

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

Pelaku usaha memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan produk dengan gambar, tulisan, ataupun video. Kreativitas dituntut dalam segala hal untuk menyajikan konten agar menarik perhatian audiens dan pesan tersampaikan dengan baik. Hal tersebut terjadi karena media sosial memiliki jangkauan yang luas untuk menyebarkan informasi. Pemanfaatan media sosial oleh pelaku usaha terutama UMKM diharapkan dapat mengenalkan produk dan menyampaikan pesan terkait bisnis mereka. Tidak hanya itu, sebagian pelaku UMKM juga memperhatikan efektivitas interaksi akun media sosial mereka. Interaksi media sosial menjadi hal yang penting karena dapat menjadi acuan produktivitas media sosial yang mereka gunakan. *Engagement rate* yang tinggi tentunya akan memudahkan pelaku usaha karena akun media sosial mereka memiliki jangkauan yang luas.

Upaya peningkatan *engagement rate* media sosial Instagram oleh UMKM Gradi Pizzeria di Kabupaten Kudus ini tidak sejalan dengan produktivitas pembuatan konten. Media sosial Instagram tidak digunakan dengan maksimal seperti tidak ada konten-konten yang kreatif. Oleh karena itu, media sosial Instagram Gradi Pizzeria memiliki *engagement rate* yang masih dibawah angka ideal untuk sebuah media sosial usaha *food and beverage*. Berdasarkan hal tersebut penulis bekerja sama dengan pihak Gradi Pizzeria dalam proyek “Produksi Video *Reels* Instagram Untuk Meningkatkan *Engagement Rate* Instagram Usaha Mikro Kecil dan Menengah Gradi Pizzeria Kabupaten Kudus”

4.2 Analisis Hasil Tahap Pra Produksi

4.2.1 Penentuan Konsep

Pada tahapan ini penulis melakukan riset terhadap jenis konten yang diminati oleh *audiens*. Target *audiens* yang sudah penulis tetapkan sesuai

dengan segmentasi psikografis yaitu khalayak yang memiliki ketertarikan terhadap dunia kuliner dan media sosial. Oleh karena itu, konsep konten yang diproduksi berisi tentang konten yang informatif dan kreatif yang berhubungan dengan *pizza* Gradi Pizzeria.

4.2.2 Persiapan Rancangan Konten / SSG

Setelah menentukan konsep konten yang akan dibuat penulis membuat sepuluh *Standart Sequence Guide* (SSG) guna memudahkan saat proses produksi konten. Dalam pelaksanaannya, penulis menemukan beberapa perubahan antara *Standart Sequence Guide* (SSG) dengan implementasinya. Berikut adalah perubahan *Standart Sequence Guide* (SSG) :

1. Implementasi *Standart Sequence Guide Reels 1*

Tabel 4. 1 Perubahan *Standart Sequence Guide Reels 1*

No	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1	Deskripsi	<i>Scene 1</i> <i>Opening footage cinematic</i> lokasi Gradi Pizzeria.	Masuk pada pengenalan <i>owner</i> dilanjut <i>bumper opening</i> logo Gradi Pizzeria.
		<i>Scene 5</i> <i>Footage cinematic (vespa, sepakbola, pizza).</i>	<i>Footage pizza</i> yang sedang dimasak dan disajikan.
2	Narasi	<i>Scene 6</i> “Seperti <i>vespa</i> , sepak bola, lalu kurang afdol jika tidak tertarik dengan makanan <i>pizza</i> ”.	“Salah satu makanan <i>western</i> yang bisa terbilang cukup sering saya konsumsi adalah <i>pizza</i> itu sendiri, lalu saya melihat pada waktu itu di kota Kudus ini belum ada

			yang menyediakan <i>pizza</i> ala Italia yang tumbuh dengan spirit lokal”.
3	Musik	-	<i>Energetic Driving Surf Indie Rock – tunes2go.</i>
4	Durasi	01.00	00.57

Konten pertama ini menampilkan *owner* sekaligus *crew* Drajat Angkasa, adapun perubahannya sebagai berikut :

1. Deskripsi *scene* 1 ditujukan agar sesuai dengan konsep *click bait* dan sesuai dengan *bumper opening*.
2. Deskripsi *scene* 5 diganti agar lebih menggambarkan kondisi kedai *pizza* seperti memasak dan menyajikan *pizza*.
3. Narasi *scene* 6 berubah karena ingin menunjukkan alasan sebenarnya dibalik berdirinya Gradi Pizzeria.

2. Implementasi *Standart Sequence Guide Reels 2*

Tabel 4. 2 Perubahan Standart Sequence Guide Reels 2

No	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1	Deskripsi	<i>Scene 1</i> <i>Opening scene</i> (sinematik kedai).	<i>Talent</i> berdiri “Halo teman-teman, balik lagi di Kasih Paham, Gradi Pizzeria <i>Fine Dough For Fine Day</i> ”.
		<i>Scene 2</i>	<i>Bumper opening</i> logo Gradi Pizzeria.

		<i>Talent</i> berdiri dari meja yang berisi 4 orang.	
2	Musik	-	<i>Live with passion – Aleksandar Kipro</i>
3	Durasi	1.00	0.59

Konten kedua ini menampilkan *talent* Nayla Azzah, adapun perubahannya sebagai berikut :

1. Konten ini rencananya diunggah untuk konten keempat namun *owner* ingin menampilkannya dahulu karena ada momen untuk memberitahukan kepada *audiens* bahwa di Gradi Pizzeria bisa menikmati *pizza* secara *dine-in*.
2. Deskripsi pada *scene* 1 dan 2 dikarenakan agar sesuai dengan konsep *click-bait* dan bisa masuk pada *bumper opening*.

3. Implementasi Standart Sequence Guide Reels 3

Tabel 4. 3 Perubahan Standart Sequence Guide Reels 3

No	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1	Deskripsi	<i>Scene 1</i> <i>Opening</i> sinematik <i>crew</i>	Crew : “Halo teman-teman, nama saya Gilang disini saya sebagai pembuat <i>pizza</i> ”.
		<i>Scene 2</i> Perkenalan <i>Crew</i>	<i>Bumper opening</i> logo Gradi Pizzeria.

		<i>Scene 6</i> <i>Closing crew</i>	<i>Footage cinematic</i> : memanggang <i>pizza</i> , <i>crew</i> menerima pelanggan.
		<i>Scene 7</i> <i>Footage closing</i>	<i>Crew</i> : “Intinya jangan lupa mampir ya teman-teman, dijamin tidak mengecewakan”.
2	Musik	-	<i>Drink Shop – Aleksandar Kipro</i>
3	Durasi	1.00	1.01

Konten ketiga ini menampilkan *crew* Gilang Satiya, adapun perubahannya sebagai berikut :

1. Deskripsi *scene 1* dan *2* diubah menjadi konsep *click-bait* dan *bumper opening* agar menjadi lebih menarik
2. Deskripsi *scene 6* menunjukkan *closing crew* diganti dengan *footage crew* memasak *pizza* serta melayani pelanggan agar sesuai dengan *scene* sebelumnya.
3. Deskripsi *scene 7 footage closing* diganti dengan ajakan *crew* untuk mengunjungi kedai.

4. Implementasi Standart Sequence Guide Reels 4

Tabel 4. 4 Perubahan Standart Sequence Guide Reels 4

No	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1	Deskripsi	Scene 2 <i>Opening talent</i>	<i>Bumper opening</i> logo Gradi Pizzeria.
		Scene 4 <i>Talent</i> menegaskan “Kalian tau ga? Gradi Punya menu <i>pizza</i> yang memiliki <i>topping</i> coklat loh”.	<i>Footage cinematic</i> : <i>Pizza Coklat Maloca</i> .
		Scene 6 <i>Footage cinematic</i>	<i>Talent</i> menjelaskan dengan <i>background</i> hasil penelitian : “Menurut penelitian cokelat itu bisa meredakan stress, bisa menenangkan rasa cemas, dan pastinya bisa balikin <i>mood</i> kamu, apalagi coklatnya ada di <i>topping pizza</i> ”.
		Scene 7 <i>Talent</i> menjelaskan	<i>Footage cinematic</i> : <i>Maloca</i> , kedai, dan <i>closing</i> .
2	Narasi	Scene 1 <i>Opening cinematic</i>	“Kak-kak” <i>Pov cameramen</i>

			“Oh-iya, Saatnya Kasih Paham” <i>Talent</i>
3	Musik	-	<i>Happy Flow State - Senshomoods</i>
4	Durasi	0.59	0.59

Konten keempat ini menampilkan *talent* Nayla Azzah, adapun perubahannya sebagai berikut :

1. Konten yang seharusnya diunggah pada urutan kedua ini dipindah karena keinginan *owner* untuk mengganti urutannya dengan *reels* 2.
2. Deskripsi pada *scene* 2 diganti dengan *bumper opening* agar sesuai dengan konsep *click bait* supaya menarik.
3. Deskripsi pada *scene* 4,6, dan 7 perubahannya pada letak *scene* sedangkan inti pesan dari setiap *scene* tetap sama.
4. Narasi pada *scene* 1 percakapan dimulai dari *POV* Kameramen agar tampak natural dan realistis.

5. Implementasi Standart Sequence Guide Reels 5

Tabel 4. 5 Perubahan Standart Sequence Guide Reels 5

No	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1	Deskripsi	<i>Scene</i> 1 <i>Opening scene (crew prepare alat kasir)</i>	<i>Talent :</i> “Permisi kak, mau <i>order pizza</i> dong”. <i>Crew :</i>

			“Silahkan kak mau menu yang apa?”.
		<i>Scene 2</i> <i>Talent</i> datang ke kasir	<i>Cinematic</i> semua menu ditambah voice over : “Jadi yang pertama ada <i>Peshroom</i> nik kak, <i>best seller</i> dari Gradi Pizzeria. <i>Topping</i> dari <i>Peshroom</i> sendiri yaitu <i>pepperoni</i> dan potongan jamur. Yang kedua ada <i>Pinera</i> yaitu <i>pizza</i> dengan <i>topping</i> nanas dan <i>chicken fillet</i> yang sudah pasti segar. Yang ketiga ada <i>onesse</i> yaitu <i>pizza</i> dengan <i>topping</i> potongan bawang bombai dan saus <i>Bolognese</i>. Lalu keempat ada <i>Cizeta</i> yaitu <i>pizza</i> dengan <i>topping</i> saus <i>bechamel</i> dan <i>melted cheese</i>. Dan yang kelima ada <i>Parsola</i> yaitu <i>pizza</i> dengan <i>topping</i> paprika dan sosis. Nah yang terakhir ada <i>Maloca pizza</i> spesial dari Gradi Pizzeria, <i>pizza</i> yang memiliki topping saus coklat dan <i>marshmallow</i>

			yang dijamin enak dan lezat”.
2	Narasi	<i>Scene 6</i> <i>Crew :</i> <i>“Gradi Pizzeria...Fine Dough For Fine Day”.</i>	<i>Crew :</i> <i>“Okey, ditunggu ya kak”.</i>
3	Musik	-	Kegiatan Seru – <i>Dante The Kiddo</i>
4	Durasi	0.56	1.07

Konten kelima ini menampilkan *talent* Rizky Desindra dan *crew* Gilang Satiya. Adapun perubahannya sebagai berikut :

1. Deskripsi *scene 1* yang semula hanya persiapan kasir ditambahkan menjadi percakapan agar suasana menjadi hidup.
2. Deskripsi *scene 2* menjadi sinematik produk dan ditambahkan penjelasan produk melalui *voice over*.
3. Narasi *scene 6* diubah agar jawaban sesuai dengan *scene* sebelumnya. Sedangkan durasi yang bertambah dikarenakan *sinematik* dan penjelasan produk sehingga menambah durasi video.

6. Implementasi Standart Sequence Guide Reels 6

Tabel 4. 6 Perubahan Standart Sequence Guide Reels 6

No	Deskripsi	Narasi	Musik	Durasi
1.	<i>Medium Shot :</i> <i>Crew prepare</i>	<i>Pov Kameramen : “Kak-kak boleh tau nggak proses pembuatan pizza-nya”.</i>		9’6

		Crew : “Oh iya kak boleh silahkan”.		
2.	<i>Bumper opening logo</i> Gradi Pizzeria	-		3’4
3.	<i>Medium Shot :</i> Crew menjelaskan	“Nah jadi yang pertama kita menyiapkan adonannya dulu”.	Tutorial – Mas Qirman	4’9
4.	<i>Medium Shot :</i> <i>Cinematic crew</i> menyiapkan adonan	-		4’9
5.	<i>Medium Shot :</i> Crew menjelaskan	“Setelah itu kita bentuk adonannya untuk selanjutnya dikasih <i>topping</i> ”.	-	3’6
6.	<i>Close Up :</i> <i>Cinematic crew</i> sedang membentuk adonan	-	-	6’4
7.	<i>Medium Shot :</i> Crew menjelaskan	“Nah setelah menjadi bentuk seperti ini selanjutnya kita akan kasih keju	-	5’5
8.	<i>Medium Shot :</i>	-	-	4’8

	<i>Crew</i> meletakkan keju pada adonan <i>pizza</i>			
9.	<i>Medium Shot :</i> <i>Crew</i> menuju oven	“Nah selanjutnya kita masukkan ke dalam oven sekitar 5 menit teman-teman”.		12’8
10.	<i>Extreme Close Up :</i> Memanggang <i>pizza</i>	-		3’5
11.	<i>Medium Shot :</i> <i>Crew</i> menuju tempat penyajian	“Nah setelah itu kita potong <i>pizza</i> dan kita sajikan kepada pelanggan”.		5’6
12.	<i>Medium Shot,</i> <i>Medium Close Up :</i> <i>Closing crew</i> dan <i>cinematic pizza</i>	-		8’4

Konten keenam menampilkan *crew* Gilang Satiya yang menunjukkan bagaimana langkah-langkah membuat *pizza*. Perubahan SSG dikarenakan mendapatkan revisi dari dosen pembimbing sehingga merubah seluruh konsep menjadi konsep SSG baru yang menjelaskan bagaimana proses membuat *pizza*.

7. Implementasi *Standart Sequence Guide Reels 7*

Tabel 4. 7 Perubahan Standart Sequence Guide Reels 7

No	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1	Deskripsi	<i>Scene 5</i> <i>Talent</i> menjelaskan	Langsung masuk ke <i>bumper closing</i> .
2	Musik	-	<i>Hoop – Finetune</i>
3	Durasi	1.00	0.57

Konten ketujuh ini menampilkan *talent* Rizky Desindra yang menjelaskan tentang bulan *pizza* nasional. Adapun perubahannya sebagai berikut :

1. Deskripsi *scene 5* yang dimana *talent* harusnya ganti *angle* akan tetapi langsung masuk pada bagian *bumper closing* karena berkaitan dengan hasil *footage* yang kurang maksimal.

8. Implementasi *Standart Sequence Guide Reels 8*

Tabel 4. 8 Perubahan Standart Sequence Guide Reels 8

No	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1	Deskripsi	<i>Scene 8</i> <i>Closing scene talent</i> jalan keluar ditambah <i>footage pizza</i>	Kurang <i>footage</i> jalan keluar hanya ada <i>footage pizza</i> .
2	Musik	-	<i>Lets Enjoy Cleaning</i> - Kuma
3	Durasi	1.00	1.05

Konten kedelapan ini menampilkan *talent* Nayla Azzah dengan konten yang awalnya menggunakan konsep *ASMR* untuk menunjukkan kelezatan *pizza best seller* namun terjadi kesalahan yaitu pada bagian suara karena faktor suasana kedai. Adapun perubahannya sebagai berikut :

1. Deskripsi *scene* 8 yaitu merubah judul yang awalnya *ASMR Pizza* menjadi *The Best Peshroom*.

9. Implementasi *Standart Sequence Guide Reels* 9

Tabel 4. 9 Perubahan *Standart Sequence Guide Reels* 9

No	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1	Deskripsi	<i>Scene</i> 1 <i>Opening scene (cinematic crew prepare)</i>	Crew sedang main hp.
		<i>Scene</i> 3 Crew menjawab : “Okey sebentar ya”.	<i>Bumper opening</i>
2.	Narasi	<i>Scene</i> 5 <i>POV</i> Kameramen : “Oalah jadi begitu ya kak”.	Ganti <i>angle</i> kamera Crew menjelaskan : “Tapi kalau dari segi rasa <i>pizza</i> ala Italia yang pernah saya coba itu memang rasanya kurang cocok di lidah Indonesia jadi <i>pizza</i> yang ada di Gradi Pizzeria ini sudah saya sedikit modifikasi agar rasanya

			bisa diterima oleh lidah orang Indonesia”.
			Crew makan pizza
3	Musik	-	Beat Hip Hop Melody Sampled – WM Beats
4	Durasi	1.00	1.09

Konten kesembilan ini menampilkan *crew* Drajat Angkasa, konten ini menunjukkan kepada *audiens* tentang jenis *pizza* yang dibuat di Gradi Pizzeria. Adapun perubahannya sebagai berikut :

1. Deskripsi *scene* 1 yang awalnya sinematik kedai diganti dengan *crew* sedang main hp lalu datang kameramen dan bertanya
2. Deskripsi *scene* 3 diganti menjadi *bumper opening* agar lebih menarik.
3. Narasi *scene* 5 ditambahkan karena untuk memperjelas tentang konsep modifikasi menu di Gradi Pizzeria. Lalu durasi bertambah karena narasi yang menambah waktu.

10. Implementasi Standart Sequence Guide Reels 10

Tabel 4. 10 Perubahan Standart Sequence Guide Reels 10

No	Perubahan	Perencanaan Awal	Hasil Akhir
1	Deskripsi	Scene 3 Crew menjelaskan : “Nah, buat teman-teman sekalian, cara tersebut merupakan referensi cara menikmati <i>pizza</i> dengan baik	Tidak digunakan

		menurut pemilik resto <i>Verace Pizza Sydney</i> .”	
		<i>Scene 6</i> <i>Closing scene (cinematic kedai)</i>	<i>Closing logo Gradi Pizzeria</i>
2	Narasi	<i>Scene 2</i> <i>Crew :</i> “Jadi gini kak cara makan <i>pizza</i> yang tepat”.	<i>Crew :</i> “Nah kalau kamu bingung cara makan <i>pizza</i> yaitu gini caranya. Lipat <i>pizza</i> seperti melipat dompet, lipat sisi kanan dan sisi kirinya jadi satu gini agar apa agar <i>toppingnya</i> tidak jatuh”.
2	Musik	-	<i>Future/Hope – Flexi Sound Design</i>
3	Durasi	1.00	1.08

Konten kesepuluh menampilkan *crew* Gilang, Drajat, dan *talent* Firdaus. Konten ini menjelaskan tentang bagaimana cara menikmati *pizza* menurut pemilik resto *pizza* terkenal. Adapun perubahannya sebagai berikut :

1. Deskripsi *scene 3* yang awalnya *crew* menjelaskan tidak digunakan dinilai kurang efektif karena penjelasan sudah berada di *scene* setelahnya.
2. Deskripsi *scene 6* yang awalnya *footage closing* diganti *closing logo*.
3. Narasi pada *scene 2* diganti dengan kata-kata yang lebih baik agar masih terhubung dengan *scene* selanjutnya. Lalu pada durasi bertambah karena adanya *scene* makan *pizza* bersama

4.2.3 Penentuan Talent

Tahap selanjutnya yaitu menentukan *talent* untuk kebutuhan konten tersebut penulis memilih dua *crew* Drajat Angkasa dan Gilang Satiya yang sudah bekerja di Gradi Pizzeria karena kedua orang tersebut yang nantinya akan meneruskan konten selanjutnya. *Talent* selanjutnya penulis memilih Nayla Azzah karena sudah terbiasa berada di depan kamera sehingga lebih lugas menjelaskan tentang informasi yang ingin disampaikan. *Talent* selanjutnya yaitu Firdaus Ikhlas dan Rizky Desindra.

4.2.4 Penentuan Lokasi

Dalam menentukan lokasi pengambilan gambar dan video penulis memilih kedai Gradi Pizzeria agar menggambarkan suasana nyata kedai yang ingin ditunjukkan.

4.2.5 Persiapan Properti dan Peralatan

Persiapan properti penulis menggunakan properti yang sudah ada di kedai dan mendukung kondisi konten yang akan dibuat. Adapun persiapan peralatan penulis menggunakan peralatan yaitu *iPhone 10*, *clip on*, *lighting*, dan *tripod*.

4.3 Analisis Hasil Tahap Produksi

4.3.1 Briefing Tim dan Talent

Sebelum masuk pada waktu *shooting* penulis membagikan *soft file Standart Sequence Guide* kepada *talent* agar tahu gambaran umum saat hari pelaksanaan *shooting*. Pada saat hari pelaksanaan *shooting* penulis melakukan *briefing* ulang untuk membantu *talent* mengetahui alur cerita konten.

4.3.2 Setting Lokasi

Dikarenakan lokasi *shooting* berada di area yang sama dari awal hingga akhir penulis tetap memperhatikan kebersihan dari lokasi

shooting. Dalam pelaksanaannya penulis memperhatikan segala aspek yang ada di lokasi agar tidak mengganggu proses pembuatan konten.

4.3.3 Penataan Wardrobe

Penulis melakukan *briefing* terhadap *talent* dan *crew* perihal tata busana dan dalam pelaksanaannya *crew* menggunakan pakaian yang sesuai pada saat *shift* kerja agar terkesan natural sedangkan *talent* menggunakan pakaian bebas sopan.

4.3.4 Pengambilan Gambar

Penulis melakukan pengambilan video berdasarkan pada SSG yang telah dibuat menggunakan beberapa teknik pengambilan gambar yaitu *long shot*, *medium long shot*, *medium shot*, *medium close up*, *close up*, dan *big close up*. Proses *shooting* dilakukan selama 4 hari dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 4. 11 Jadwal Pengambilan Gambar

No	Tanggal	Talent	Produksi
1	6 Februari 2025	Drajat, Gilang, Desindra	SSG 1, SSG 3, SSG 5, SSG 6
2	7 Februari 2025	Nayla	SSG 2, SSG 4, SSG 8
3	8 Februari 2025	Drajat, Gilang, Desindra, Firdaus	SSG 7, SSG 9, SSG 10
4	25 Februari 2025	Gilang	SSG 6

Berikut merupakan teknik dan *angle* yang digunakan dalam pengambilan video konten :

a.) Pengambilan gambar *Standart Sequence Guide Reels 1*

Teknik pengambilan gambar yang digunakan dalam video *reels 1* ini yaitu teknik *medium shot*, *extreme long shot*, *medium close up*, *extreme close up*. Sedangkan *angle* yang digunakan yaitu *eye level* dan *high angle*.



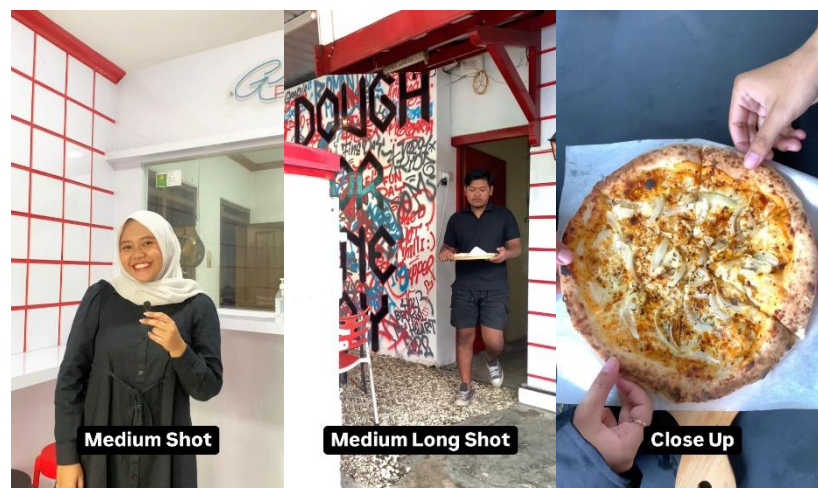
Gambar 4. 1 Contoh Teknik Pengambilan Gambar Video Reels 1



Gambar 4. 2 Contoh Angle Pengambilan Gambar Video Reels 1

b.) Pengambilan gambar Standart Sequence Guide Reels 2

Teknik pengambilan gambar yang digunakan dalam video reels 2 ini yaitu teknik *medium shot*, *medium long shot*, *close up*. Sedangkan *angle* yang digunakan yaitu *eye level* dan *high angle*.



Gambar 4. 3 Contoh Teknik Pengambilan Gambar Video Reels 2



Gambar 4. 4 Contoh Angle Pengambilan Gambar Video Reels 2

c.) Pengambilan gambar *Standart Sequence Guide Reels 3*

Teknik pengambilan gambar yang digunakan dalam video reels 3 ini yaitu teknik *medium shot* dan *medium close up*. Sedangkan *angle* yang digunakan yaitu *eye level*.



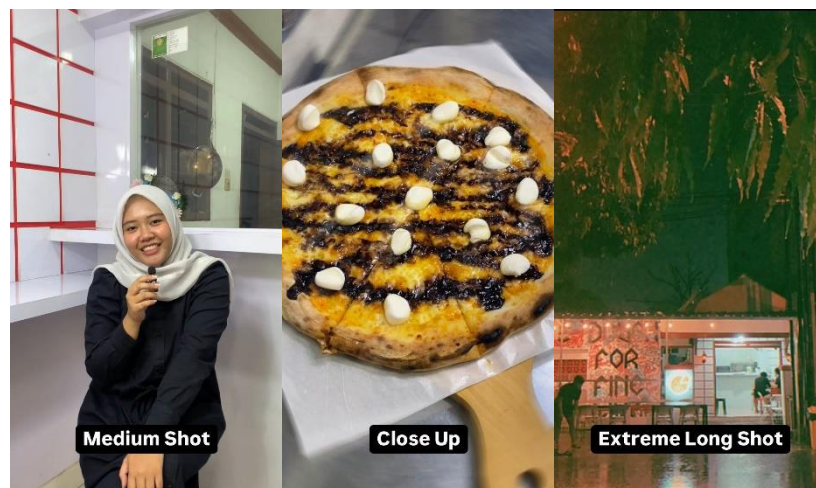
Gambar 4. 5 Contoh Teknik Pengambilan Gambar Video Reels 3



Gambar 4. 6 Contoh Angle Pengambilan Gambar Video Reels 3

d.) Pengambilan gambar *Standart Sequence Guide Reels 4*

Teknik pengambilan gambar yang digunakan dalam video reels 4 ini yaitu teknik *medium shot*, *close up*, *extreme long shot*. Sedangkan *angle* yang digunakan yaitu *eye level* dan *high angle*.



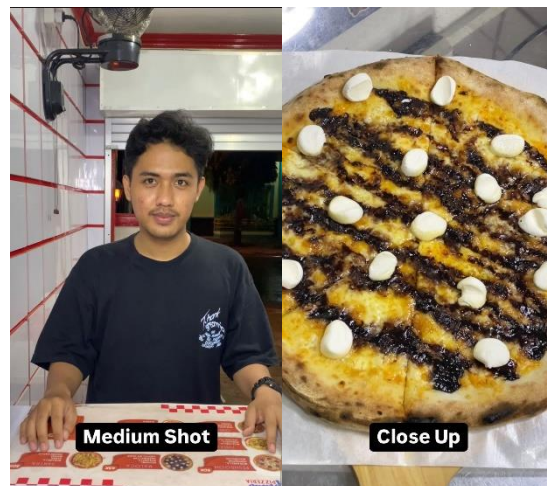
Gambar 4. 7 Contoh Teknik Pengambilan Gambar Video Reels 4



Gambar 4. 8 Contoh Angle Pengambilan Gambar Video Reels 4

e.) Pengambilan Gambar *Standart Sequence Guide Reels 5*

Teknik pengambilan gambar yang digunakan dalam video *reels 5* ini yaitu teknik *medium shot* dan *close up*. Sedangkan *angle* yang digunakan yaitu *eye level* dan *high angle*.



Gambar 4. 9 Contoh Teknik Pengambilan Gambar Video Reels 5



Gambar 4. 10 Contoh Angle Pengambilan Gambar Video Reels 5

f.) Pengambilan Gambar Standart Sequence Guide Reels 6

Teknik pengambilan gambar yang digunakan dalam video reels 6 ini yaitu teknik *medium shot*, *medium close up*, *extreme close up*. Sedangkan *angle* yang digunakan yaitu *eye level* dan *high angle*.



Gambar 4. 11 Contoh Teknik Pengambilan Gambar Video Reels 6



Gambar 4. 12 Contoh Angle Pengambilan Gambar Video Reels 6

g.) Pengambilan Gambar *Standart Sequence Guide Reels 7*

Teknik pengambilan gambar yang digunakan dalam video reels 7 ini yaitu teknik *medium shot*. Sedangkan angle yang digunakan yaitu *eye level*.



Gambar 4. 13 Contoh Teknik Pengambilan Gambar Video Reels 7



Gambar 4. 14 Contoh Angle Pengambilan Gambar Video Reels 7

h.) Pengambilan gambar *Standart Sequence Guide Reels 8*

Teknik pengambilan gambar yang digunakan dalam video reels 8 ini yaitu teknik *medium shot* dan *medium close up*. Sedangkan *angle* yang digunakan yaitu *eye level* dan *high angle*.



Gambar 4. 15 Contoh Teknik Pengambilan Gambar Video Reels 8



Gambar 4. 16 Contoh Angle Pengambilan Gambar Video Reels 8

i.) Pengambilan gambar *Standart Sequence Guide Reels 9*

Teknik pengambilan gambar yang digunakan dalam video reels 9 ini yaitu teknik *medium shot*. Sedangkan angle yang digunakan yaitu *eye level* dan *high angle*.



Gambar 4. 17 Contoh Teknik Pengambilan Gambar Video Reels 9



Gambar 4. 18 Contoh Angle Pengambilan Gambar Video Reels 9

j.) Pengambilan Gambar *Standart Sequence Guide Reels 10*

Teknik pengambilan gambar yang digunakan dalam video reels 10 ini yaitu teknik *long shot* dan *medium long shot*. Sedangkan *angle* yang digunakan yaitu *eye level* dan *high angle*.



Gambar 4. 19 Contoh Teknik Pengambilan Gambar Video Reels 10



Gambar 4. 20 Contoh Angle Pengambilan Gambar Video Reels 10

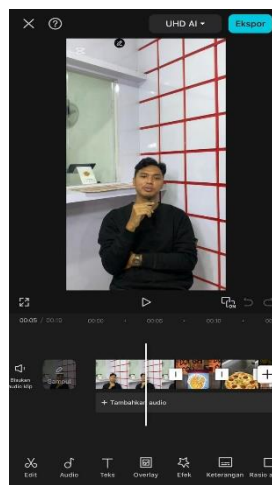
4.4 Analisis Hasil Tahap Pasca Produksi

4.4.1 Proses Editing Video

Penulis melakukan tahap *editing* dimulai pada tanggal 7 Februari – 10 Februari 2025. Dalam proses *editing* penulis menggunakan aplikasi *CapCut Pro*. Berikut tahapan proses *editing* yang penulis lakukan :

a.) *Import*

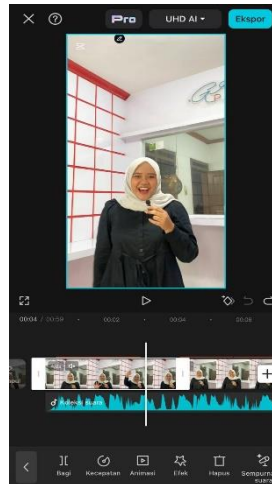
Pada proses *import* penulis memasukkan seluruh *footage* terpilih untuk masuk ke *software CapCut*.



Gambar 4. 21 Proses Import Footage

b.) Cutting

Setelah melakukan proses *import* video selanjutnya melakukan proses pemotongan video agar sesuai dengan klip dan durasinya.



Gambar 4. 22 Proses Cutting Video

c.) Transisi

Kemudian penulis menambahkan transisi di antara setiap klip untuk memberikan variasi pada video menggunakan efek transisi. Penulis menggunakan beberapa transisi yang tersedia di *Capcut Pro* seperti pudar hitam, film buram, tarik, potongan kertas, geser kanan/kiri.



Gambar 4. 23 Proses Penambahan Transisi Video

d.) Penyesuaian Visual

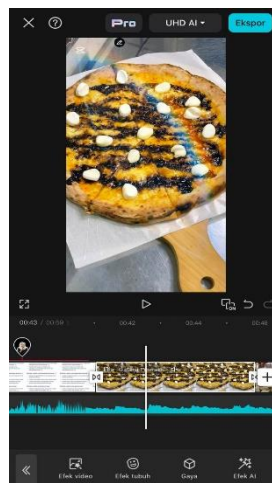
Penulis melakukan penyesuaian visual pada video yang membutuhkan efek seperti pencahayaan agar menghasilkan video yang baik.



Gambar 4. 24 Proses Penyesuaian Visual Video

e.) Pemilihan dan Penyuntingan Audio

Penulis juga melakukan penyuntingan terhadap audio menggunakan fitur dari *CapCut Pro* guna untuk menjernihkan audio.



Gambar 4. 25 Proses Penyuntingan Audio

f.) Efek Visual dan Grafis

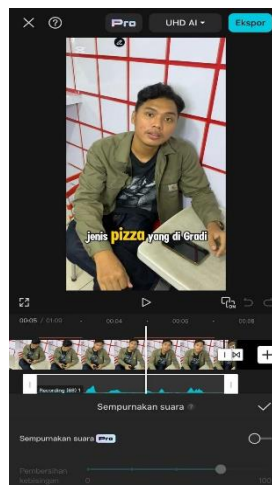
Penambahan efek visual penulis lakukan untuk memenuhi kebutuhan estetika video. Seperti contoh yang penulis gunakan yaitu *overlay* pudar masuk dan garis pinggir badan.



Gambar 4. 26 Proses Penambahan Efek Visual dan Grafis

g.) Mixing Audio

Proses *mixing* audio dilakukan untuk menyeimbangkan komponen audio pada video.



Gambar 4. 27 Proses Mixing Audio

h.) *Output dan Rendering*

Tahapan terakhir dalam proses *editing* video yaitu *rendering* hasil dari keseluruhan video yang telah diedit dan melakukan pemilihan resolusi yang tinggi agar video menjadi *HD*.



Gambar 4. 28 Proses Output dan Rendering

4.4.2 Review Hasil Editing

Setelah proses *editing* selesai penulis memberitahukan kepada *klien* untuk *review* video *reels* sebelum diunggah ke media sosial. Drajat Angkasa selaku *klien* memberikan respon positif dan hanya menambahkan sedikit tanggapan pada video tersebut yaitu agar menambahkan pencahayaan dan saturasi pada beberapa video. Setelah memperbaiki video penulis menentukan waktu publikasi untuk mengunggah di media sosial Instagram.

4.4.3 Publikasi

Tahapan selanjutnya yaitu publikasi konten, penulis melakukan riset mengenai waktu yang baik untuk mengunggah konten di Instagram tahun 2025. Menurut (Sprout Social, 2025) jam terbaik untuk memposting di Instagram yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Jam Terbaik Posting Konten Instagram

Hari	Jam
Senin	10.00 – 16.00 WIB
Selasa	10.00 – 14.00 WIB
Rabu	10.00 – 16.00 WIB
Kamis	10.00 – 15.00 WIB
Jum'at	11.00 – 14.00 WIB
Sabtu	09.00 – 16.00 WIB
Minggu	10.00 – 15.00 WIB

Selain itu, penulis juga melihat *insight* Instagram akun @gradipizzeria untuk mengetahui waktu yang paling aktif setiap harinya. Setelah menyesuaikan dua data dari akun Instagram dan penelitian terkait waktu terbaik untuk posting, penulis juga mempertimbangkan waktu yang bertepatan dengan bulan suci Ramadhan berikut adalah jadwal publikasi konten *reels* @gradipizzeria :

Tabel 4. 13 Jadwal Publikasi dan Link Konten Instagram

No	Judul Konten	Tanggal & Waktu Publikasi	Link
1.	<i>Man Behind Gradi</i>	Senin, 3 Maret 2025. Pukul 20.00 WIB	https://www.instagram.com/reel/DGvPnLNzkyp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA== .
2.	Kasih Paham 1	Selasa, 4 Maret 2025 Pukul 17.00 WIB	https://www.instagram.com/reel/DGxgq80TnVx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA== .

3.	<i>Meet The Crew</i>	Kamis, 6 Maret 2025 Pukul 20.00 WIB	https://www.instagram.com/reel/DG29ifyTvr8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA== .
4.	Kasih Paham 2 : Pizza Coklat	Jum'at, 7 Maret 2025 Pukul 17.00 WIB	https://www.instagram.com/reel/DG5NopDzd9j/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA== .
5.	Gradi Pizzeria Menu	Sabtu, 8 Maret 2025 Pukul 20.00 WIB	https://www.instagram.com/reel/DG8Gtwpz3JK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA== .
6.	<i>Make Pizza</i>	Senin, 10 Maret 2025 Pukul 20.00 WIB	https://www.instagram.com/reel/DHBQPcyTQRV/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA== .
7.	Kasih Paham 3 : Bulan Pizza Nasional	Selasa, 11 Maret 2025 Pukul 16.00 WIB	https://www.instagram.com/reel/DHDeAnWzfhi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA== .
8.	<i>The Best Peshroom</i>	Kamis, 13 Maret 2025 Pukul 19.00 WIB	https://www.instagram.com/reel/DHI4YDYz2JF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA== .
9.	<i>Ask The Crew</i>	Jum'at 14 Maret 2025 Pukul 20.00 WIB	https://www.instagram.com/reel/DHLjlC6zlwV/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA== .

			ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==.
10.	<i>Do This To Your Pizza</i>	Sabtu, 15 Maret 2025 Pukul 19.00 WIB	https://www.instagram.com/reel/DHN-maoziIc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==.

4.4.4 Evaluasi

4.4.4.1 Analisis Hasil *Insight* Konten Instagram

Setelah mengunggah konten dan melihat *insight* akun Instagram @gradipizzeria, kemudian terjadi peningkatan dengan rincian akun yang dijangkau bertambah 1.702,0%, kemudian akun yang berinteraksi bertambah 1.029, sementara total pengikut bertambah sebanyak 5,7%.



Gambar 4. 29 *Insight* Instagram @gradipizzeria Pasca Produksi

Selain berdasarkan *insight*, angka *engagement rate* Instagram juga mendapatkan peningkatan. Penulis melakukan pengukuran *engagement rate* 10 konten terbaru akun Instagram @gradipizzeria menggunakan rumus jumlah interaksi dibagi jumlah *followers* dikali 100 berikut merupakan hasil angka *engagement rate* Instagram @gradipizzeria pertanggal 29 April 2025 yaitu 3,7%.

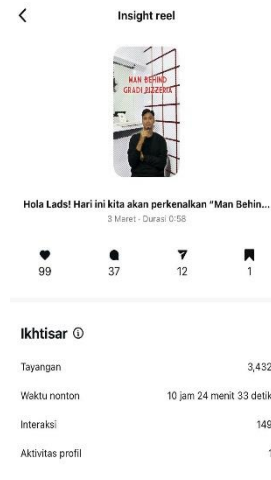
Tabel 4. 14 Standart Engagement Rate Scrunch

Kurang dari 1%	Tingkat keterlibatan rendah
Antara 1% dan 3,5%	Tingkat keterlibatan rata-rata/baik
Antara 3,5% dan 6%	Tingkat keterlibatan tinggi
Di atas 6%	Tingkat keterlibatan sangat tinggi

Data pada tabel diatas berdasarkan dari website resmi *scrunch.com*. Oleh karena itu angka *engagement rate* akun @gradipizzeria masuk dalam kategori tinggi setelah produksi konten karena yang awalnya hanya sebesar 0,9% dan mengalami kenaikan sebesar 3,7%.

a.) Analisis Hasil *Insight* Konten *Reels* 1

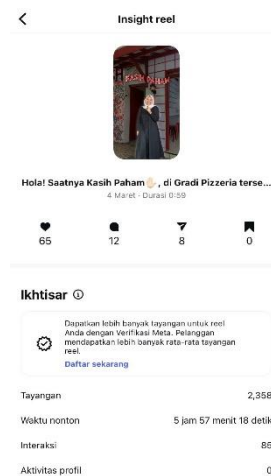
Pertanggal 29 April 2025, konten pertama yang berjudul “*Man Behind Gradi Pizzeria*” telah mendapatkan 3.432 tayangan. Interaksi *reels* mencapai 149 dengan rincian jumlah *likes* sebanyak 98, komentar sebanyak 37, dibagikan sebanyak 12, dan *save* 1.



Gambar 4. 30 Hasil Insight Konten Reels 1

b.) Analisis Hasil *Insight Konten Reels 2*

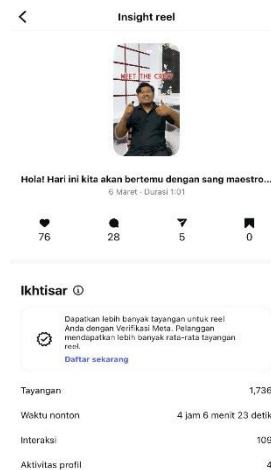
Pertanggal 29 April 2025, konten kedua yang berjudul “Kasih Paham 1” telah mendapatkan 2.358 tayangan. Interaksi *reels* mencapai 85 dengan rincian jumlah *likes* sebanyak 65, komentar sebanyak 12, dan dibagikan sebanyak 8.



Gambar 4. 31 Hasil Insight Konten Reels 2

c.) Analisis Hasil *Insight* Konten *Reels* 3

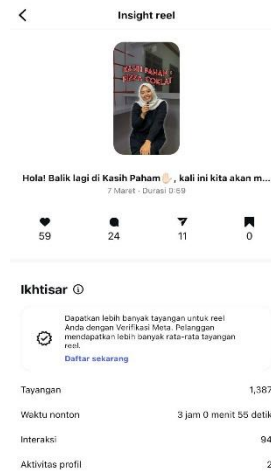
Pertanggal 29 April 2025, konten ketiga yang berjudul “*Meet The Crew*” telah mendapatkan 1.736 tayangan. Interaksi *reels* mencapai 109 dengan rincian jumlah *likes* sebanyak 76, komentar sebanyak 28, dan dibagikan sebanyak 5.



Gambar 4. 32 Hasil *Insight* Konten *Reels* 3

d.) Analisis Hasil *Insight* Konten *Reels* 4

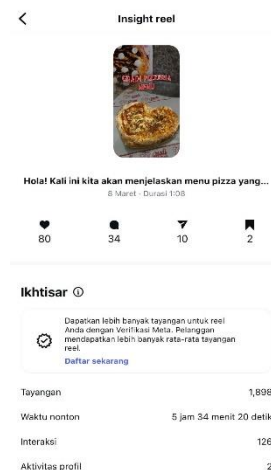
Pertanggal 29 April 2025, konten keempat yang berjudul “*Kasih Paham: Pizza Coklat*” telah mendapatkan 1.387 tayangan. Interaksi *reels* mencapai 94 dengan rincian jumlah *likes* sebanyak 59, komentar sebanyak 24, dan dibagikan sebanyak 11.



Gambar 4. 33 Hasil Insight Konten Reels 4

e.) Analisis Hasil *Insight Konten Reels 5*

Pertanggal 29 April 2025, konten kelima yang berjudul “Gradi Pizzeria Menu” telah mendapatkan 1.898 tayangan. Interaksi *reels* mencapai 126 dengan rincian jumlah *likes* sebanyak 80, komentar sebanyak 34, dibagikan sebanyak 10, dan *save* sebanyak 2.



Gambar 4. 34 Hasil Insight Konten Reels 5

f.) Analisis Hasil *Insight* Konten *Reels* 6

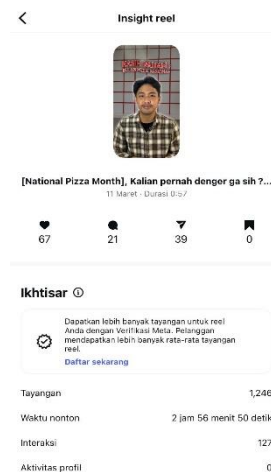
Pertanggal 29 April 2025, konten keenam yang berjudul “*Make Pizza*” telah mendapatkan 1.033 tayangan. Interaksi *reels* mencapai 92 dengan rincian jumlah *likes* sebanyak 66, komentar sebanyak 22, dan dibagikan sebanyak 3.



Gambar 4. 35 Hasil *Insight* Konten *Reels* 6

g.) Analisis Hasil *Insight* Konten *Reels* 7

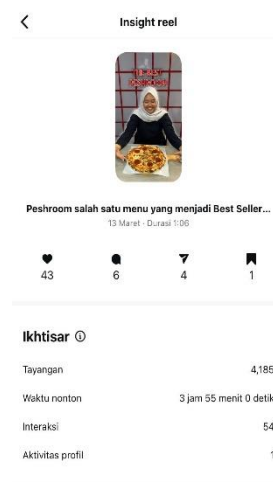
Pertanggal 29 April 2025, konten ketujuh yang berjudul “Kasih Paham: Bulan Pizza Nasional” telah mendapatkan 1.246 tayangan. Interaksi *reels* mencapai 127 dengan rincian jumlah *likes* 67, komentar 21, dan dibagikan sebanyak 39.



Gambar 4. 36 Hasil Insight Konten Reels 7

h.) Analisis Hasil *Insight Konten Reels 8*

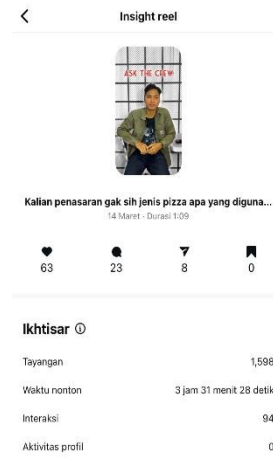
Pertanggal 29 April 2025, konten kedelapan yang berjudul “*The Best Peshroom*” telah mendapatkan 4.185 tayangan. Interaksi *reels* mencapai 54 dengan rincian jumlah *likes* 43, komentar 6, dibagikan sebanyak 4, dan *save* 1.



Gambar 4. 37 Hasil Insight Konten Reels 8

i.) Analisis Hasil *Insight Konten Reels 9*

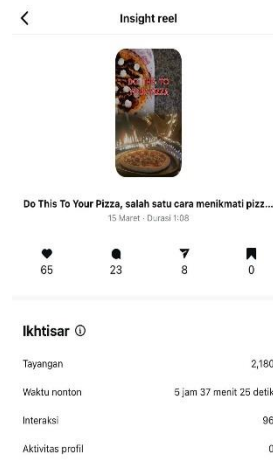
Pertanggal 29 April 2025, konten kesembilan yang berjudul “*Ask The Crew*” telah mendapatkan 1.598 tayangan. Interaksi *reels* mencapai 94 dengan rincian jumlah *likes* 63, komentar 23, dan dibagikan sebanyak 8.



Gambar 4. 38 Hasil Insight Konten Reels 9

j.) Analisis Hasil *Insight Konten Reels 10*

Pertanggal 29 April 2025, konten ketiga yang berjudul “*Do This To Your Pizza*” telah mendapatkan 2.180 tayangan. Interaksi *reels* mencapai 95 dengan rincian jumlah *likes* 65, komentar 23, dan *share* sebanyak 8.



Gambar 4. 39 Hasil Insight Konten Reels 10

Berikut merupakan *overview* hasil *insight* seluruh konten *reels* Instagram :

Tabel 4. 15 Overview Hasil Insight Konten Instagram

No	Judul	Tayangan	Suka	Komen	Share	Simpan
1.	<i>Man Behind Gradi Pizzeria</i>	3.432	99	37	12	1
2.	Kasih Paham 1	2.358	65	12	8	0
3.	<i>Meet The Crew</i>	1.736	75	28	5	0
4.	Kasih Paham 2 : Pizza Coklat	1.387	59	24	11	0
5.	Gradi Pizzeria Menu	1.898	80	34	10	2
6.	<i>Make Pizza</i>	1.033	67	22	3	0
7.	Kasih Paham 3 : Bulan Pizza Nasional	1.246	67	21	39	0
8.	<i>The Best Peshroom</i>	4.185	43	6	4	1
9.	<i>Ask The Crew</i>	1.598	63	23	8	0
10.	<i>Do This To Your Pizza</i>	2.180	65	23	8	0

Menurut tabel *overview* di atas dapat diketahui bahwa *insight* tertinggi terdapat pada konten kedelapan yang berjudul “*The Best Peshroom*” dengan jumlah *views* 4.185, *likes* sebanyak 43, komentar sebanyak 6, dan *share* sebanyak 4. Sedangkan *insight* terendah terdapat pada konten keenam dengan judul “*Make Pizza*” dengan jumlah *views* 1.033, *likes* sebanyak 66, komentar sebanyak 22, dan *share* sebanyak 3.

Berdasarkan analisis penulis, konten kedelapan bisa mendapatkan *insight* yang banyak karena konten *reels* tersebut menggunakan *talent* perempuan dan dibantu *share* oleh *talent* tersebut yang mempunyai banyak *followers*. Konten *reels* tersebut juga menggunakan fitur promosi berbayar di Instagram karena bertujuan

mengangkat menu *pizza best seller* sehingga mendapatkan *views* terbanyak. Sedangkan konten keenam yang mendapat *insight* terendah karena judul yang kurang menarik dan waktu posting yang tidak sesuai dengan waktu posting teramai di Instagram.

Dari hasil evaluasi dapat diketahui bahwa pembuatan konten *reels* Instagram menjadi alternatif yang efektif untuk meningkatkan *engagement rate*. Akan tetapi hal tersebut harus seimbang dengan konsistensi unggahan konten serta dapat menyajikan konten yang kreatif. Hal tersebut dibuktikan oleh Gradi Pizzeria yang berhasil meningkatkan *engagement rate*.

4.4.5 Sustainability

Dalam keberlanjutannya, proyek tugas akhir ini dapat diteruskan oleh klien karena penulis telah memberikan edukasi terkait bagaimana proses pembuatan konten dan *editing* dengan cara yang sederhana. Penulis juga memberikan *template feeds* agar tetap sesuai dengan tema apabila hendak membuat konten kedepannya. Tidak hanya itu, klien juga bisa mempromosikan postingan melalui fitur-fitur yang ada di Instagram. Proyek ini dapat diteruskan oleh dua orang *crew* yang bekerja di Gradi Pizzeria dengan pengetahuan yang sudah penulis bagikan.