

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

PT Tecno Glow Innovation merupakan perusahaan manufaktur maklon yang resmi beroperasi pada tahun 2023 serta berdedikasi pada kualitas dan transparansi dalam industri kecantikan. Dengan memanfaatkan teknologi terkini dan prinsip *sustainability*, PT Tecno Glow Innovation berkomitmen untuk terus mendukung *brand* dalam menciptakan produk yang inovatif, berkualitas, serta berdampak positif bagi lingkungan dan masyarakat sehingga dapat membangun industri kecantikan yang sehat dan terpercaya. Permasalahan yang dialami oleh PT Tecno Glow Innovation adalah belum optimalnya pengelolaan media sosial khususnya Instagram. Padahal, sebagai perusahaan manufaktur maklon di industri kecantikan yang telah memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan layanannya, PT Tecno Glow Innovation memiliki potensi besar untuk membangun kepercayaan masyarakat melalui konten yang bersifat edukatif dan informatif terutama pasca pemberitaan mafia maklon *skincare*.

4.2 Analisis Tahap Pra Produksi

Sebelum pelaksanaan produksi tugas akhir, dilakukan diskusi untuk menyesuaikan beberapa hal dengan regulasi dari klien yang menyebabkan adanya perubahan pada rancangan konten. Meskipun demikian, perubahan tersebut tidak mengubah tujuan dari pembuatan tugas akhir ini, yaitu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap perusahaan maklon kosmetik terpercaya melalui Instagram @tecnoglowinnovation. Adapun perubahan yang dimaksud adalah sebagai berikut.

4.2.1 Implementasi SSG dalam Produksi Tugas Akhir

Tabel 4.1 Perubahan *Standard Sequence Guide*

No.	Konten	Perubahan	Rancangan	Hasil
1.	<i>Virtual Factory Visit With Tecno Glow!</i>	Durasi	105 detik	71 detik
2.	Karena <i>Skincare</i> Aman Berawal Dari Tempat Yang Terpercaya	Durasi	• 90 detik	• 92 detik
3.	Kulitmu Unik, Formulanya Harus Tepat!	Durasi	• 95 detik	• 91 detik
4.	Sertifikasi Bukan Hanya Stempel, Tapi Perlindungan Buat Kulitmu!	Durasi	• 60 detik	• 91 detik
5.	<i>Say No To Skincare Overclaim!</i>	Durasi	• 85 detik	• 84 detik
6.	Dari Riset Sampai Produksi: Kami Lindungi Anda dari <i>Skincare</i> Berbahaya	Durasi	• 115 detik	• 89 detik
7.	Ingin Buat Brand <i>Skincare</i> ? Mungkin Kamu Wajib Tanya Hal Ini	Durasi	• 75 dtk	• 90 detik

4.3 Analisis Tahap Produksi

Proses produksi dalam proyek tugas akhir ini melibatkan berbagai elemen krusial seperti pemilihan *talent*, lokasi pengambilan video, dan penggunaan peralatan produksi. Setiap elemen dipertimbangkan untuk memastikan bahwa video yang diproduksi mampu memenuhi ekspektasi dan target yang sudah ditentukan. Beberapa *talent* yang terlibat dalam proses pengambilan video ini antara lain, Amalia Azzahra, Siti Fardah, Fanny Aulia, Syahrul Ubaydillah, dan Fachri Nugroho yang merupakan karyawan dari PT Tecno Glow Innovation.



Gambar 4.1 Dokumentasi penulis bersama *talent*

Proses *shooting* berlangsung selama dua hari dimulai pada pukul 09.00 WIB sampai pukul 15.30 WIB yang dilaksanakan di beberapa spot PT Tecno Glow Innovation seperti ruang produksi, laboratorium, ruang *quality control*, ruang *meeting*, ruang pengemasan, serta bagian depan bangunan perusahaan. Pemilihan lokasi bertujuan untuk memberikan nuansa yang berbeda pada tiap video yang diproduksi. Untuk peralatan yang digunakan dalam proses pengambilan video, penulis menggunakan Iphone 13 Pro Max, Saramonic Blink Me B2, dan tripod. Adapun Teknik pengambilan gambar yang dilakukan oleh penulis meliputi:

Tabel 4.2 Teknik Pengambilan Gambar

TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR	FOTO
<i>High angle shot</i> digunakan untuk memberikan kesan bahwa <i>talent</i> terlihat lebih kecil, di mana kamera ditempatkan lebih tinggi dari objek, lalu diarahkan ke bawah.	

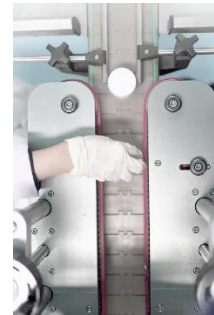
Scene ini menggunakan teknik *medium long shot* yang memperlihatkan *talent* dari sekitar lutut sampai kepala dengan tujuan memperlihatkan objek yang sedang berada di depan mesin *mixing*.



Terdapat *scene* yang memanfaatkan teknik *tracking shot* dengan kamera bergerak mengikuti pergerakan subjek dari arah depan. Teknik ini memberikan kesan yang dinamis sehingga penonton seolah diajak menyaksikan langsung proses yang sedang dijalankan.



Pada proses ini, teknik yang digunakan adalah *bird's eye view* dengan mengambil gambar dari sudut pandang sangat tinggi dan tegak lurus ke bawah untuk menampilkan perspektif visual jalur produksi secara jelas.



Over the shoulder shot (OTS) yang digunakan pada *scene* tersebut diambil dari belakang bahu *talent* untuk menunjukkan kegiatan yang sedang dilakukan, sehingga penonton dapat melihat dari sudut pandang orang di video.



Medium shot berfokus pada tubuh bagian atas dan digunakan untuk menunjukkan ekspresi sekaligus gerakan dari *talent* dengan lebih jelas



4.4 Analisis Tahap Pasca Produksi

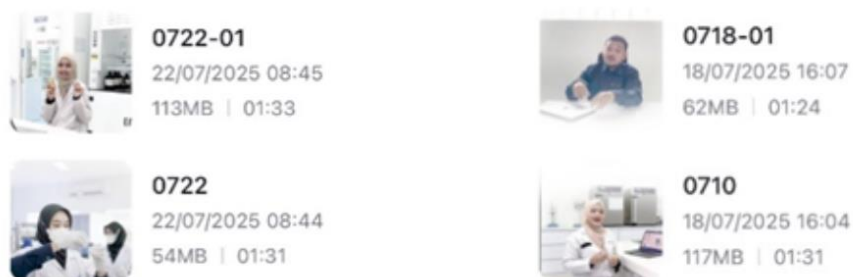
4.4.1 Jadwal Publikasi

Pada tahap perencanaan terdapat salah satu taktik yaitu jadwal publikasi. Di mana konten dijadwalkan untuk tayang tiap 3 kali seminggu, yaitu pada hari Senin, Rabu, dan Jum'at dengan waktu yang beragam seperti pukul 10.00 WIB, 13.00 WIB, 14.00 WIB, 15.00 WIB, dan 16.00 WIB. Namun, setelah melalui diskusi dengan klien, terjadi penyesuaian menjadi dua kali seminggu dan diunggah pada pukul 10.00 WIB, 14.00 WIB, dan 16.00 WIB. Hal tersebut didasarkan pada riset terhadap konten-konten yang sudah pernah dipublikasi sebelumnya melalui Instagram @tecnoglowinnovation.

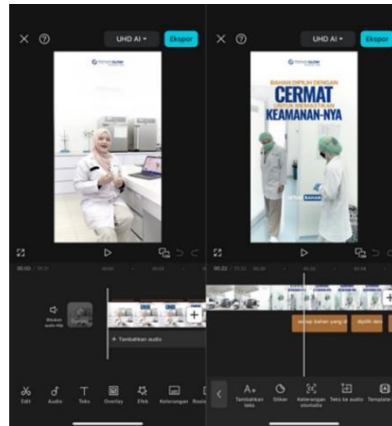
4.4.2 Editing

Setelah seluruh rangkaian *shooting* selesai, selanjutnya akan dilakukan proses *editing* dengan menggabungkan beberapa video untuk menghasilkan satu kesatuan video yang utuh sesuai dengan rancangan yang sudah ditentukan. Pada proses *editing*, penulis menggunakan aplikasi CapCut, berikut adalah langkah dalam pengerjaannya:

- Menggabungkan potongan-potongan video sesuai dengan SSG yang telah dibuat
- Menyamakan tone pada seluruh potongan video agar selaras satu sama lain
- Memasukkan *voice over*
- Membuat *subtitle* sesuai dengan video
- Menentukan jenis *font* dan animasi untuk *subtitle*
- Memasukkan *background no copyright* yang sesuai dengan konsep video
- Exporting* video dengan *setting* HD 1080p



Gambar 4.2 Hasil proses *editing*



Gambar 4.3 Proses *editing*

4.4.3 Pembuatan *Caption*

Proses pembuatan *caption* untuk tujuh konten edukatif yang diunggah pada akun Instagram @tecnoglowinnovation dibuat selaras dengan video dan bertujuan untuk memperkuat pemahaman audiens terhadap pesan yang disampaikan. *Caption* ditulis dengan menggunakan gaya bahasa yang komunikatif sehingga dapat menimbulkan kesadaran serta membangun kepercayaan masyarakat terhadap kredibilitas perusahaan. Beberapa *hashtag* yang selalu digunakan dalam penulisan *caption* untuk tujuh konten tersebut seperti, #manufacturingexcellence, #jasamaklonskincare, dan #everlastinghappiness. Untuk membedakan dua segmen yang ada, penulis memberi keterangan berupa #eduglow dan #transparansimaklon sesuai dengan konten yang sedang dibahas agar lebih memudahkan audiens jika ingin mencari konten pada segmen tersebut.

Tabel 4.3 *Caption* Konten

1. <i>Virtual Factory Visit With Tecno Glow!</i>	2. <i>Karena Skincare Aman Berawal Dari Tempat Yang Terpercaya</i>
Punya mimpi bikin <i>brand skincare</i> halal berkualitas tinggi? Yuk, lihat langsung gimana proses di balik layar kami di Tecno Glow! ✓ Lab R&D modern ✓ Mesin produksi canggih ✓ Ruang bersih berstandar CPKB & HALAL Kami hadir dari formulasi sampai pengemasan, siap bantu wujudkan produk	Kami percaya, <i>skincare</i> yang baik dimulai dari bahan yang tepat dan proses yang benar. Itu sebabnya setiap produk yang kami buat melewati serangkaian tahapan penting: ✓ Uji bahan ✓ Formulasi aman ✓ <i>Quality control</i> ketat

kosmetik impianmu!

🔗 Klik link di bio dan mulai perjalanan *brand*-mu bareng kami!
In collaboration with Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro
#manufacturingexcellence #jasamaklonskincare #everlastinghappiness #transparansimaklon

✔ Pengemasan higienis
Semua dilakukan demi menciptakan produk yang tidak hanya efektif, tapi juga aman dan bertanggung.
Yuk ngobrol dulu sama tim kami. Klik *link* di bio buat mulai langkahnya!
In collaboration with Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro
#manufacturingexcellence #jasamaklonskincare #everlastinghappiness #eduglow

3. Kulitmu Unik, Formulanya Harus tepat!

Setiap kulit itu unik. Maka, formulanya pun harus spesifik. 💡 ✨
Di Tecno Glow, kami percaya bahwa produk *skincare* yang baik adalah produk yang memahami karakter kulit konsumennya.
Karena itu, kami bantu *brand* kamu merancang formulasi yang tepat—berbasis data, diuji kualitas dan keamanannya, serta disesuaikan dengan kebutuhan target pasar.
💬 Konsultasikan produk *skincare* sesuai kebutuhan *brand* kamu.
Klik *link* di bio untuk hubungi tim kami sekarang! ❤️
In collaboration with Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro
#manufacturingexcellence #jasamaklonskincare #everlastinghappiness #eduglow

4. Sertifikasi Bukan Hanya Stempel, Tapi Perlindungan Buat Kulitmu!

Sertifikasi seperti BPOM dan Halal bukan hanya stempel.
Itu adalah bukti bahwa produk kamu telah melewati serangkaian uji dan proses ketat—mulai dari bahan baku, formulasi, hingga pengawasan mutu.
Di Tecno Glow, kami memastikan setiap produk yang kami bantu produksi memenuhi standar sertifikasi resmi. Karena bagi kami, keamanan konsumen adalah prioritas utama.
💬 Siap bangun *brand skincare* yang aman dan tersertifikasi? Klik link di bio dan hubungi tim kami sekarang.
In collaboration with Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro
#manufacturingexcellence #jasamaklonskincare #everlastinghappiness #eduglow

5. Say No To Skincare Overclaim!

Produk berkualitas dimulai dari proses yang akurat dan transparan.
Di Tecno Glow Innovation, kami pastikan setiap tahapan, dari lab hingga kemasan, berjalan dengan standar tinggi. Mulai dari uji bahan aktif, formulasi yang presisi, hingga kontrol kualitas yang

6. Dari Riset Sampai Produksi: Kami Lindungi Anda dari Skincare Berbahaya

Semakin banyak produk *skincare* beredar, semakin penting kita tahu: siapa yang memproduksi? Di Tecno Glow, kami uji setiap bahan, formulasikan dengan akurasi, dan jalankan *quality control* ketat sebelum produk siap dipasarkan.

konsisten, semua dilakukan demi satu tujuan: menciptakan produk yang aman, efektif, dan dipercaya pasar. Siap wujudkan produk skincare yang berkualitas dan terpercaya? Klik *link* di bio dan konsultasikan dengan tim kami sekarang.
In collaboration with Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro
#manufacturingexcellence #jasamaklonskincare #everlastinghappiness #eduglow

Bukan cuma soal tampilan, tapi soal bukti. 😊 ✨
Dari lab ke kulitmu, kami pastikan setiap proses bisa dipertanggungjawabkan. Bangun *brand* kamu bersama maklon yang terbukti. Klik *link* di bio untuk mulai langkah pertamamu bersama Tecno Glow.
In collaboration with Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro
#manufacturingexcellence #jasamaklonskincare #everlastinghappiness #eduglow
#transparansimaklon

7. Ingin Buat *Brand Skincare*? Mungkin Kamu Wajib Tanya Hal Ini

Mau punya *brand skincare*, tapi takut gagal? Tenang, kamu nggak sendiri. Banyak yang bingung di awal karena cuma fokus di harga & desain 🤔
Padahal yang harus ditanya justru:
• Siapa yang formulasikan?
• Aman nggak bahan aktifnya?
• Bisa bantu urus legalitas sampai BPOM?
Skincare bukan cuma soal viral, tapi juga soal tanggung jawab. Jangan asal pilih maklon—pastikan mereka paham prosesnya secara menyeluruh dan transparan.
📩 Hubungi tim kami dan diskusikan kebutuhan *brand* kamu sekarang!

In collaboration with Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro
#manufacturingexcellence #jasamaklonskincare #everlastinghappiness #eduglow
w

4.5 Publikasi

Setelah melalui tahap pra produksi sampai pasca produksi, selanjutnya video akan diunggah pada akun Instagram @tecnoglowinnovation yang dapat diakses melalui tautan berikut:

Tabel 4.4 Publikasi Konten

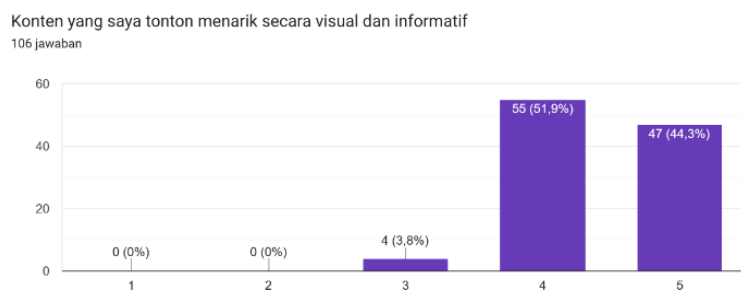
No.	Konten	Rancangan	Tanggal Publikasi	Tautan Video
1.	<i>Virtual Factory Visit With Tecno Glow!</i>	16 Juni 2025	23 Juni 2025	https://www.instagram.com/reel/DLOsh-JzxFs/
2.	Karena <i>Skincare</i> Aman Berawal Dari Tempat Yang Terpercaya	18 Juni 2025	9 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DL4NvYpzrFK/
3.	Kulitmu Unik, Formulanya Harus tepat!	20 Juni 2025	10 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DL6_d09z78f/
4.	Sertifikasi Bukan Hanya Stempel, Tapi Perlindungan Buat Kulitmu!	23 Juni 2025	17 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DMMSopgz6cS/
5.	<i>Say No To Skincare Overclaim!</i>	25 Juni 2025	18 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DMPlrDRzn5q/
6.	Dari Riset Sampai Produksi: Kami Lindungi Anda dari <i>Skincare</i> Berbahaya	27 Juni 2025	21 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DMWmvTNTOB-/
7.	Ingin Buat <i>Brand Skincare</i> ? Mungkin Kamu Wajib Tanya Hal Ini	30 Juni 2025	25 Juli 2025	https://www.instagram.com/p/DMhiZMXTa2K/

4.6 Analisis Hasil dan Evaluasi

4.6.1 Analisis Hasil

Sebagai upaya dalam meninjau efektivitas konten edukatif yang telah dipublikasikan, dilakukan survei pasca produksi menggunakan Google Form yang dilaksanakan pada periode 25-27 Juli 2025 dan diisi oleh 106 responden yang sebelumnya telah mengisi survei pertama dan menonton tujuh konten yang sudah dipublikasikan. Responden diminta untuk mengisi pertanyaan dengan jawaban berupa skala linear 1 sampai 5, di mana 1 berarti sangat tidak setuju dan 5 berarti sangat setuju. Survei ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana konten yang telah dibuat mampu meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap perusahaan maklon kosmetik terpercaya terutama pasca pemberitaan mafia maklon *skincare*.

Dari hasil survei, sebagian besar responden menunjukkan respon yang positif. Sebanyak 51,9% responden memilih angka 4, dan 44,3% memilih nilai 5, yang menunjukkan bahwa lebih dari 96% responden menganggap konten yang disajikan sudah menarik secara visual sekaligus memberikan informasi yang relevan. Dapat diartikan bahwa konten edukatif yang diunggah berhasil menarik perhatian audiens baik dari segi visual maupun substansi, sehingga dapat dikatakan bahwa strategi penyampaian informasi melalui pendekatan visual berjalan cukup efektif.



Gambar 4.4 Persentase konten menarik secara visual dan informatif

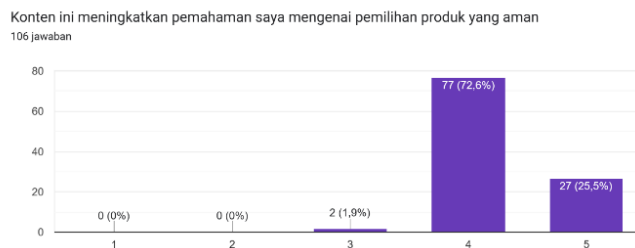
Hasil survei mengindikasikan bahwa konten edukatif yang disajikan berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat terkait perusahaan maklon kosmetik, di mana 42,5% responden memilih nilai 4 dan 57,5% memilih nilai 5. Jika dibandingkan dengan hasil pra survei, di mana sebanyak 44,3% responden mengaku sangat memahami dan mengikuti perkembangan

perusahaan maklon skincare, sementara 36,8% menyatakan cukup tahu dan pernah membaca atau mendengar, serta 18,9% lainnya hanya pernah dengar tanpa mengetahui detailnya, maka temuan ini menunjukkan adanya peningkatan tingkat pemahaman sebesar 13,2%. Hal ini dapat dijadikan sebagai indikator bahwa pesan edukatif yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh target audiens.



Gambar 4.5 Pemahaman responden tentang perusahaan maklon kosmetik

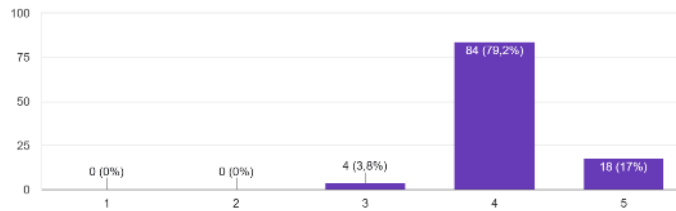
Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan respon positif, dengan 72,6% memilih nilai 4 dan 25,5% memilih nilai 5, sementara itu hanya 1,9% responden yang memberikan nilai 3 atau netral. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang diunggah cukup efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya memilih produk *skincare* yang aman dan terpercaya.



Gambar 4.6 Pemahaman responden tentang pemilihan produk yang aman

Sebanyak 79,2% responden memberikan penilaian pada nomor 4 dan 17% memberikan nilai 5, sehingga total 96,2% responden menyatakan setuju hingga sangat setuju bahwa informasi yang disampaikan mudah dipahami dan tidak membosankan. Sementara itu, hanya 3,8% responden yang berasa posisi netral.

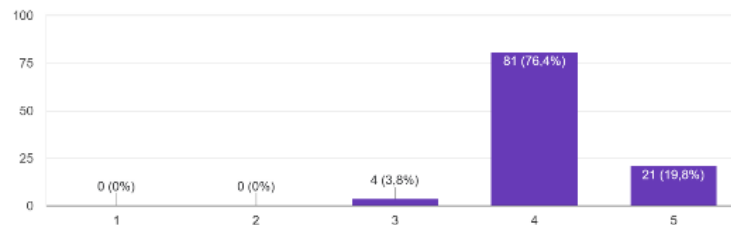
Penyampaian informasi terasa mudah dipahami dan tidak membosankan
106 jawaban



Gambar 4.7 Penyampaian informasi menurut responden

Konten edukatif yang sudah diunggah dianggap berhasil membangun kesadaran dan memberikan pemahaman dasar mengenai indikator maklon terpercaya. Hal ini dapat dilihat dari hasil survei yang menunjukkan 76,4% responden memilih nilai 4 dan 19,8% responden memilih nilai 5. Sementara itu, 3,8% lainnya memilih angka 3 atau netral.

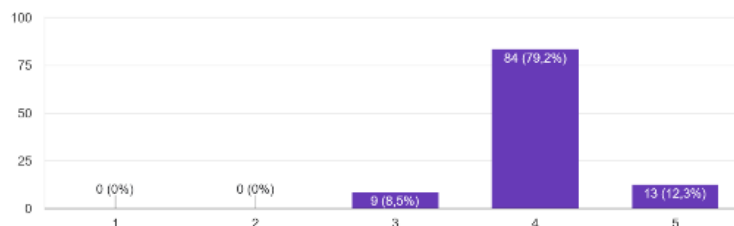
Konten ini membantu saya membedakan maklon terpercaya vs tidak terpercaya
106 jawaban



Gambar 4.8 Persentase responden membedakan maklon terpercaya

Selain meningkatkan pemahaman masyarakat terkait dengan perusahaan maklon terpercaya, konten edukatif yang diunggah ternyata turut andil dalam membangun citra positif PT Tecno Glow Innovation sebagai perusahaan maklon kosmetik yang dapat dipercaya. Terlihat dari hasil survei, sebanyak 79,2% responden memilih nilai 4 dan 12,3% memilih nilai 5. Sementara itu 8,5% sisanya bereaksi netral dengan memilih angka 3.

Setelah menonton konten, saya merasa lebih percaya terhadap PT Tecno Glow Innovation
106 jawaban



Gambar 4.9 Persentase kepercayaan responden terhadap PT TGI

Selain itu, hasil survei menunjukkan seluruh responden memberikan nilai positif, dengan mayoritas memilih nilai 4 (64,2%) dan 5 (35,8%). Ini menunjukkan bahwa konten edukatif berhasil meningkatkan pemahaman audiens tentang pentingnya memilih tempat maklon yang aman.

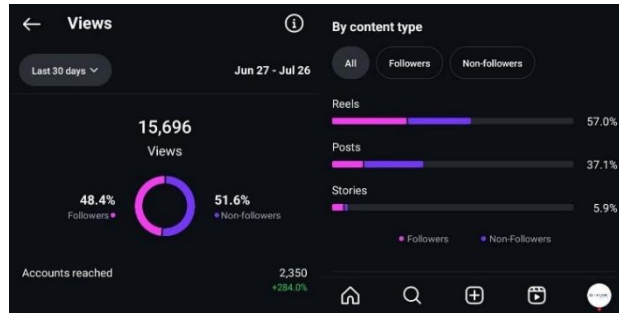


Gambar 4.10 Persentase responden teredukasi memilih tempat maklon

Secara keseluruhan, survei ini menunjukkan bahwa konten edukatif dalam format miniseries seperti eduglow dan transparansi maklon yang diunggah melalui Instagram @tecnoglowinnovation berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap perusahaan maklon kosmetik terpercaya.

4.6.2 Evaluasi

Berdasarkan data *insight* Instagram @tecnoglowinnovation, selama periode bulan Juni hingga Juli 2025, terlihat bahwa total jumlah tayangan (*views*) mencapai 15.696, dengan kontribusi 51,6% berasal dari *non-followers* dan 48,4% dari *followers*. Hal ini menunjukkan bahwa konten edukatif yang dipublikasikan berhasil menjangkau audiens baru di luar pengikut akun serta memperluas jangkauan *brand*. Bahkan total akun yang berhasil dijangkau mengalami peningkatan sebesar 284% mencapai 2.350 akun. Jika dilihat berdasarkan jenis kontennya, format *Reels* mendominasi kontribusi tayangan sebesar 57%. Data ini mengindikasikan bahwa *Reels* menjadi format yang paling efektif dalam menarik perhatian audiens terhadap konten edukatif yang diproduksi.



Gambar 4.11 *Insight* pasca konten diunggah

Untuk melihat gambaran performa secara lebih rinci, berikut disajikan tabel *overview* hasil publikasi konten edukatif yang memuat pencapaian tiap video serta perbandingan antara target awal dan hasil faktual.

Tabel 4.5 *Overview* Hasil Publikasi Konten

NO.	KONTEN	INTERAKSI	TARGET	HASIL
1.	<i>Virtual Factory Visit With Tecno Glow!</i>	<i>Like</i>	70	99
		<i>Views</i>	2.910	4.394
		<i>Comment</i>	15	15
		<i>Share</i>	15	17
2.	Karena <i>Skincare</i> Aman Berawal Dari Tempat Yang Terpercaya	<i>Like</i>	70	103
		<i>Views</i>	2.915	5.934
		<i>Comment</i>	15	20
		<i>Share</i>	15	21
3.	Kulitmu Unik, Formulanya Harus tepat!	<i>Like</i>	75	87
		<i>Views</i>	2.920	5.902
		<i>Comment</i>	17	20
		<i>Share</i>	17	30
4.	Sertifikasi Bukan Hanya Stempel, Tapi Perlindungan Buat Kulitmu!	<i>Like</i>	75	108
		<i>Views</i>	2.920	3.892
		<i>Comment</i>	18	36
		<i>Share</i>	18	20
5.	<i>Say No To Skincare Overclaim!</i>	<i>Like</i>	77	102
		<i>Views</i>	2.925	4.103
		<i>Comment</i>	20	19
		<i>Share</i>	20	23
6.	Dari Riset Sampai Produksi: Kami Lindungi Anda dari <i>Skincare</i> Berbahaya	<i>Like</i>	79	110
		<i>Views</i>	2.930	3.854
		<i>Comment</i>	23	22
		<i>Share</i>	23	22
7.	Ingin Buat <i>Brand Skincare</i> ? Mungkin Kamu Wajib Tanya Hal Ini	<i>Like</i>	80	167
		<i>Views</i>	2.940	3.930
		<i>Comment</i>	24	13
		<i>Share</i>	23	10

Pada tujuh konten yang sudah diunggah, terdapat beberapa konten yang tidak mampu untuk memenuhi target awal, antara lain:

a. *Say No To Skincare Overclaim!*.

Konten ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan, kecuali pada indikator komentar. Dari target awal sebanyak 20 komentar, konten ini hanya mampu meraih 19 komentar. Selisih tipis ini mungkin disebabkan oleh kurangnya ajakan langsung untuk berkomentar (*call to action*) serta narasi yang kurang memicu diskusi di kalangan audiens.

b. Dari Riset Sampai Produksi: Kami Lindungi Anda dari *Skincare* Berbahaya

Konten ini tidak sepenuhnya memenuhi target pada indikator komentar dan jumlah *share*. Dari target masing-masing sebanyak 23, hasil akhir menunjukkan pencapaian sebesar 22 komentar dan 22 kali dibagikan. Meskipun selisihnya sangat tipis, hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya elemen emosional atau aspek yang benar-benar *relatable* bagi audiens, sehingga konten terasa informatif namun tidak cukup menggugah untuk mendorong mereka untuk berbagi atau berkomentar.

c. Ingin Buat *Brand Skincare*? Mungkin Kamu Wajib Tanya Hal Ini

Konten ini belum berhasil mencapai target interaksi pada dua indikator, yaitu *like* dan *share*. Dari target sebanyak 24 *like* dan 23 *share*, hasil aktual hanya memperoleh 13 *like* dan 10 kali dibagikan. Salah satu kemungkinan penyebabnya adalah karena topik yang diangkat terlalu spesifik, sehingga hanya relevan bagi segmen audiens tertentu yang ingin memulai *brand skincare*. Selain itu, konten ini juga tidak memunculkan rasa urgensi yang mendorong audiens untuk segera membagikan informasi tersebut.

Secara keseluruhan, komentar yang diterima dari ketujuh konten edukatif menunjukkan bahwa audiens memiliki ketertarikan terhadap topik yang dibahas. Sebagian komentar bersifat positif dan mendukung seperti apresiasi terhadap konten yang dianggap informatif, serta ungkapan ketertarikan untuk mengetahui lebih lanjut.



Gambar 4.12 Komentar yang diterima pasca produksi

4.7 Hambatan Proses Produksi

4.7.1 Pra Produksi

Pada tahap pra produksi, penulis menghadapi beberapa hambatan yang memerlukan kompromi dengan klien, di antaranya adalah batasan data internal yang dapat dicantumkan dalam laporan tugas akhir, penyesuaian waktu pelaksanaan dengan agenda perusahaan, pengajuan ide konten yang memerlukan diskusi berulang agar sesuai dengan kebutuhan klien dan tujuan akademis, serta perubahan judul tugas akhir setelah seminar proposal yang menyebabkan lamanya proses *approval* dari perusahaan, sehingga terjadi perubahan pada *timeline* awal yang sudah direncanakan.

4.7.2 Produksi

Pada tahap produksi, hambatan yang dialami penulis adalah perubahan *timeline* pengambilan video yang pada awalnya dijadwalkan dapat terlaksana pada awal bulan Juni, namun terjadi beberapa kali perubahan dikarenakan hari libur nasional serta perubahan izin untuk pengambilan gambar di lingkungan pabrik. Hal ini menyebabkan adanya kemunduran pada *timeline* sehingga proses pengambilan video hanya dapat dilakukan dua kali yaitu pada tanggal 19 Juni 2025 dan 3 Juli 2025.

4.7.3 Pasca produksi

Pada fase pasca produksi, penulis menghadapi beberapa hambatan yang menyebabkan keterlambatan dalam pengunggahan tujuh konten ke akun Instagram resmi milik klien. Hambatan tersebut antara lain disebabkan oleh perubahan jadwal unggah dari pihak klien karena berbenturan dengan konten lain yang berkaitan dengan *event* internal yang harus diutamakan, proses *approval* yang memakan waktu cukup lama, serta mekanisme pengunggahan yang sepenuhnya dilakukan oleh staf internal perusahaan.