes: 78 - Comments: 22 - Share: 21 - Repost: 5 - Saved: -
10.	Tradisional Ber-Nuansa Modern, di Koleksi Laksmi Art Batik		Waktu posting: 22 Juli 2026 Jumlah - Views: 2,996 - Likes: 76 - Comments: 8 - Share: 4 - Repost: 8 - Saved: 1

Berdasarkan hasil analisis diatas, dapat diketahui bahwa konten menghasilkan tingkat jangkauan dan interaksi audiens yang berbeda-beda. Perbedaan capaian tersebut dipengaruhi oleh karakteristik informasi yang disampaikan, daya tarik visual, serta relevansi topik dengan kebutuhan audiens. Konten yang membahas pengenalan identitas Laksmi Art Batik, eksplor lokasi, serta produk dan aktivitas *workshop* memiliki peran dalam memberikan informasi baru kepada audiens mengenai keberadaan dan karakteristik Laksmi Art Batik, namun untuk konten edukasi terkait motif memiliki *insight* yang lebih rendah.

Pada indikator interaksi, seperti jumlah suka, komentar, bagikan, dan simpan, menunjukkan bahwa konten tidak hanya memperoleh paparan dari audiens tetapi juga mampu mendorong adanya keterlibatan. Jumlah komentar menunjukkan adanya respons langsung dari audiens terhadap informasi yang disampaikan,

sedangkan jumlah bagikan dan simpan menunjukkan bahwa beberapa konten memiliki nilai informasi yang dianggap bermanfaat sehingga audiens terdorong untuk menyebarkan maupun menyimpan konten tersebut.

Apabila dikaitkan dengan penerapan *The Circular Model of SOME*, hasil Instagram Insight ini termasuk dalam tahap *Manage*, yaitu tahap pengelolaan dan pemantauan aktivitas media sosial setelah konten dipublikasikan. Melalui tahap ini, penulis dapat mengevaluasi efektivitas konten berdasarkan respons yang diberikan audiens serta mengetahui jenis konten yang memiliki performa lebih baik. Hasil evaluasi tersebut dapat menjadi dasar bagi Laksmi Art Batik dalam menentukan strategi konten berikutnya agar dapat dilakukan secara lebih efektif.

Secara keseluruhan, hasil Instagram Insight menunjukkan bahwa konten Instagram Reels yang diproduksi telah mampu meningkatkan eksposur akun dan menghasilkan interaksi dari audiens. Meskipun data *Insight* bukan menjadi indikator utama dalam mengukur keberhasilan peningkatan *brand awareness*, hasil performa konten ini menjadi data pendukung yang menunjukkan bahwa konten yang dibuat memiliki kemampuan dalam memperkenalkan Laksmi Art Batik kepada audiens yang lebih luas sebelum dilakukan pengukuran melalui survei pasca publikasi. Dengan demikian, evaluasi karya dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu analisis performa konten pada Instagram dan pengukuran perubahan pemahaman audiens setelah melihat konten.

4.5.2 Evaluasi Hasil Survei Pasca Publikasi

Penerapan aspek *Engage* dalam metode *The Circular Model of SOME* pada karya ini dilakukan dengan melihat sejauh mana konten yang telah diproduksi mampu membangun keterlibatan nyata dan perubahan pemahaman audiens setelah memperoleh paparan konten (Pane et al., 2025). Keterlibatan audiens tidak hanya dilihat melalui bentuk interaksi pada media sosial, tetapi juga melalui tingkat pemahaman audiens terhadap informasi yang disampaikan dalam konten. Oleh karena itu, dilakukan survei pasca publikasi untuk mengetahui perubahan pemahaman audiens mengenai produk, motif khas, serta karakteristik yang dimiliki Laksmi Art Batik.

Survei pasca publikasi dilakukan sebagai tahap evaluasi untuk mengetahui tingkat keberhasilan konten Instagram Reels yang telah diproduksi dalam meningkatkan *brand awareness* Laksmi Art Batik. Evaluasi ini dilakukan dengan mengukur perubahan tingkat pemahaman audiens setelah memperoleh informasi melalui konten yang telah dipublikasikan di akun @laksmi_art_batik. Indikator yang digunakan dalam survei pasca publikasi disesuaikan dengan *Key Performance Indicator* (KPI) yang telah ditetapkan, yaitu kemampuan audiens dalam mengenali identitas Laksmi Art Batik, memahami produk yang ditawarkan, mengetahui motif khas yang menjadi identitas *brand*, serta memahami peran Laksmi Art Batik sebagai UMKM batik yang menyediakan kegiatan edukasi membatik.

Penyebaran kuesioner pasca publikasi dilakukan pada periode 24 Juli hingga 14 Agustus 2026 kepada 82 responden yang sebelumnya telah mengikuti survei pra produksi. Penyampaian konten dilakukan melalui pesan langsung (*direct message*) Instagram dan penulis cantumkan kembali pada *Google Forms* sebelum memulai ke proses pengisian survei pasca publikasi untuk memastikan responden telah memperoleh paparan terhadap konten yang menjadi objek evaluasi. Responden pada tahap ini dipilih berdasarkan kriteria yang sama dengan survei pra produksi, yaitu audiens yang telah memiliki keterpaparan awal mengenai Laksmi Art Batik. Sebelum melakukan pengisian kuesioner, penulis terlebih dahulu memberikan akses kepada responden untuk melihat konten Instagram Reels yang telah diproduksi.

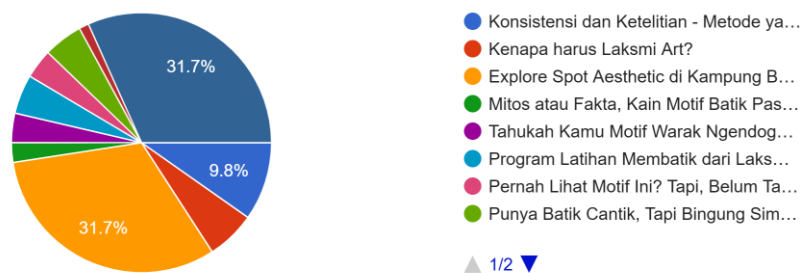


Gambar 4. 24 Screenshot direct message penyampaian informasi konten

Pada penyebaran survei pasca publikasi dalam periode 24 Juli hingga 1 Agustus 2026, tercatat 57 responden dari survei awal yang memberikan tanggapan kembali. Beberapa responden awal tidak memberikan respons lanjutan dalam batas waktu tersebut. Guna menjaga konsistensi jumlah responden, penulis melakukan penyebaran kuesioner tambahan hingga mencapai total 82 responden. Meskipun 25 responden tambahan bukan merupakan individu yang sama persis dengan pra produksi, seluruh responden pengganti tetap dipilih berdasarkan karakteristik segemntasi audiens. Dengan demikian data yang diperoleh diharapkan tetap valid dan dapat dibandingkan untuk mengevaluasi peningkatan *brand awareness* audiens. Adapun hasil evaluasi survey pasca publikasi sebagai berikut:

Dari beberapa konten diatas, mana yang menurut Anda paling efektif untuk memperkenalkan Laksmi Art Batik?

82 responses

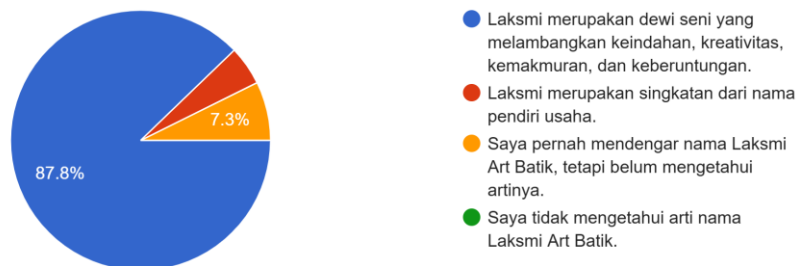


Gambar 4. 25 Data konten yang paling efektif untuk Laksmi Art Batik

Berdasarkan hasil survei pasca publikasi mengenai konten yang dinilai paling efektif dalam memperkenalkan Laksmi Art Batik, diperoleh dua video berada pada urutan teratas dengan perolehan masing-masing 31,7% atau sebanyak 26 responden, yaitu video “Batik Semarang Beneran Sebagus Ini?” dan “Explore Spot Aesthetic di Kampung Batik Semarang”. Tingginya hasil pada kedua konten tersebut membuktikan bahwa pendekatan visual yang memadukan estetika dan pengenalan suasana lingkungan di Kampung Batik Rejomulyo sangat efektif menarik perhatian audiens. Audiens tidak hanya memperoleh informasi seputar produk, melainkan juga diajak untuk merasakan pengalaman berkunjung ke Laksmi Art Batik.

Menurut Anda, apa arti dari nama "Laksmi Art Batik"?

82 responses



Gambar 4. 26 Data pengetahuan terhadap arti nama Laksmi Art Batik

Selanjutnya, hasil survei pasca publikasi mengenai pemahaman audiens terhadap makna nama Laksmi Art Batik, sebanyak 87,8% atau 72 responden berhasil menjawab dengan benar bahwa nama “Laksmi” melambangkan dewi seni yang merepresentasikan nilai keindahan, kreativitas, kemakmuran, dan keberuntungan. Penyampaian informasi mengenai latar belakang nama Laksmi Art Batik melalui konten yang diproduksi membantu audiens memahami bahwa *brand* memiliki nilai yang lebih luas dibandingkan sekadar menawarkan produk. Dengan adanya pemahaman mengenai filosofi nama tersebut, audiens dapat melihat Laksmi Art Batik sebagai UMKM batik yang memiliki unsur seni, kreativitas, dan nilai budaya yang melekat dalam setiap produknya.

Tindakan apa yang kemungkinan akan Anda lakukan setelah melihat konten tersebut?

82 responses



Gambar 4. 27 Data tindakan yang akan dilakukan setelah melihat konten

Setelah memperoleh informasi melalui konten Instagram Reels Laksmi Art Batik, sebagian besar responden menunjukkan ketertarikan untuk melakukan tindakan lanjutan terhadap *brand*. Sebanyak 40 dari 82 responden menyatakan kemungkinan akan mengikuti *workshop* membatik di Laksmi Art Batik, Selain itu, 13,4% (11 responden) berminat membeli produk batik, 9,8% (8 responden) ingin mulai mengikuti akun Instagram @laksmi_art_batik, dan 13,4% (11 responden) terdorong untuk melihat produk-produk lain yang ditawarkan. Tingginya ketertarikan responden terhadap kegiatan *workshop* menunjukkan bahwa konten yang menampilkan aktivitas edukasi membatik mampu menarik perhatian audiens terhadap salah satu pengalaman yang ditawarkan oleh Laksmi Art Batik.

Hal ini memperlihatkan bahwa penyampaian informasi melalui konten tidak hanya membantu audiens mengenal *brand*, tetapi juga memperkenalkan aktivitas yang menjadi pembeda Laksmi Art Batik dibandingkan UMKM batik lainnya. Meskipun demikian, masih terdapat 12 responden yang belum tertarik melakukan tindakan lanjutan setelah melihat konten. Hal tersebut menunjukkan bahwa tahap pengenalan *brand* sudah mulai terbentuk, tetapi diperlukan pengembangan konten lanjutan dengan penyampaian informasi yang lebih persuasif agar dapat mendorong audiens untuk lebih dekat dengan Laksmi Art Batik.

Aktivitas berikut yang menurut Anda paling menggambarkan Laksmi Art Batik adalah...
82 responses

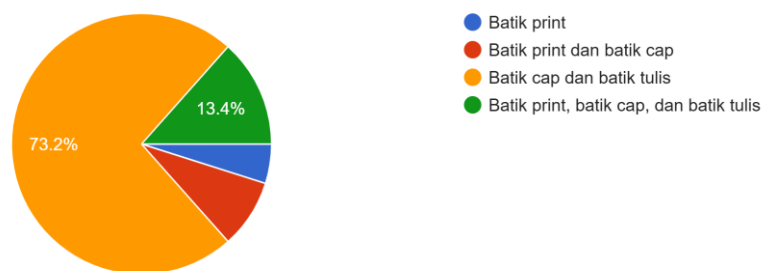


Gambar 4. 28 Data pengetahuan aktivitas yang paling menggambarkan
Laksmi Art Batik

Setelah melihat konten Instagram Reels Laksmi Art Batik, audiens mulai memahami bahwa aktivitas Laksmi Art Batik tidak hanya berfokus pada penjualan produk batik. Sebanyak 85,4% atau 70 responden memilih bahwa aktivitas yang paling menggambarkan Laksmi Art Batik adalah sebagai tempat yang menjual batik, memproduksi kain batik dan souvenir, serta menyediakan kegiatan *workshop* membatik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar audiens telah memahami cakupan aktivitas Laksmi Art Batik secara lebih luas. Melalui konten yang menampilkan produk, proses membatik, serta kegiatan *workshop*, audiens dapat melihat bahwa Laksmi Art Batik tidak hanya berperan sebagai tempat penjualan batik, tetapi juga memiliki fungsi edukasi dan pelestarian budaya batik.

Menurut Anda, jenis batik apa saja yang di produksi oleh Laksmi Art Batik?

82 responses

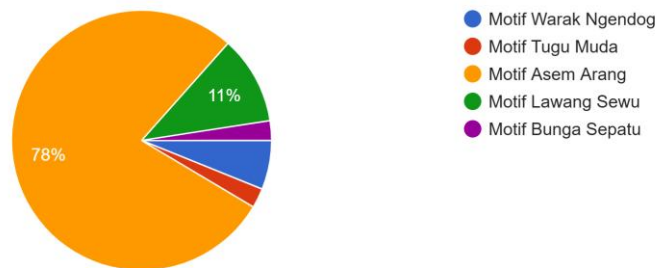


Gambar 4. 29 Data pengetahuan jenis batik yang diproduksi Laksmi Art Batik

Pada indikator pemahaman produk, sebanyak 60 dari 82 responden telah mengetahui bahwa jenis batik yang diproduksi oleh Laksmi Art Batik terdiri dari batik cap dan batik tulis. Hasil ini menunjukkan bahwa informasi mengenai produk utama Laksmi Art Batik telah dapat diterima dengan baik oleh sebagian besar audiens setelah melihat konten yang dipublikasikan. Penyampaian informasi mengenai jenis produk melalui konten membantu audiens membedakan produk Laksmi Art Batik dari jenis batik lainnya. Hal tersebut juga memperkuat pemahaman audiens bahwa Laksmi Art Batik memiliki produk dengan proses yang autentik, baik melalui teknik batik cap maupun batik tulis.

Menurut Anda, motif apa yang paling identik dengan Laksmi Art Batik?

82 responses

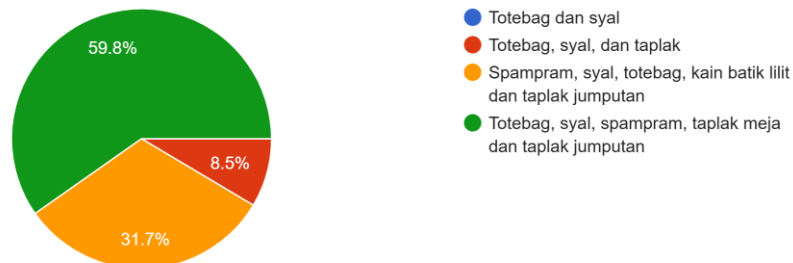


Gambar 4. 30 Data pengetahuan motif yang paling identik dengan Laksmi Art Batik

Selain memahami aktivitas dan produk, audiens juga dievaluasi mengenai pemahaman terhadap motif yang menjadi ciri khas Laksmi Art Batik. Sebanyak 64 atau 78% responden memilih motif Asem Arang sebagai motif yang paling identik dengan Laksmi Art Batik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar audiens mulai mengenali unsur visual yang menjadi ciri khas dari Laksmi Art Batik. Penyampaian informasi mengenai filosofi dan karakteristik motif melalui konten membantu audiens memahami bahwa motif batik tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga memiliki nilai cerita dan identitas budaya yang melekat pada *brand*. Meskipun masih terdapat sebagian kecil responden yang memilih motif lain, hasil tersebut menunjukkan bahwa pengenalan motif Asem Arang sebagai identitas visual Laksmi Art Batik telah mulai terbentuk melalui konten yang diproduksi.

Menurut Anda, produk apa saja yang menjadi media membatik pada Workshop yang diadakan oleh Laksmi Art Batik?

82 responses

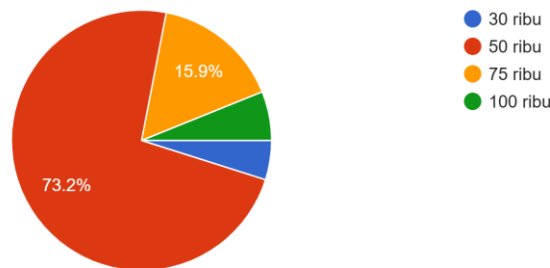


Gambar 4. 31 Data pengetahuan produk media membatik pada *workshop*

Selain mengenalkan produk batik, konten yang diproduksi juga bertujuan untuk memperkenalkan kegiatan *workshop* membatik yang disediakan oleh Laksmi Art Batik. Berdasarkan hasil survei pasca publikasi, sebanyak 59,8% atau 49 responden telah mengetahui bahwa media membatik yang digunakan dalam *workshop* Laksmi Art Batik terdiri dari totebag, syal, spamprah, taplak meja, dan taplak jumputan. Sementara itu, sebagian kecil responden masih memilih jawaban lain yang belum sepenuhnya sesuai dengan informasi yang disampaikan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa informasi mengenai aktivitas *workshop* yang ditampilkan melalui konten telah mampu memberikan gambaran kepada audiens mengenai bentuk kegiatan yang ditawarkan. Audiens tidak hanya mengetahui bahwa Laksmi Art Batik menyediakan *workshop* membatik, tetapi juga mulai memahami pengalaman yang dapat diperoleh melalui kegiatan tersebut.

Untuk mengikuti Workshop membatik di Laksmi Art Batik, harganya mulai dari berapa?

82 responses



Gambar 4. 32 Data pengetahuan harga *workshop* membatik

Selain media yang digunakan dalam *workshop*, audiens juga dievaluasi mengenai pemahaman terhadap kisaran biaya untuk mengikuti kegiatan membatik di Laksmi Art Batik. Sebanyak 73,2% atau 60 responden mengetahui bahwa harga *workshop* dimulai dari Rp50.000. Tingginya tingkat pemahaman tersebut menunjukkan bahwa penyampaian informasi mengenai *workshop* melalui konten dapat diterima dengan baik oleh audiens. Dengan mengetahui gambaran kegiatan dan informasi pendukungnya, audiens tidak hanya mengenal Laksmi Art Batik sebagai tempat penjualan batik, tetapi juga memahami adanya pengalaman edukasi yang dapat diikuti secara langsung.

Setelah dilakukan analisis terhadap hasil survei pasca publikasi, tahap selanjutnya adalah melakukan evaluasi terhadap pencapaian *Key Performance Indicator* (KPI) yang telah ditentukan pada tahap perencanaan karya. Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana konten Instagram Reels yang diproduksi mampu mencapai target yang telah ditetapkan, khususnya dalam meningkatkan pemahaman audiens terhadap identitas, aktivitas, produk, dan motif khas Laksmi Art Batik. Perbandingan dilakukan dengan melihat kondisi awal (*baseline*) pada tahap pra produksi, target yang ingin dicapai, serta hasil yang diperoleh setelah publikasi konten. Hasil evaluasi pencapaian KPI dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 27 Capaian *Key Performance Indicator*

No.	KPI	Baseline Pra Produksi	Target	Pencapaian Pasca Publikasi
1.	Pengenalan terhadap posisi Laksmi Art Batik sebagai UMKM batik yang juga menyediakan edukasi membatik	23,3% (19 responden) menjawab dengan tepat	Minimal 50% responden menjawab dengan tepat	70 dari 82 responden (85,4%) mengetahui bahwa Laksmi Art Batik juga menyediakan edukasi membatik.
2.	Pemahaman terhadap aktivitas utama Laksmi Art Batik	23% (19 responden) menjawab dengan tepat	Minimal 50% responden menjawab dengan tepat	70 dari 82 responden (85,4%) memahami bahwa aktivitas utama Laksmi Art Batik meliputi penjualan batik, souvenir, serta kegiatan <i>workshop</i> membatik
3.	Pemahaman terhadap produk utama Laksmi Art Batik, yaitu batik tulis dan batik cap	3,7% (3 responden) menjawab dengan tepat	Minimal 35% responden menjawab dengan tepat	60 dari 82 responden (73,2%) mengetahui bahwa produk utama Laksmi Art Batik terdiri dari batik tulis dan batik cap

4.	Pengenalan terhadap motif Asem Arang sebagai motif khas yang identik dengan Laksmi Art Batik	8,7% (7 responden menjawab dengan tepat)	Minimal 35% responden menjawab dengan tepat	64 dari 82 responden (78%) mengenali motif Asem Arang sebagai motif yang identik dengan Laksmi Art Batik
----	--	--	---	--

Berdasarkan keseluruhan capaian Key Performance Indicator (KPI), ketercapaian karya ini dapat diidentifikasi posisinya dalam piramida kesadaran merek (*levels of brand awareness*) oleh Aaker (2011). Pada tahap pra produksi, Laksmi Art Batik berada pada tingkatan *Unaware of Brand*, di mana sebagian besar audiens belum menyadari karakteristik utama brand, tidak mengenali motif khasnya (hanya 8,7%), serta salah mengidentifikasi proses produksinya sebagai batik *printing*. Setelah dilakukan publikasi 10 konten Instagram Reels dan evaluasi pasca publikasi, posisi Laksmi Art Batik berhasil meningkat signifikan mencapai tingkatan *Brand Recognition*. Hal ini dibuktikan dengan kemampuan 85,4% responden mengenali posisi dan aktivitas usaha, 73,2% membedakan keaslian produk batik tulis/cap, serta 78,0% responden secara tepat mengidentifikasi motif *Asem Arang* ketika diberikan stimulus visual. Peningkatan ini membuktikan bahwa strategi Digital Public Relations melalui format Instagram Reels berhasil menaikkan posisi kesadaran merek Laksmi Art Batik secara terukur.

Secara keseluruhan, hasil pencapaian KPI menunjukkan bahwa publikasi konten Instagram *Reels* memberikan kontribusi terhadap peningkatan *brand awareness* Laksmi Art Batik. Sebelum dilakukan publikasi, sebagian besar audiens masih memiliki pemahaman yang terbatas mengenai karakteristik, aktivitas, produk, maupun motif khas yang dimiliki oleh Laksmi Art Batik. Setelah audiens memperoleh informasi melalui konten yang diproduksi, pemahaman tersebut mengalami peningkatan, sehingga audiens mulai mampu mengenali berbagai aspek

yang menjadi karakteristik dari *brand* Laksmi Art Batik. Dengan demikian, Instagram Reels tidak hanya menjadi media untuk menyampaikan informasi, tetapi juga berperan dalam membantu membangun pengenalan dan pemahaman audiens terhadap Laksmi Art Batik sebagai UMKM Batik Semarang.

4.6 Hambatan Pada Proses Penciptaan Karya

4.6.1 Hambatan Pada Tahap Pra Produksi

Pada tahap pra produksi, terdapat beberapa hambatan yang memengaruhi proses persiapan produksi konten Instagram *Reels* Laksmi Art Batik. Hambatan pertama terjadi pada proses pengumpulan informasi dari pihak Laksmi Art Batik. Dalam proses perancangan konten, penulis membutuhkan informasi tambahan melalui wawancara lanjutan untuk mendukung hasil survei dan memperkuat penyusunan materi konten. Namun, setelah pelaksanaan ujian filter, proses komunikasi dengan pihak klien mengalami kendala karena pihak klien sulit dihubungi dan memiliki keterbatasan waktu untuk melakukan pertemuan. Kondisi tersebut menyebabkan proses pengumpulan informasi menjadi lebih lama dan memengaruhi waktu penyusunan konsep konten. Sebagai solusi, penulis melakukan koordinasi secara berkala dengan seluruh pihak yang terlibat di dalam Laksmi Art Batik agar kebutuhan informasi tetap dapat terpenuhi.

Hambatan selanjutnya yang penulis alami selama proses pra produksi adalah saat penyusunan *Standard Sequence Guide* (SSG). Pada awal penyusunan SSG, beberapa deskripsi visual mengalami kendala dalam penerapannya, karena penulis mempertimbangkan keterbatasan lokasi produksi. Beberapa konsep visual yang telah dirancang sebelumnya dirasa sulit untuk direalisasikan apabila hanya menggunakan satu area pengambilan gambar. Namun, setelah dilakukan eksplorasi lebih lanjut terhadap lingkungan Kampung Batik Rejomulyo, penulis menemukan beberapa lokasi yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung kebutuhan visual konten. Selain itu, terdapat beberapa penyesuaian konsep berdasarkan permintaan pihak Laksmi Art Batik, khususnya pada SSG 6, SSG 9, dan SSG 10, sehingga beberapa bagian konten mengalami perubahan agar tetap sesuai dengan kebutuhan promosi dari pihak klien.

Hambatan berikutnya terjadi pada tahap penentuan jadwal produksi. Pada perencanaan awal, proses produksi direncanakan berlangsung selama dua hari berturut-turut untuk menyesuaikan kebutuhan pengambilan gambar berdasarkan susunan SSG. Namun, rencana tersebut mengalami perubahan karena pihak Laksmi

Art Batik memiliki kegiatan lain yang tidak dapat ditinggalkan pada waktu yang telah ditentukan. Kondisi tersebut menyebabkan jadwal produksi harus disesuaikan kembali sehingga pelaksanaan produksi akhirnya dilakukan pada hari Minggu dan Kamis dengan jeda waktu antarproduksi. Perubahan jadwal tersebut mengharuskan penulis melakukan penyesuaian ulang terhadap urutan pengambilan gambar, kesiapan tim produksi, serta kebutuhan visual yang akan diproduksi agar proses shooting tetap dapat berjalan sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat. Setelah seluruh tahapan pra produksi selesai dilakukan, tahap selanjutnya adalah proses produksi. Pada tahap ini, seluruh perencanaan yang telah disusun sebelumnya mulai diimplementasikan melalui proses pengambilan gambar sesuai dengan kebutuhan visual pada setiap konten Instagram *Reels* Laksmi Art Batik.

4.6.2 Hambatan Pada Tahap Produksi

Pada tahap produksi, proses pengambilan gambar dilakukan dengan mengacu pada SSG yang telah disusun sebelumnya. Namun, ketika proses *shooting* berlangsung, terdapat beberapa kondisi lapangan yang menyebabkan adanya penyesuaian terhadap rancangan visual awal. Selain itu, pelaksanaan produksi yang awalnya direncanakan berlangsung selama dua hari berturut-turut mengalami perubahan karena adanya penyesuaian dengan jadwal kegiatan pihak Laksmi Art Batik. Kondisi tersebut menyebabkan proses produksi akhirnya dilakukan dalam dua hari yang berbeda, yaitu pada hari Minggu dan Kamis.

Pada produksi hari pertama, proses pengambilan gambar mengalami keterbatasan waktu karena terdapat rencana kegiatan *workshop* yang dijadwalkan berlangsung pada sore hari. Kondisi tersebut membuat penulis perlu menyesuaikan urutan pengambilan gambar agar footage utama dapat diselesaikan terlebih dahulu sebelum kegiatan *workshop* dimulai. Namun, pelaksanaan *workshop* mengalami perubahan waktu dan baru dimulai pada malam hari setelah isya. Perubahan tersebut menyebabkan pengambilan footage *workshop* dilakukan dalam kondisi pencahayaan yang kurang optimal, sedangkan sebagian besar footage lainnya diambil pada kondisi siang hari. Perbedaan kondisi pencahayaan tersebut menjadi pertimbangan dalam proses penyuntingan agar keseluruhan konten tetap memiliki

kesinambungan visual. Selain keterbatasan waktu, kondisi lokasi yang telah dipersiapkan sejak sore juga menyebabkan proses pengambilan gambar tidak dapat dilanjutkan kembali pada waktu malam untuk beberapa kebutuhan visual lainnya. Oleh karena itu, pada produksi hari kedua, penulis melakukan pengambilan gambar sejak pagi hari untuk menghindari kendala keterbatasan waktu, perubahan aktivitas lokasi, serta kondisi pencahayaan yang kurang mendukung.

Pada awalnya, penulis juga merencanakan untuk melakukan pengambilan ulang footage kegiatan *workshop* agar memperoleh hasil visual yang lebih sesuai dengan footage lainnya. Namun, karena belum terdapat jadwal *workshop* berikutnya dalam waktu dekat, penulis memutuskan untuk tetap menggunakan footage *workshop* yang telah diperoleh pada produksi hari pertama. Footage tersebut kemudian disesuaikan pada tahap pasca produksi agar tetap dapat mendukung penyampaian informasi dalam konten. Selama proses produksi berlangsung, terdapat pula beberapa penyesuaian antara rancangan visual dalam SSG dengan kondisi nyata di lapangan. Salah satunya terjadi pada adegan yang sebelumnya dirancang untuk menampilkan proses mencanting batik tulis oleh Ibu Christina. Pada perencanaan awal, aktivitas tersebut digunakan sebagai visual pendukung mengenai proses pembuatan batik. Namun, saat produksi berlangsung, diketahui bahwa kegiatan produksi batik tulis tidak dilakukan di lokasi tersebut karena adanya pertimbangan lingkungan terkait limbah dari proses pewarnaan batik yang berpotensi memengaruhi sumber air sumur yang masih digunakan oleh masyarakat sekitar Kampung Batik Rejomulyo. Oleh karena itu, penulis melakukan penyesuaian dengan menggunakan footage mencanting yang dilakukan oleh Ibu Christina saat kegiatan *workshop* serta aktivitas mencanting oleh peserta *workshop*.

Keterbatasan ruang pada Galeri Laksmi Art Batik juga memengaruhi variasi visual yang dapat diperoleh selama proses pengambilan gambar. Area galeri yang terbatas menyebabkan beberapa footage perlu diambil dari sudut yang serupa. Untuk mengatasi hal tersebut, penulis melakukan eksplorasi lokasi di sekitar Kampung Batik Rejomulyo dengan mengambil footage tambahan berupa suasana lingkungan sekitar, area luar galeri, serta elemen pendukung lainnya. Di samping

itu, terdapat pula beberapa penyesuaian terhadap visual yang telah direncanakan. Produk souvenir yang sebelumnya dirancang untuk ditampilkan secara lebih detail belum memiliki penataan visual yang optimal karena masih ditempatkan dalam wadah bakul. Oleh karena itu, penggunaan footage souvenir dalam konten dibatasi agar tetap menjaga kualitas tampilan visual. Selain itu, penggunaan pakaian talent yang awalnya dirancang berbeda pada setiap konten juga mengalami perubahan karena keterbatasan waktu pada hari pertama produksi. Beberapa konten akhirnya menggunakan pakaian yang sama agar proses pengambilan gambar dapat tetap berjalan sesuai waktu yang tersedia.

Pada pengambilan footage produk batik, penulis juga mengalami keterbatasan dalam menampilkan variasi motif. Beberapa motif yang sebelumnya direncanakan untuk ditampilkan sedang tidak tersedia pada saat produksi berlangsung. Oleh karena itu, penulis memilih beberapa motif yang masih tersedia dan sesuai dengan topik pembahasan masing-masing konten agar informasi yang disampaikan tetap relevan. Selain mengambil footage sesuai rancangan SSG, penulis juga melakukan pengambilan footage tambahan berupa variasi *angle*, *detail shot*, dan *B-roll* di luar kebutuhan utama setiap scene. Hal tersebut dilakukan sebagai bentuk antisipasi pada tahap pasca produksi, sehingga tersedia alternatif visual yang dapat digunakan untuk memperkuat alur konten dan menjaga variasi tampilan Instagram *Reels* yang diproduksi

4.6.3 Hambatan Pada Tahap Pasca Produksi

Pada tahap pasca produksi, penulis melakukan proses seleksi footage, penyuntingan video, hingga publikasi konten Instagram *Reels* Laksmi Art Batik. Dalam proses ini, terdapat beberapa penyesuaian yang dilakukan karena hasil footage yang diperoleh saat produksi tidak sepenuhnya sesuai dengan rancangan visual dalam SSG. Beberapa footage yang dihasilkan memiliki perbedaan dengan perencanaan awal, namun setelah dilakukan evaluasi, terdapat beberapa footage alternatif yang justru memiliki penyampaian informasi dan visual yang lebih menarik.

Dalam proses penyuntingan, penulis juga menghadapi keterbatasan variasi footage pada beberapa bagian tertentu akibat kondisi produksi di lapangan. Hal tersebut menyebabkan beberapa footage harus menggunakan alternatif visual yang tersedia. Beberapa footage yang memiliki informasi serupa digunakan kembali pada bagian tertentu agar penyampaian pesan tetap dapat diterima audiens tanpa membuat durasi video menjadi terlalu panjang. Penyesuaian lain juga dilakukan terhadap footage kegiatan *workshop* yang memiliki kondisi pencahayaan malam hari, sehingga penulis melakukan pengaturan pencahayaan dan warna pada tahap editing agar perbedaan suasana visual dengan footage siang hari tidak terlalu terlihat.

Seluruh proses penyuntingan 10 konten Instagram *Reels* membutuhkan waktu kurang lebih satu minggu. Proses editing dilakukan menggunakan aplikasi CapCut melalui laptop. Namun, terdapat kendala teknis karena perangkat laptop pribadi penulis tidak memiliki kemampuan yang optimal untuk menjalankan proses editing video. Oleh karena itu, penulis menggunakan laptop kantor tempat penulis bekerja untuk melakukan proses penyuntingan. Kondisi tersebut menyebabkan waktu pengerjaan menjadi lebih terbatas karena proses editing hanya dapat dilakukan ketika perangkat sedang tidak digunakan untuk pekerjaan lain.

Setelah proses editing selesai, dilakukan tahap evaluasi dan revisi terhadap hasil konten. Pada tahap ini, terdapat satu kali revisi dari pembimbing terkait tampilan subtitle yang dinilai kurang jelas karena ukuran teks terlalu kecil. Penulis kemudian melakukan penyesuaian ukuran dan tampilan subtitle agar informasi yang disampaikan dapat lebih mudah dibaca oleh audiens. Selanjutnya, pada tahap publikasi, terdapat kendala teknis terkait kualitas hasil unggahan. Awalnya proses publikasi dilakukan langsung oleh pihak Laksmi Art Batik, namun beberapa konten yang telah diunggah memiliki kualitas video yang tidak maksimal karena belum menggunakan pengaturan unggahan kualitas tinggi. Penulis kemudian melakukan koordinasi melalui WhatsApp untuk menginformasikan pengaturan fitur unggah dengan kualitas tinggi. Namun, pada publikasi berikutnya kualitas video masih belum sesuai dengan yang diharapkan. Sebagai solusi, penulis melakukan kunjungan langsung ke Laksmi Art Batik dan membantu mengatur jadwal publikasi

menggunakan fitur *schedule post* pada Instagram dengan pengaturan kualitas unggahan yang lebih optimal.

Selain kendala teknis publikasi, terdapat pula kendala komunikasi yang cukup fatal dalam strategi peningkatan interaksi konten. Sebelumnya, penulis memberikan arahan kepada pihak Laksmi Art Batik untuk membantu mempromosikan konten agar memperoleh lebih banyak interaksi dari audiens. Namun, terjadi perbedaan pemahaman sehingga arahan tersebut diterima sebagai upaya untuk membeli jumlah suka (*likes*) pada konten. Akibatnya, pada tujuh konten awal terdapat peningkatan jumlah likes yang tidak sebanding dengan jumlah tayangan (*views*) sehingga data interaksi menjadi tidak organik. Untuk mengatasi kondisi tersebut, penulis melakukan evaluasi secara manual dengan memeriksa akun-akun yang memberikan interaksi pada setiap konten. Data *likes* yang dianggap tidak menunjukkan interaksi organik tidak digunakan sebagai bahan evaluasi. Meskipun demikian, hasil publikasi tetap menunjukkan perkembangan positif karena konten yang diperoleh memiliki jumlah tayangan yang lebih tinggi dibandingkan performa konten sebelumnya pada akun Laksmi Art Batik. Konten yang sebelumnya memiliki rata-rata tayangan di bawah 500 tayangan mengalami peningkatan hingga mencapai lebih dari 1.000 tayangan, sehingga membantu memperluas jangkauan konten lainnya pada akun tersebut.

Lalu terdapat beberapa hambatan dalam proses pelaksanaan survei pasca publikasi terhadap konten yang telah dipublikasikan. hambatan yang ditemukan berkaitan dengan proses pengumpulan kembali responden yang sebelumnya telah berpartisipasi dalam survei pra produksi. Responden yang telah mengisi survei awal perlu dihubungi kembali untuk mengetahui perubahan pemahaman setelah melihat konten yang telah diproduksi. Namun, dalam proses tersebut terdapat beberapa responden yang tidak memberikan respons kembali, serta beberapa responden lainnya membutuhkan beberapa kali tindak lanjut atau *follow up* sebelum bersedia mengisi survei pasca publikasi.

Kondisi tersebut menyebabkan jumlah responden pada tahap survei pasca publikasi tidak dapat mencapai jumlah yang sama dengan survei pra produksi dalam periode pengumpulan data yang telah ditentukan, yaitu kurang lebih selama satu

minggu. Meskipun demikian, jumlah responden yang berhasil dikumpulkan tetap memenuhi kebutuhan evaluasi karena telah mencapai lebih dari setengah jumlah responden pada tahap pra produksi. Namun, responden yang mengisi survei pasca publikasi tetap berasal dari kelompok audiens yang sama dan telah memperoleh paparan terhadap konten Instagram *Reels* Laksmi Art Batik, sehingga data yang diperoleh masih dapat digunakan untuk mengevaluasi tingkat pemahaman audiens setelah publikasi konten.