

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV ini menguraikan hasil serta pembahasan dari proyek tugas akhir dengan mengaitkan analisis teori sudah direncanakan pada Bab III. Pemanfaatan konten pada media sosial Instagram pada era digitalisasi ini sangatlah diperlukan, hal ini juga dilakukan oleh Toko Bunga Agung Florist. Penyebaran Informasi yang dilakukan Toko Bunga Agung Florist dengan menggunakan metode yang berkaitan dengan *public relations* guna meningkatkan *brand awareness* kepada masyarakat terhadap Toko Bunga Agung Florist. Penggunaan taktik konten seperti durasi, kalender konten, audio tren, penggunaan tagar, *cinematic* dan juga penerapan *hook* diawal video merupakan komponen utama dalam pembuatan konten yang efektif. Pendampingan pada Toko Bunga Agung Florist juga merupakan salah satu fokus penulis yang merupakan permasalahan yang juga dialami oleh Toko Bunga Agung Florist. Dalam hal ini Toko Bunga Agung Florist juga turut membantu serta diikutsertakan dalam pembuatan proyek ini sehingga menambah pengalaman dalam pembuatan konten khususnya konten pada *reels* Instagram.

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

Toko Bunga Agung Florist adalah Toko Bunga yang menjual produk bunga seperti bunga buket, bunga papan, *standings flowers*, bunga meja dan anggrek bulan. Permasalahan yang tengah dihadapi Toko Bunga Agung Florist kurangnya pengetahuan merek khususnya remaja kota Jakarta Selatan yang merupakan target penjualan Toko Bunga Agung Florist, hal ini didasari dengan kurangnya produktivitas pembuatan konten pada laman Instagram @agungflorist_ milik Toko Bunga Agung Florist sehingga *brand awareness* remaja kota Jakarta Selatan pada Toko Bunga Agung Florist masih rendah. Pendampingan juga diperlukan kepada Toko Bunga Agung Florist, dalam hal ini kurangnya produktivitas konten pada Instagram @agungflorist_ disebabkan pemahaman pembuatan konten yang kreatif dan efektif juga masih kurang sehingga pengalaman dalam pembuatan konten nantinya dapat memberikan *insight* yang cukup untuk jangka waktu yang berkepanjangan bagi Toko Bunga Agung Florist.

4.2 Tahap Pra Produksi Tugas Akhir

Sebelum memulai proyek tugas akhir ini, terdapat diskusi serta penyesuaian yang dilakukan sehingga terdapat perubahan pada rancangan yang sebelumnya dibuat. Dalam proses diskusi ini yang merupakan dari bagian pendampingan, dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas, visual, pesan dan konsistensi *branding* dalam setiap materi yang dipublikasikan pada laman Instagram @agungflorist_nantinya. Pendampingan pada pra produksi ini mencakup beberapa pembahasan terkait SSG (*Structural Storytelling Guide*) yang telah disusun sebelumnya untuk menentukan alur cerita, pesan inti, serta gaya komunikasi yang sesuai dengan identitas *brand*.



Dengan adanya perubahan setelah diskusi sebelumnya, tidak mempengaruhi tujuan dari pembuatan tugas akhir ini yaitu pendampingan dan pembuatan konten informasi melalui Instagram @agungflorist_. Adapun perubahan yang diuraikan di bawah ini.

Tabel 4. 1 Perubahan SSG Pada Produksi Konten @agungflorist_

No	Judul Konten	Aspek	Perencanaan	Implementasi	Pertimbangan Perubahan
----	--------------	-------	-------------	--------------	------------------------

1.	“Kenalan Yuk dengan Bunga di Agung Florist!”	<i>Script</i>	Pada setiap penyebutan produk dijelaskan melalui <i>voiceover</i> .	Dalam penjelasan produk hanya menggunakan teks pada video dengan menjelaskan nama produk beserta kisaran harga.	Pertimbangan dalam hal ini karena berfokuskan kepada produk yang dijelaskan sehingga <i>script</i> yang terdapat pada rancangan tidak terlalu diperlukan.
		Durasi	2 Menit 33 Detik	1 Menit 36 Detik	Meminimalisir durasi yang berlebihan dalam pembuatan produksi konten sehingga menjadikan konten lebih efektif.
		Topik	Pembahasan produk yang terdapat Pada Agung Florist	-	-
		Musik	-	<i>relaxing, simple, countryside, travel, nostalgic</i>	-
2.	“Mau Kirim Bunga? Begini Cara Pesannya di Agung Florist”	<i>Script</i>	Perencanaan sesuai dengan pengimplementasian	-	-
		Durasi	2 Menit 1 Detik	2 Menit 8 Detik	Perubahan dilakukan dikarenakan penambahan bumper out pada video yang yang awalnya hanya 3 detik menjadi 8 detik.
		Topik	Cara pemesanan produk Toko Bunga Agung Florist secara langsung	-	-

			maupun online		
		Musik	-	<i>happy upbiet</i>	
3.	“Dimana – mana ada Agung Florist ?”	<i>Script</i>	Perencanaan sesuai dengan Pengimplemntasian	-	-
		Durasi	1 Menit 23 Detik	1 Menit 6 Detik	Perubahan dilakukan karena disesuaikan dengan perkiraan durasi yang kurang tepat pada perencanaan sehingga terdapat perubahan pada durasi
		Topik	Pemasaran produk Toko Bunga Agung Florist hingga keluar kota serta menjelaskan destinasi pemasaran pada Toko Bunga Agung Florist	-	-
		Musik	-	<i>happy upbeat</i>	-
4.	“Gausah bingung gausah bimbang di Agung Florist banyak pilihan”	<i>Script</i>	Terdapat perubahan pada bunga di bawah ini : Mawar adalah simbol cinta yang dan romantisme. Setiap warna mawar juga memiliki arti yang berbeda.	Perubahan pada implementasi konten menjadi : Bunga <i>baby breath</i> contohnya bukan hanya sekedar bunga. Tapi juga bunga <i>baby breath</i> melambangkan	Pertimbangan dalam perubahan <i>script</i> dikarenakan ketersediaan bunga pada Toko Bunga Agung Florist. Pada awalnya penulis memiliki rancangan bunga anggrek dan juga lily, namun dikarenakan pada

			Mawar merah melambangkan cinta sejati dan keberanian, mawar putih melambangkan kesucian dan awal yang baru. Mawar pink cocok untuk mengungkapkan rasa kagum dan kelembutan, sedangkan mawar kuning lebih cocok untuk menggambarkan persahabatan dan semangat ceria. • Berbeda lagi dengan bunga matahari, yang melambangkan kesetiaan, energi, dan optimisme. Karena bunga ini selalu menghadap ke arah matahari, ia juga menjadi	sebuah kemurnian dan cinta abadi. • Warna mawar mememanglah beragam, tapi setiap warna mawar memiliki arti yang berbeda mulai dari persahabatan sampai cinta sejati • Bunga aster tidak kalah banyaknya contohnya bunga aster bewarna putih, memiliki arti dari sebuah harapan baru. Berbeda dengan bunga aster yang berwarna kuning merupakan rasa dari optimisme untuk menunjang harapan yang baru itu • Bunga matahari bukan hanya sekedar melambangkan energi dan juga	ketersediaan bunga maka dari itu penulis mengubah isi konten dalam pengimplementasian.
--	--	--	--	---	---

			simbol harapan dan kekuatan dalam menghadapi hari-hari yang sulit. • Bunga yang tak kalah mewah dan elegan adalah anggrek bulan. Ia mewakili cinta abadi, kemewahan, dan ketulusan. Bentuknya yang cantik simbol penghargaan kepada seseorang yang spesial. • Sementara itu, lily dikenal sebagai simbol kesucian, ketenangan, dan penghiburan. Kepada seseorang yang memerlukan dukungan di masa yang sulit.	kesetian, bunga matahari lebih daripada itu. Bunga matahari juga melambangkan sebuah kekuatan dalam menghadapi masa – masa yang sulit.	
		Durasi	2 Menit 23 Detik	2 Menit 4 Detik	Perubahan pada

					durasi video konten disebabkan oleh <i>script</i> pada konten yang berubah sehingga berdampak pada implementasi pada produksi yang tidak sesuai dengan perancangan.
		Topik	Macam – macam bunga yang tersedia pada Toko Bunga Agung Florist	-	-
		Musik	-	<i>hotel lounge relax background</i>	-
5.	Rahasia board flowers cantik Agung Florist	<i>Script</i>	- Judul video konten awalnya “Rahasia bunga <i>bouquet</i> cantik Agung Florist - Buruan nonton video ini Cuma butuh waktu 1 menit aja kalian bakal tau gimana si cara Agung Florist membuat bunga <i>bouquet</i> yang cantik dan menarik. Gimana cara buatnya? Gini	- Judul video konten menjadi “Rahasia board flowers cantik Agung Florist” - Buruan nonton video ini Cuma butuh waktu 1 menit aja kalian bakal tau gimana si cara Agung Florist membuat <i>board flowers</i> yang cantik dan menarik. Gimana cara buatnya? Gini caranya.	Alasan dari perubahan ini dikarenakan klien meyakinkan dengan produk konten <i>board flowers</i> yang merupakan produk dari Toko Bunga Agung Florist.

			caranya.		
		Durasi	1 Menit 23 Detik	2 Menit 14 Detik	Dalam perubahan durasi ini dikarenakan pembuatan produk yang berubah sehingga pembuatan menjadi lebih lama yang berefek kepada durasi konten
		Topik	Cara pembuatan bunga bouquet Toko Bunga Agung Florist	Cara pembuatan Board Flowers Toko Bunga Agung Florist	Perubahan pada judul konten sehingga topik pembahasan pada video ini juga berubah.
		Musik	-	<i>happy alone</i>	-
6.	“Keunikan Agung Florist, Agung Florist Nggak Sekadar Merangkai, Kami Mengerti Perasaan”	<i>Script</i>	Perancangan sesuai dengan pengimplementasian.	-	-
		Durasi	1 Menit 33 Detik	1 Menit 27 Detik	Perkiraan durasi yang kurang tepat pada perancangan.
		Topik	Menjelaskan keunikan dari Agung Florist dari sisi inovasi maupun teknologi	-	-
		Musik	-	<i>news studio pro sound</i>	-
7.	“Ada apa dengan Bunga #1	<i>Script</i>	Perancangan sesuai dengan pengimplementasian	-	-
		Durasi	1 Menit 28 Detik	2 Menit 28 Detik	Perubahaan pada durasi ini disebabkan

					oleh jawaban pada narasumber yang lebih dari perkiraan penulis.
		Topik	Membahas pemberian bunga pada sudut pandang perempuan	-	-
		Musik	-	<i>amandor release</i>	-
8.	“Ada apa dengan Bunga #2	Script	Perancangan sesuai dengan pengimplementasian		
		Durasi	1 Menit 33 Detik	3 Menit 11 Detik	
		Topik	Membahas pemberian bunga pada sudut pandang Laki-laki		
		Musik	-	<i>funk</i>	-

4.3 Pelaksanaan Produksi Tugas Akhir

Dalam pelaksanaan produksi tugas akhir merupakan proses pengambilan video sebagai bahan video konten *reels* Instagram @agungflorist_. Produksi ini menggunakan alat yang terdiri atas dari kamera Sony ZV1, *handphone* Iphone 11, mikrofon Hollyland Lark 150 Due dan *lightning* guna mendukung produksi ini.

4.3.1 Proses pengambilan gambar dan video

Pada proses pengambilan video menerapkan pengambilan teknik gambar yang terdiri dari beberapa cara antara lain :

a. Close Up

Pengambilan gambar *close up* merupakan proses pengambilan gambar yang memperlihatkan objek secara dekat. Implementasi yang dilakukan dalam produksi ini bertujuan untuk menfokuskan objek seperti produk ataupun bunga dengan memperlihatkan detail dari objek.

Dalam pengambilan gambar *close up* ini bertujuan untuk memberikan impresi positif dengan melihat produk ataupun bunga pada bunga Toko Bunga Agung secara detail dan natural.



Gambar 4. 1 Contoh Pengambilan Gambar Close Up

Gambar 4. 2 Contoh Pengambilan Gambar Close Up

b. Medium Close Up

Pada pengambilan gambar *medium close up* digunakan pada bagian menfokuskan pada *talent* didalam video konten.

Dalam pengambilan gambar *medium close up* bertujuan untuk menjaga perhatian audiens tanpa terlalu jauh dan terlalu dekat supaya pesan yang disampaikan oleh *talent* efektif dan mudah dipahami tanpa ada gangguan pada visual dari konten tersebut.



Gambar 4. 3 Contoh Pengambilan Gambar Medium Close Up

c. Medium shot

Pengambilan gambar *medium shot* digunakan untuk menunjukan ekspresi wajah dengan pergerakan tubuh yang leluasa oleh *talent*.

Dalam pengambilan gambar *medium shot* sendiri untuk kesemibangan pada pengambilan gambar antara ekspresi dan pergerakan *talent* sehingga meliputi pergerakan *talent* secara

keseluruhan,
sehingga
pengambilan
gambar efektif.



Gambar 4. 4 Contoh Pengambilan Gambar Medium Shot



Gambar 4. 5 Contoh Pengambilan Gambar Medium Shot

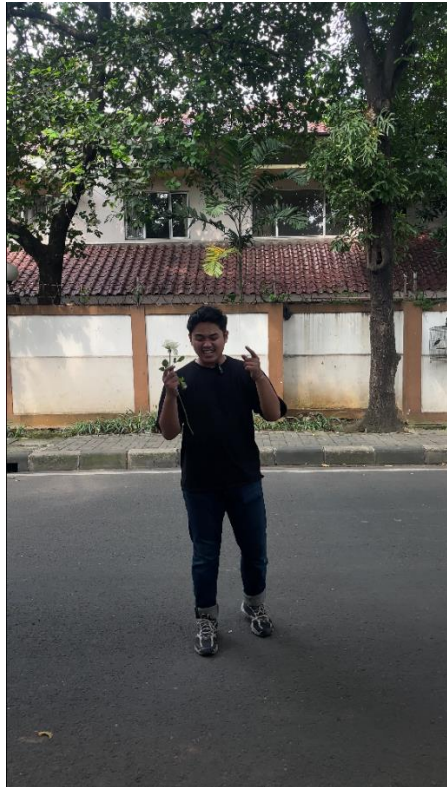
d. Long shot

Pada pengambilan gambar *long shot* sendiri merupakan pengambilan gambar yang didominasi oleh latar dibanding objek pada video.

Dalam pengambilan gambar *long shot* pada produksi terbilang cukup jarang, namun pengambilan gambar *longshot* terkadang digunakan sebagai awal dari sebuah adegan.



Gambar 4. 6 Contoh Pengambilan Gambar Long Shot



Gambar 4. 7 Contoh Pengambilan Gambar Long Shot

4.3.2 Timeline pengambilan video

Pengambilan video dilaksanakan pada beberapa hari yang dijelaskan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. 2 Timeline Pengambilan Video

No	Judul Konten	Hari, Tanggal dan Tahun
1.	“Kenalan Yuk dengan Bunga di Agung Florist!”	17 Juli 2025
2.	“Mau Kirim Bunga? Begini Cara Pesannya di Agung Florist”	17 dan 18 Juni 2025
3.	“Dimana - mana ada Agung Florist ?”	18 Juni 2025
4.	“Gausah bingung gausah bimbang di Agung Florist banyak pilihan”	18 Juni 2025

5.	Rahasia <i>board flowers</i> cantik Agung Florist	17 Juni 2025
6.	Keunikan Agung Florist, Agung Florist Nggak Sekadar Merangkai, Kami Mengerti Perasaan	17 Juni 2025
7.	Ada Apa dengan Bunga #1 (Arti dari sebuah bunga)	20 Juni 2025
8.	Ada Apa dengan Bunga #2 (Makna dari pemberi bunga)	21 Juni 2025

4.3.3 Pendampingan Tahap Produksi

Setelah konsep disepakati, kegiatan berlanjut ke tahap teknis seperti pemilihan angle kamera, teknik pengambilan video yang efektif, hingga pemanfaatan pencahayaan alami untuk menampilkan detail bunga secara maksimal yang didampingi oleh penulis.





Selain itu, dalam proses produksi, pihak Toko Bunga Agung Florist dilibatkan sebagai *talent* untuk memastikan ekspresi, gesture, dan narasi sesuai dengan konten. Peran ini penting untuk membangun kedekatan antara *brand* dan audiens. Seluruh rangkaian dilakukan secara kolaboratif agar konten yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki pesan yang kuat dan berkesan.



**beberapa katalog yang bisa
menjadi bahan referensi**

4.4 Pelaksanaan Pascaproduksi Tugas Akhir

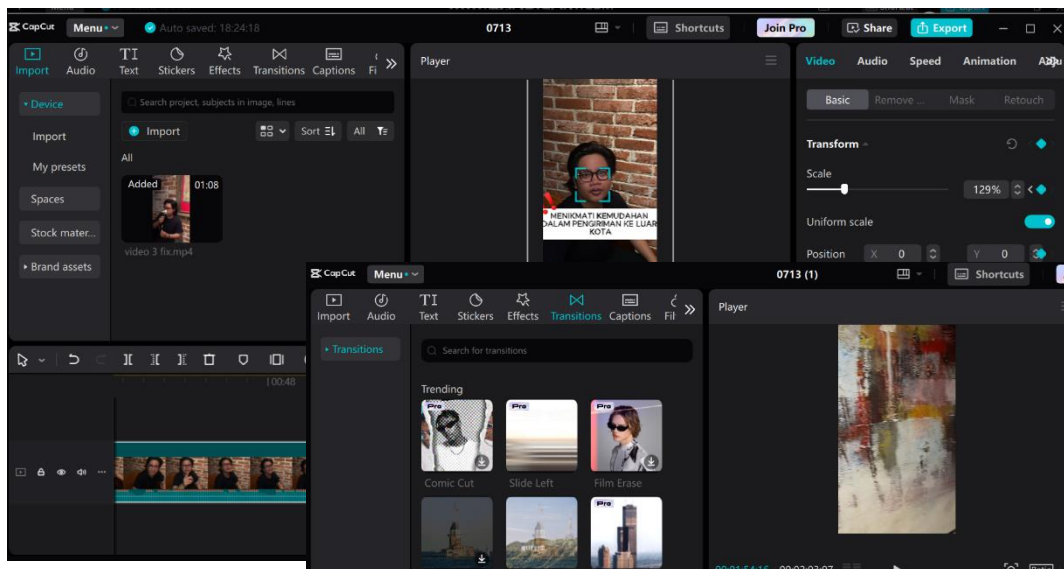
Dalam pelaksanaan pasca produksi ini, merupakan rangkaian kegiatan yang berisikan *finishing* (penyelesaian) pada produksi yang telah dilaksanakan sebelumnya.

4.4.1 Proses editing

Proses editing merupakan rangkaian pascaproduksi yang pertama. Pada proses ini diawali dengan pemilihan video atau *footage* yang sudah diambil pada proses produksi sebelumnya. Dalam proses editing ini penulis menggunakan aplikasi Capcut sebagai aplikasi untuk melakukan editing. Berikut langkah editing yang dilakukan antara lain :

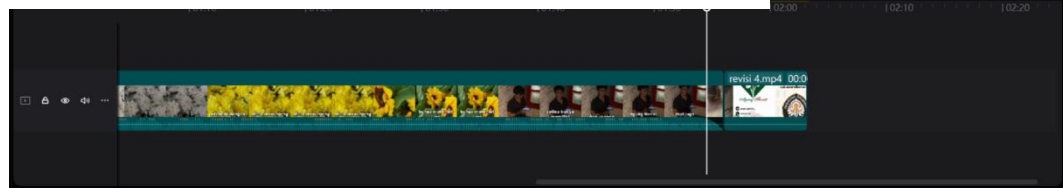
1. Memilah dan memasukkan semua bahan video, audio, gambar, dan elemen grafis ke dalam software editing yaitu Capcut.
2. Menyusun tiap klip yang disesuaikan dengan SSG yang telah dibuat
3. Memotong bagian yang tidak diperlukan pada konten
4. Menambahkan *backsound* yang cocok dan relevan pada konten serta disesuaikan per *clip* nua
5. Menambahkan *subtitle* pada video jika dibutuhkan pada konten tersebut
6. Melakukan *rendering* pada video, jika video sudah disesuaikan dengan SSG dan *footage* serta *backsound* sudah selaras.

Dalam proses *editing* terdapat beberapa teknik yang cukup membantu dalam pembuatan konten untuk tugas akhir ini yaitu *keyframe*. *Keyframe* sendiri merupakan perubahan pada suatu properti, seperti posisi, ukuran, atau opasitas, dari suatu objek atau elemen pada waktu tertentu. Dengan mengatur *keyframe*, editor video dapat menciptakan gerakan, efek, dan transformasi yang halus dan dinamis.



Pemilihan transi

Gambar 4. 8 Proses Editing Dalam Menentukan Keyframe

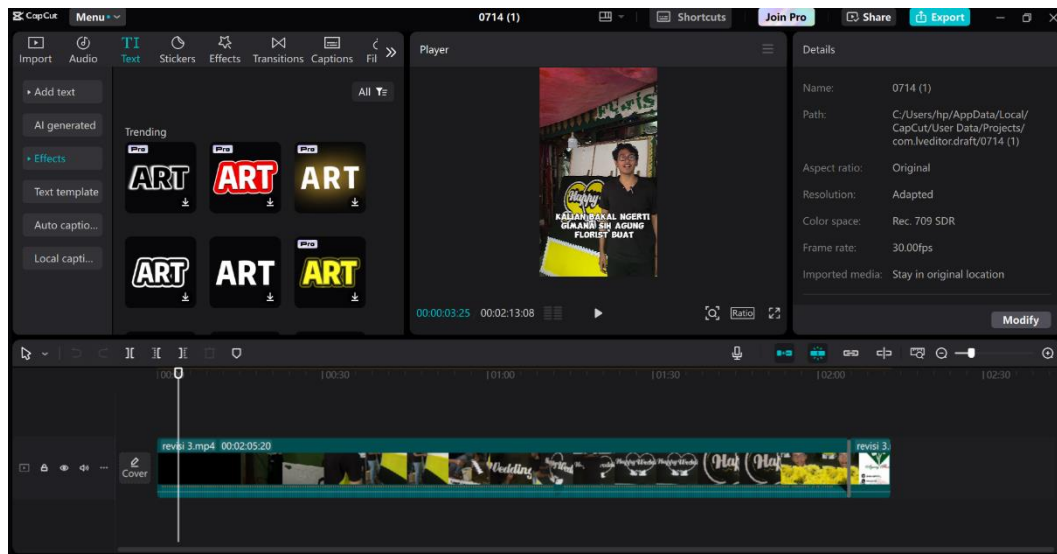


Gambar 4. 9 Proses Editing Dalam Pemilihan Transisi

yang pas juga diperhatikan pada proses *editing*, karena penggunaan transisi pada video konten berpengaruh kepada transisi bisa menjadi kunci agar video lebih dinamis dan profesional.

Selain itu pemilihan *font* (jenis huruf) memiliki peran penting dalam proses *editing* ini, karena pemilihan *font* dalam pembuatan konten dapat memengaruhi cara pesan diterima, kesan yang ditimbulkan, dan identitas brand yang dibangun. Font bukan sekadar bentuk tulisan tapi juga membawa suasana, emosi, dan gaya

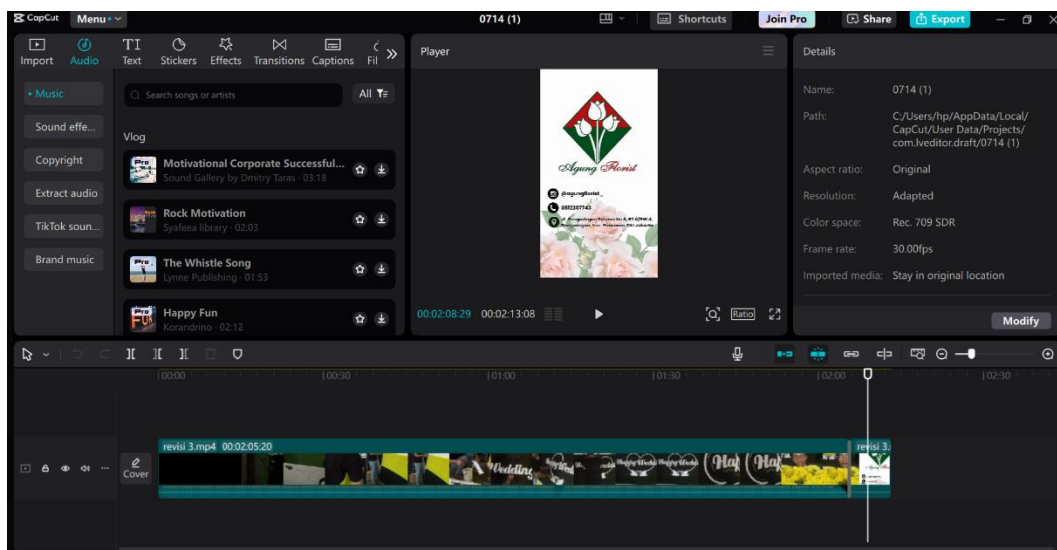
komunikasi pada pembuatan keterangan pada konten ataupun hanya *subtitle*.



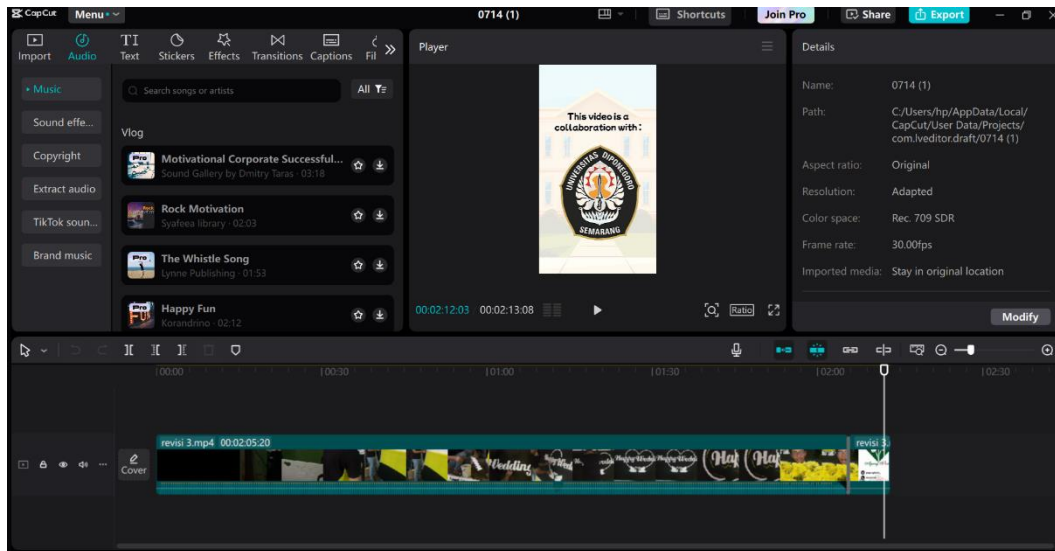
Gambar 4. 10 Proses Editing Dalam Menentukan Font

Hal terakhir yang juga diperhatikan dalam pembuatan

video konten ini adalah penambahan *bumper out* di akhir video yang terdiri dari logo Universitas Diponegoro dan juga Toko Bunga Agung Florist. Hal ini bertujuan sebagai bentuk kolaborasi antara Universitas Diponegoro dan Toko Bunga Agung Florist. Selain itu untuk memberikan jangkauan yang luas bagi video konten nantinya.



Gambar 4. 11 Proses Editing Penambahan Bumper Out



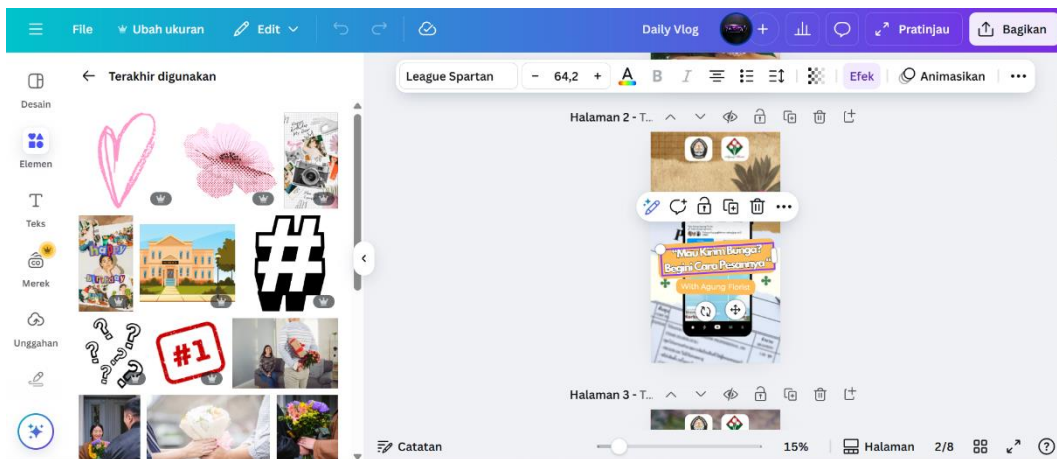
Gambar 4. 12 Proses Editing Penambahan Bumper Out

4.4.2 Pembuatan Thumbnail dan Captions

Salah satu taktik pada pembuatan video konten tugas akhir ini yaitu pembuatan *thumbnail* dan *captions*. Pada pembuatan *thumbnail* menggunakan aplikasi edit Canva yang terdiri atas gambar serta tulisan untuk memberikan daya tarik pada *feeds* Instagram.

1. Desain *Thumbnail*

Pembuatan thumbnail pada aplikasi Canva untuk konten Reels Toko Bunga Agung Florist merupakan langkah penting dalam menarik perhatian penonton di media sosial. Dengan Canva, thumbnail dapat dirancang secara praktis menggunakan berbagai template yang menarik dan sesuai dengan identitas brand. Dalam prosesnya, digunakan elemen visual seperti gambar bunga segar, warna-warna lembut yang merepresentasikan keindahan florist, serta font yang elegan namun tetap terbaca jelas. *Font* yang digunakan pada pembuatan *thumbnail* yaitu *League Spartan* dan *Montserrat*, karena menurut penulis perpaduan kedua *font* tersebut selaras pada kontras warna serta desain yang sudah pilih.



Gambar 4. 13 Proses Pembuatan Thumbnail

Penemp
atan
teks
seperti
judul
konten
atau
kalimat

singkat yang memikat juga diperhatikan agar thumbnail mampu menyampaikan isi video secara ringkas. Melalui desain thumbnail yang konsisten dan estetik, Agung Florist dapat meningkatkan daya tarik konten Reels dan memperkuat citra brand di mata audiens.



Gambar 4. 14 Desain Thumbnail Video Konten

2. Caption Konten

Pembuatan *caption* pada konten *reels* Toko Bunga Agung Florist menjadi salah satu elemen penting dalam memperkuat pesan visual dan membangun koneksi dengan audiens. *Caption* dirancang dengan bahasa yang hangat, persuasif, dan sesuai dengan karakter brand Agung Florist yang elegan serta penuh keindahan. Dalam penulisannya, *caption* tidak hanya menjelaskan isi video, tetapi juga menyisipkan ajakan (*call to action*) seperti “Yuk, pesan sekarang!” atau “Cek koleksi bunga terbaru kami!” untuk mendorong interaksi dan konversi. Penggunaan emoji yang relevan dan hashtag yang sesuai juga ditambahkan untuk memperluas jangkauan konten. Dengan *caption* yang menarik dan komunikatif, setiap *reels* Agung Florist tidak hanya enak dilihat, tetapi juga mampu menyampaikan pesan secara efektif kepada calon pelanggan.

Tabel 4. 3 Caption Konten Video Reels

Judul Konten	Caption
--------------	---------

“Kenalan Yuk dengan Bunga di Agung Florist!”	Setiap bunga punya cerita. YUK KENALAN SAMA PRODUK DARI TOKO BUNGA AGUNG FLORIST, Dan kami di Agung Florist siap membantu kamu menyampaikan pesan lewat rangkaian bunga yang istimewa. Mau kirim ke siapa hari ini? 🌸 #AgungFlorist #TokoBunga #BungaUntukmu #BungaBouquet #bungakekinian
“Mau Kirim Bunga? Begini Cara Pesannya di Agung Florist”	Kamu sibuk😁? Tenang aja, pesan bunga di Agung Florist simple kok bisa dari mana aja! Bisa datang langsung ke toko atau cukup lewat HP juga bisa. Kami siap antar ke rumah, kantor, venue, atau tempat kejutanmu. Mengirim cinta tak harus repot 💕 #CaraOrderMudah #TokoBungaOnline #AgungFlorist
“Dimana - mana ada Agung Florist ?”	CINTA TIDAK TERBATAS OLEH JARAK — begitu juga bunga dari Agung Florist 🌸 Kini kami hadir dengan layanan pengiriman hingga ke luar kota, agar setiap pesan cinta, duka, atau bahagia tetap bisa sampai.

	Karena setiap bunga, punya arti. Dan setiap jarak, bisa dijembatani. #AgungFlorist #BungaLintasKota #FloristJakarta
“Gausah bingung gausah bimbang di Agung Florist banyak pilihan”	Karena setiap perasaan butuh cara untuk disampaikan...❤️👉 Kami hadir dengan ragam pilihan bunga yang bisa mewakili hatimu. Tak perlu banyak kata, cukup satu rangkaian bunga dari Agung Florist. Biarkan bunga yang bicara. #AgungFlorist #BahasaBunga #FloristIndonesia
Rahasia <i>board flowers</i> cantik Agung Florist	Dijaman sekarang teknologi makin hari makin berkembang, begitu juga dengan Agung Florist yang gamau ketinggalan😊. Sekarang, Agung Florist hadir untuk ribuan pelanggan yang percaya bahwa bunga bisa mengubah suasana ditambah dengan perpaduan keunikan dan teknologi itu sendiri. Apa yang membuat kami unik? Kami selalu berusaha membuat setiap rangkaian terasa pribadi dan bermakna. Karena setiap senyum yang menerima bunga, adalah alasan kami terus

	berkarya. #CeritaAgungFlorist #TokoBungaDenganHati #FloristIndonesia
Keunikan Agung Florist, Agung Florist Nggak Sekadar Merangkai, Kami Mengerti Perasaan	Di balik tiap bunga papan, ada pesan yang ingin disampaikan. Ucapan duka, selamat, atau doa baik semua kami rangkai dengan teliti dan penuh makna. Kami percaya, bunga papan bukan sekadar dekorasi, tapi bentuk kepedulian yang tak bisa selalu diucap dengan kata. #BungaPapanBermakna #AgungFlorist #KirimPesanLewatBunga
Ada Apa dengan Bunga #1 (Arti dari sebuah bunga)	“Gimana perasaan cewek kalo dikasih bunga ya kira kira seneng apa enggak ya ?” Semua pertanyaan absurd dan serius soal bunga kita bahas tuntas di: ☞ ADA APA DENGAN BUNGA?! Tonton sampe habis dan jawab dikomen ya kira kira nih yang cewek kalo dikasih bunga perasaannya gimana! #BungaVersiKamu #TanyaJawabBunga #AgungFloristStyle #AdaApaDenganBunga
Ada Apa dengan Bunga #2 (Makna	Cowok ngasih bunga itu bukan soal

dari pemberi bunga)	gaya. Tapi soal berani mengungkapkan rasa. Entah untuk bilang: "Maaf", "Aku cinta kamu", atau "Terima kasih." Di segmen ini, kita bahas sisi romantis yang sering dianggap tabu. Karena kadang, cowok juga butuh bunga — untuk memberi, atau menerima. #CowokJugaPakeBunga #AgungFlorist #MaknaBunga
---------------------	---

4.4.3 Publikasi Tugas Akhir

Pada tahap publikasi ini adalah mengunggah atau meng-*upload* video konten *reels* yang sudah melalui ketiga tahapan diatas. Publikasi ini dilakukan pada laman Instagram Toko Bunga Agung Florist yaitu @agungflorist_. Berikut waktu publikasi video konten pada laman Instagram @agungflorist_

Tabel 4. 4 Waktu Publikasi Video Konten Reels

Judul Konten	Waktu Publikasi	Link Video
“Kenalan Yuk dengan Bunga di Agung Florist!”	12 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DMACU4cNEml/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
“Mau Kirim Bunga? Begini Cara Pesannya di	12 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DMAg68

Agung Florist”		0NSsB/?utm_source=i g_web_copy_link&igs h=MzRIODBiNWFIZ A==
“Dimana - mana ada Agung Florist ?”	13 Juli 2025	https://www.instagra m.com/reel/DMCuLa 6Nu5X/?utm_source= ig_web_copy_link&ig sh=MzRIODBiNWFIZ ZA==
“Gausah bingung gausah bimbang di Agung Florist banyak pilihan”	13 Juli 2025	https://www.instagra m.com/reel/DMCxoVt tl6c/?utm_source=ig_ web_copy_link&igsh =MzRIODBiNWFIZ A==
Rahasia <i>board flowers</i> cantik Agung Florist	14 Juli 2025	https://www.instagra m.com/reel/DMFHvw htREr/?utm_source=ig_ _web_copy_link&igsh =MzRIODBiNWFIZ A==
Keunikan Agung Florist, Agung Florist Nggak Sekadar Merangkai, Kami Mengerti Perasaan	14 Juli 2025	https://www.instagra m.com/reel/DMFTLS LtoCv/?utm_source=i g_web_copy_link&igs h=MzRIODBiNWFIZ A==
Ada Apa dengan Bunga #1 (Arti dari sebuah bunga)	15 Juli 2025	https://www.instagra m.com/reel/DMHlHV atgkA/?utm_source=i g_web_copy_link&igs h=MzRIODBiNWFIZ

		A==
Ada Apa dengan Bunga #2 (Makna dari pemberi bunga)	20 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DMVOaK - N7y3/?utm_source=ig _web_copy_link&igsh =MzRIODBiNWFIZA ==

Setelah melewati proses publikasi, selanjutnya melihat hasil dari *insight* para audiens Instagram @agungflorist_. Berikut penjabaran hasil dari publikasi dengan perolehan insight dari beberapa konten.

4.5 Analisis dan Hasil Evaluasi Tugas Akhir

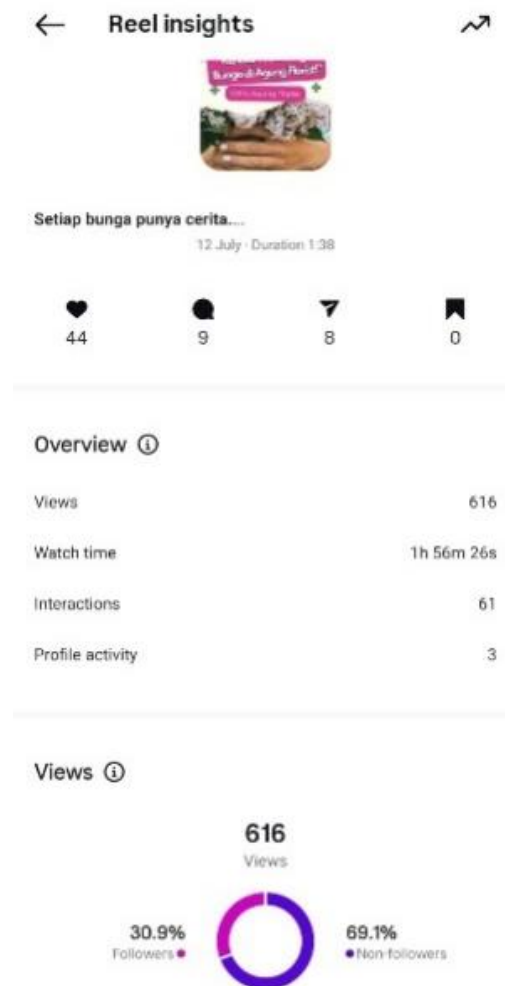
4.5.1 Pembahasan Hasil Produksi Tugas Akhir

Produksi konten video informasi yang dilakukan untuk menyampaikan informasi yang berkaitan dengan Toko Bunga Agung Florist sebagai upaya dalam meningkatkan *brand awareness* remaja kota Jakarta Selatan. Melalui pembuatan konten informasi ini diharapkan remaja kota Jakarta Selatan dapat mengetahui produk, cara pemesanan dan jenis bunga pada Toko Bunga Agung Florist.

Selain sebagai media informasi, pembuatan konten ini terdapat pendampingan kepada Toko Bunga Agung Florist. Dengan adanya pendampingan ini diharapkan Toko Bunga Agung Florist mendapatkan pemahaman dalam pembuatan konten yang efektif pada media sosial serta memperluas referensi konten yang beragam dan relevan yang sesuai dengan Toko Bunga Agung Florist.

1. Pembahasan Hasil Konten

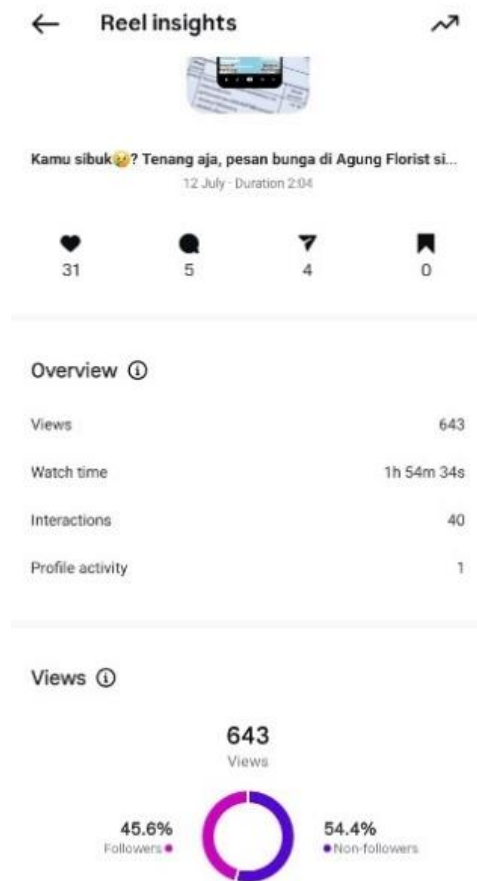
- a. Konten Pertama - “Kenalan Yuk dengan Bunga di Agung Florist!”



Gambar 4. 15 Insight Konten Informasi - “Kenalan Yuk dengan Bunga di Agung Florist!”

Konten ini diunggah pada tanggal 12 Juli 2025, dengan memiliki *views* 616 serta memiliki 44 *likes*, 9 komentar dan dibagikan oleh 8 orang. Selain itu memiliki pertumbuhan *followers* 3 *followers*. Pada konten ini pertumbuhan penonton terbilang cukup signifikan karena, 68,1% penonton konten ini merupakan *non followers* dari @agungflorist_

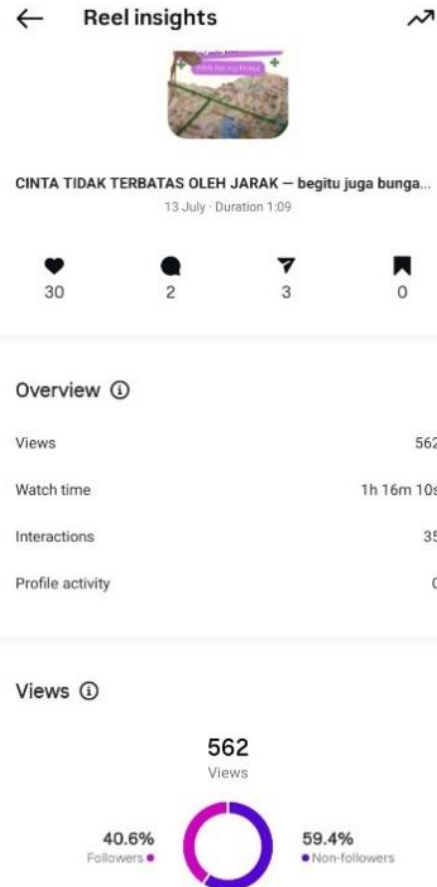
- b. Konten Kedua - “Mau Kirim Bunga? Begini Cara Pesannya di Agung Florist”



Gambar 4. 16 Insight Konten Informasi - “Mau Kirim Bunga? Begini Cara Pesannya di Agung Florist”

Konten ini diunggah pada tanggal 12 Juli 2025, dengan memiliki *views* 643 serta memiliki 31 *likes*, 5 komentar dan dibagikan oleh 4 orang. Selain itu memiliki pertumbuhan *followers* sebanyak 1 *followers*. Terjadi peningkatan pada *views* dibanding konten sebelumnya dan juga mayoritas penonton pada video konten ini merupakan *non follower* @agungflorist_ dengan persentase 54,4%.

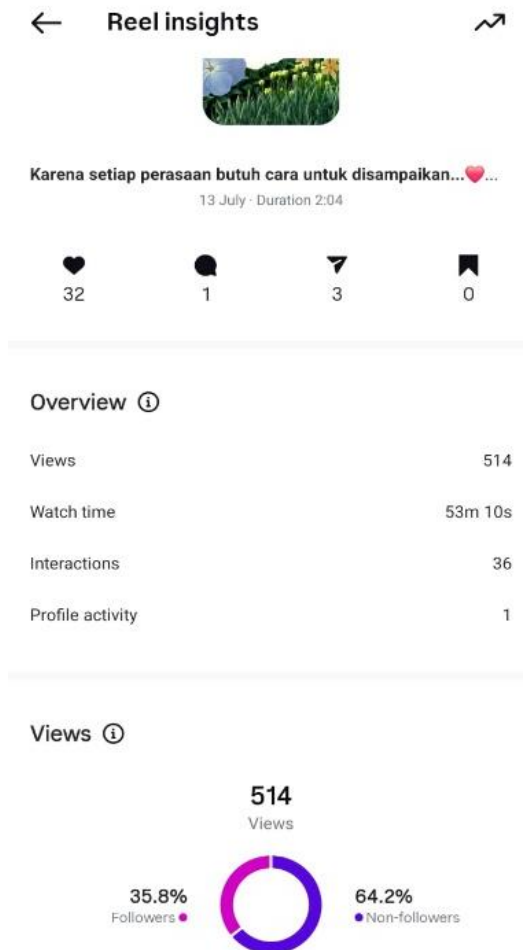
- a. Konten Ketiga - “Dimana - mana ada Agung Florist ?”



Gambar 4. 17 Insight Konten Informasi - “Dimana - mana ada Agung Florist ?”

Konten ini diunggah pada tanggal 13 Juli 2025, dengan memiliki *views* 562 serta memiliki 30 *likes*, 2 komentar dan dibagikan oleh 3 orang. Terjadi penurunan *views* pada konten ini, tetapi jumlah penonton pada konten ini masih didominasi oleh *non followers* dari Instagram @agungflorist_

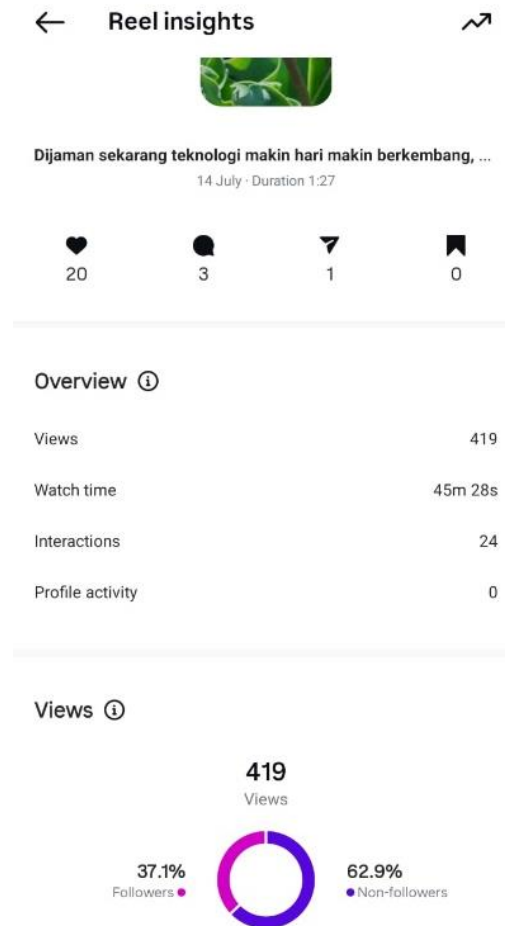
- b. Konten Keempat - “Gausah bingung gausah bimbang di Agung Florist banyak pilihan”



Gambar 4. 18 Konten Informasi - “Gausah bingung gausah bimbang di Agung Florist banyak pilihan”

Konten ini diunggah pada tanggal 13 Juli 2025, dengan memiliki *views* 514 serta memiliki 32 *likes*, 1 komentar dan dibagikan oleh 3 orang. Selain itu memiliki pertumbuhan *followers* sebanyak 1 *followers*. *Views* pada konten ini masih terbilang stabil jika dibandingkan dengan konten sebelumnya, namun yang menjadi pembeda yaitu terdapat pertumbuhan *followers* pada konten ini.

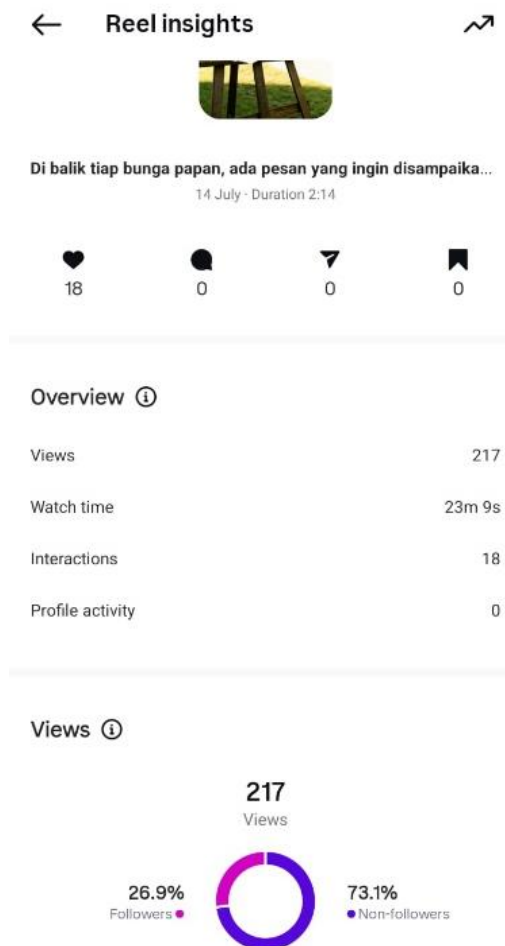
- c. Konten Kelima - Rahasia *board flowers* cantik Agung Florist



Gambar 4. 19 Insight Konten Informasi - Rahasia board flowers cantik Agung Florist

Konten ini diunggah pada tanggal 14 Juli 2025, dengan memiliki *views* 419 serta memiliki 20 *likes*, 3 komentar dan dibagikan oleh 1 orang. Terdapat penurunan *views* pada konten ini dibanding konten sebelumnya, namun persentase *views* masih didominasi oleh *non followers* @agungflorist_ dengan persentase 62.9%.

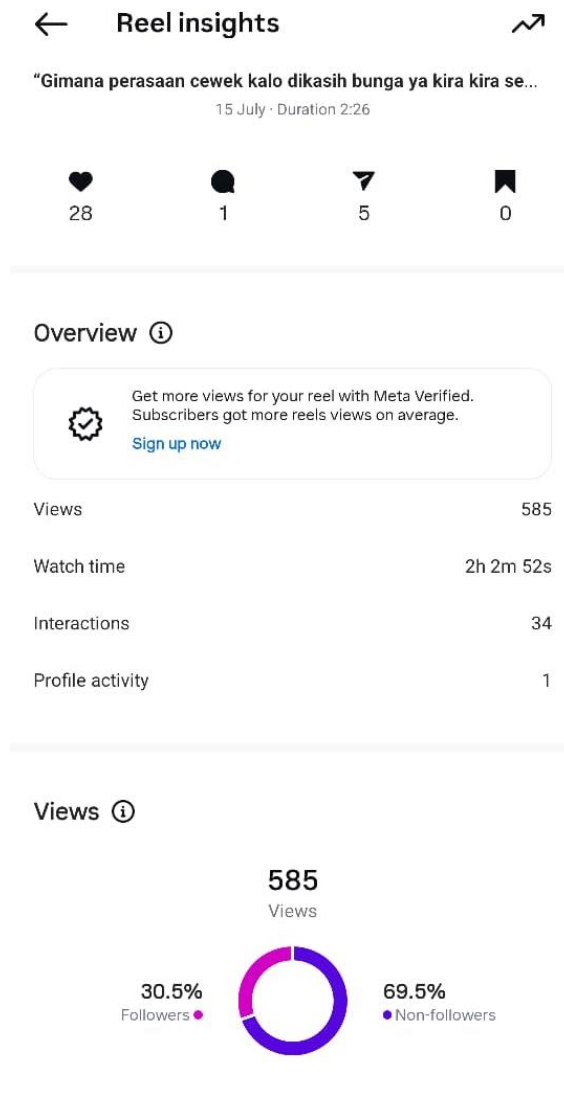
- d. Konten Keenam - Keunikan Agung Florist, Agung Florist Nggak Sekadar Merangkai, Kami Mengerti Perasaan



Gambar 4. 20 Insight Konten Informasi - Keunikan Agung Florist, Agung Florist Nggak Sekadar Merangkai, Kami Mengerti Perasaan

Konten ini diunggah pada tanggal 14 Juli 2025, dengan memiliki *views* 217 serta memiliki 18 *likes*, 0 komentar dan dibagikan oleh 0 orang. *Views* pada konten ini terbilang cukup rendah, namun yang menjadi perhatian adalah persentase *non followers* pada video konten ini mencapai angka 73,1% yang terbilang cukup tinggi.

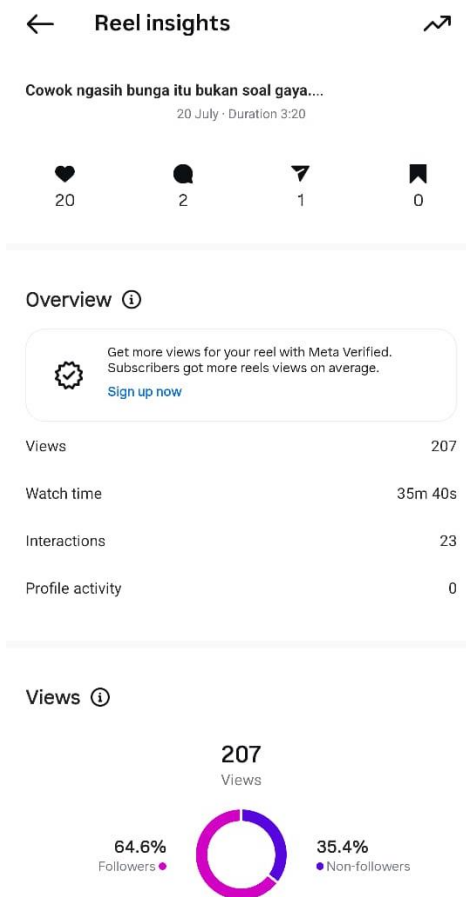
e. Konten Ketujuh - Ada Apa Dengan Bunga #1



Gambar 4. 21 Insight Segmen Ada Apa Dengan Bunga #1

Konten ini diunggah pada tanggal 15 Juli 2025, dengan memiliki *views* 585 serta memiliki 28 *likes*, 1 komentar dan dibagikan oleh 5 orang. Selain itu memiliki pertumbuhan *followers* sebanyak 1 *followers*. Pada segmen Ada Apa Dengan Bunga ini merupakan titik balik dari peningkatan penonton pada konten sebelumnya. Dengan memiliki persentase 69,5% *non followers* @agungflorist_.

f. Konten Ketujuh - Ada Apa Dengan Bunga #2



Gambar 4. 22 Segmen Ada Apa Dengan Bunga #2

Konten ini diunggah pada tanggal 20 Juli 2025, dengan memiliki *views* 207 serta memiliki 20 *likes*, 2 komentar dan dibagikan oleh 1 orang. Terdapat penurunan *views* pada konten Ada Apa Dengan Bunga kedua ini. Hal ini dapat terjadi karena jarak publikasi yang terbilang cukup jauh pada konten sebelumnya.

4.5.2 Tabel Overview Hasil Konten

Berikut hasil dari produksi konten yang sudah dihasilkan dalam bentuk tabel.

Tabel 4. 5 Tabel Overview Hasil Konten

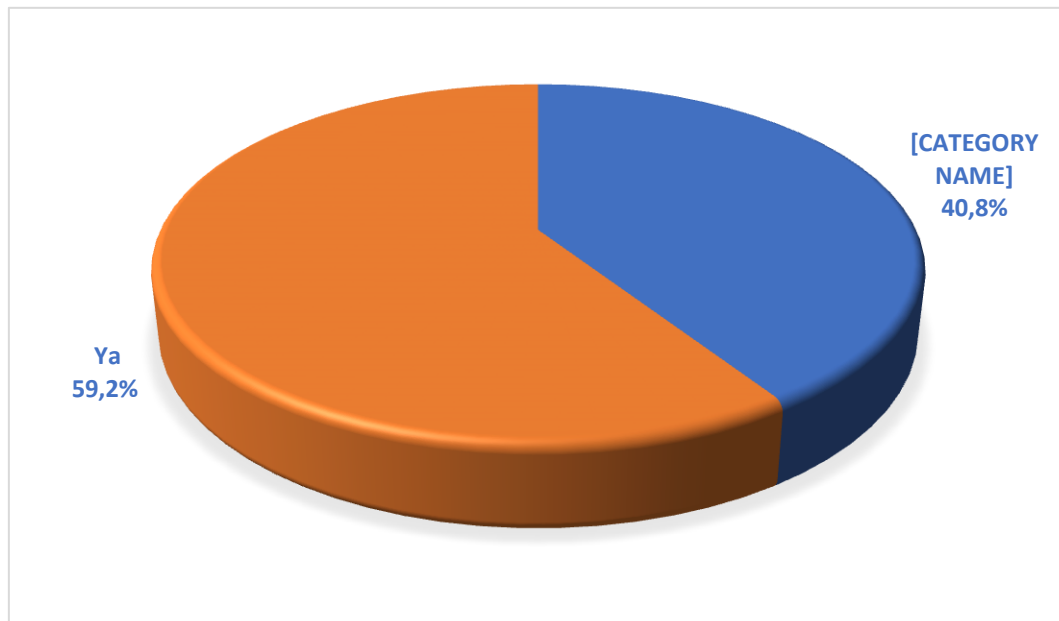
Konten	Interaksi	Hasil
--------	-----------	-------

“Kenalan Yuk dengan Bunga di Agung Florist!”	Likes	44
	Views	616
	Pertumbuhan pengikut	3
“Mau Kirim Bunga? Begini Cara Pesannya di Agung Florist”	Likes	31
	Views	643
	Pertumbuhan pengikut	1
“Dimana - mana ada Agung Florist ?”	Likes	30
	Views	562
	Pertumbuhan pengikut	0
“Gausah bingung gausah bimbang di Agung Florist banyak pilihan”	Likes	32
	Views	514
	Pertumbuhan pengikut	1
Rahasia <i>board flowers</i> cantik Agung Florist	Likes	18
	Views	217
	Pertumbuhan pengikut	0
Keunikan Agung Florist, Agung Florist Nggak Sekadar Merangkai, Kami Mengerti Perasaan	Likes	20
	Views	419
	Pertumbuhan pengikut	0
Ada Apa dengan Bunga #1 (Arti dari sebuah bunga)	Likes	28
	Views	585
	Pertumbuhan pengikut	1
Ada Apa dengan Bunga #2 (Makna dari pemberi bunga)	Likes	20
	Views	207
	Pertumbuhan pengikut	0

Dari data yang ditampilkan pada tabel diatas terlihat adanya beragam peningkatan pada Instagram @agungflorist_ dari indikator yang ditampilkan. Taktik yang digunakan pada produksi konten ini dinilai cukup efektif hingga pada tanggal 25 Juli 2025 mendapatkan 4200 *views* dan 13 pengikut baru Instagram @agungflorist_ dari 8 konten yang sudah dipublikasi.

4.5.3 Hasil Survey Post Project

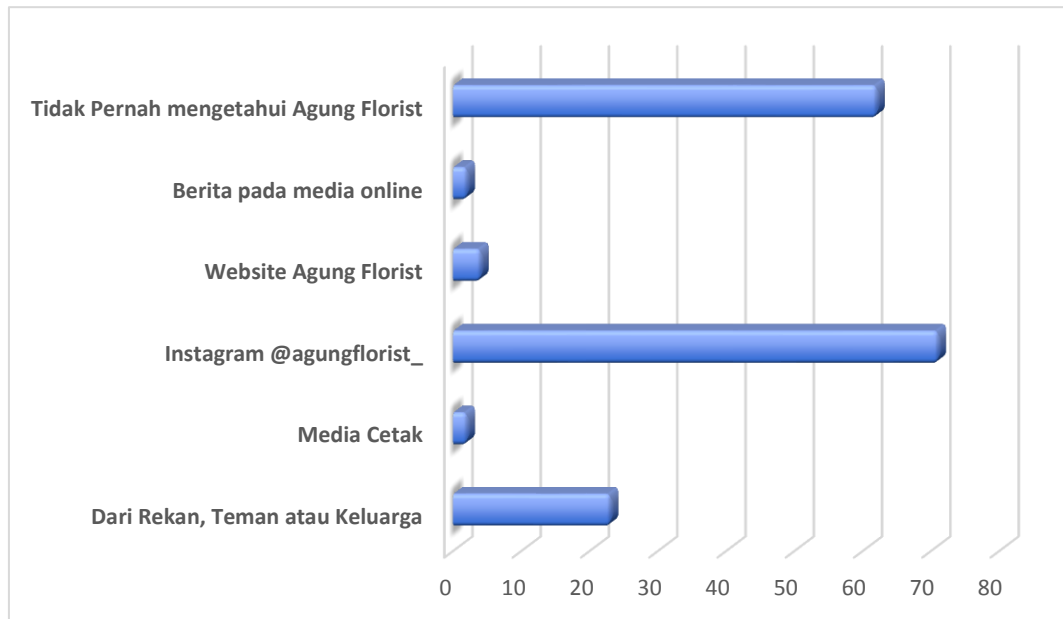
Survey Post Project ini dibuat untuk melihat ke efektifan video konten *reels* pada laman Instagram @agungflorist_ dengan fokus pada



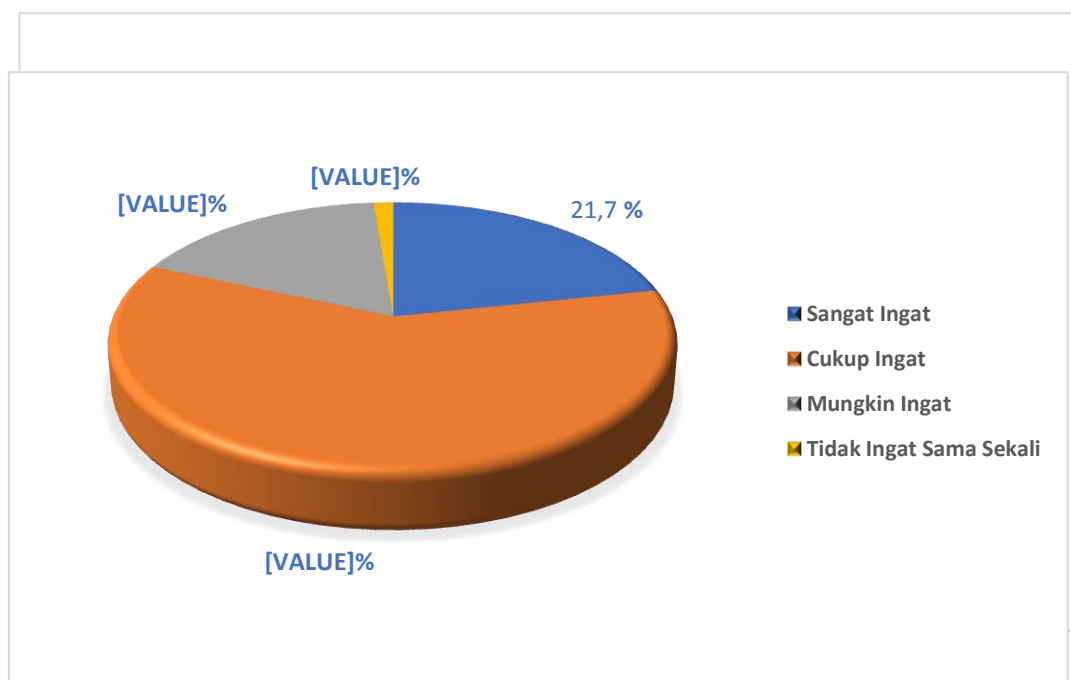
Gambar 4. 23 Hasil Survey Mengetahui Toko Bunga Agung Florist

t
elah diproduksi mampu meningkatkan *brand awareness* remaja kota Jakarta Selatan terhadap Toko Bunga Agung Florist. Survey ini dilakukan pada tanggal 24 Juli 2025 yang ditujukan kepada remaja berusia 18-25 tahun yang tinggal di kota Jakarta Selatan. Total Responden yang didapat berjumlah 152 orang.

Berdasarkan hasil *survey post project* yang dilakukan terhadap 152 responden pada remaja kota Jakarta Selatan, peningkatan *brand awareness* terjadi cukup signifikan dibandingkan dengan data *survey pre project* (gambar 1.5) terjadi peningkatan sebesar 26,3% dari yang semula hanya 32.9% responden menjadi 59.2% responden. Hal tersebut yang menjadikan Toko Bunga Agung Florist dapat diketahui oleh mayoritas remaja kota Jakarta Selatan.

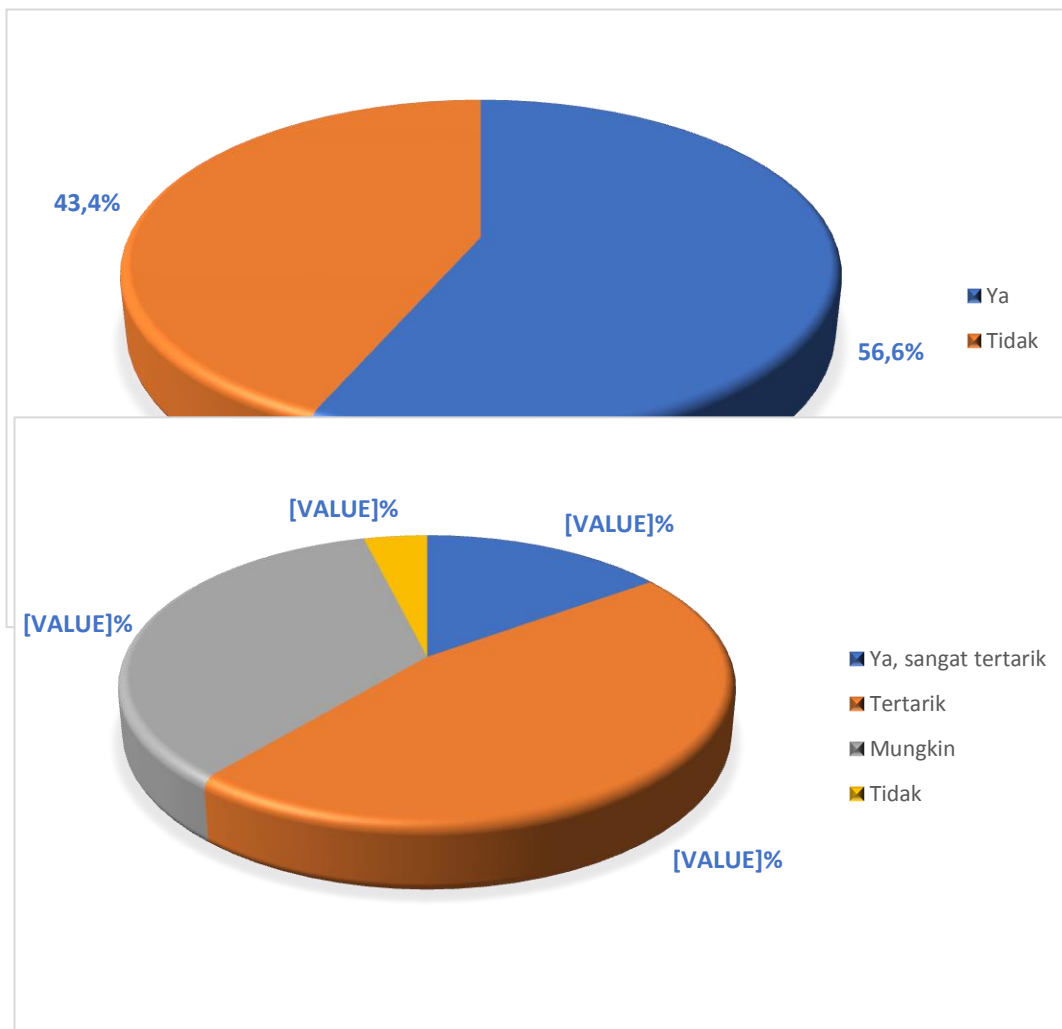


Gambar 4. 24 Hasil Survey Mengetahui Toko Bunga Agung Florist hasil *survey post project* yang dilakukan terhadap 152 responden pada remaja kota Jakarta Selatan, mayoritas dari 46,7% atau berjumlah 71 orang, mengetahui Toko Bunga Agung Florist dari Instagram @agungflorist_, selain itu 15,1% atau 23 responden mengetahui dari rekan kerja, teman atau keluarga. Berdasarkan data yang dipaparkan menandakan mayoritas yang mengetahui Toko Bunga Agung Florist berasal dari Instagram.



rkkan hasil *survey post project* yang dilakukan terhadap 152 responden pada remaja kota Jakarta Selatan, mayoritas responden menilai bahwa produksi konten yang yang dilaksanakan menghasilkan konten yang informatif bagi audiens. Dengan jumlah 63,8% dari 97 responden menilai konten yang dihasilkan cukup informatif.

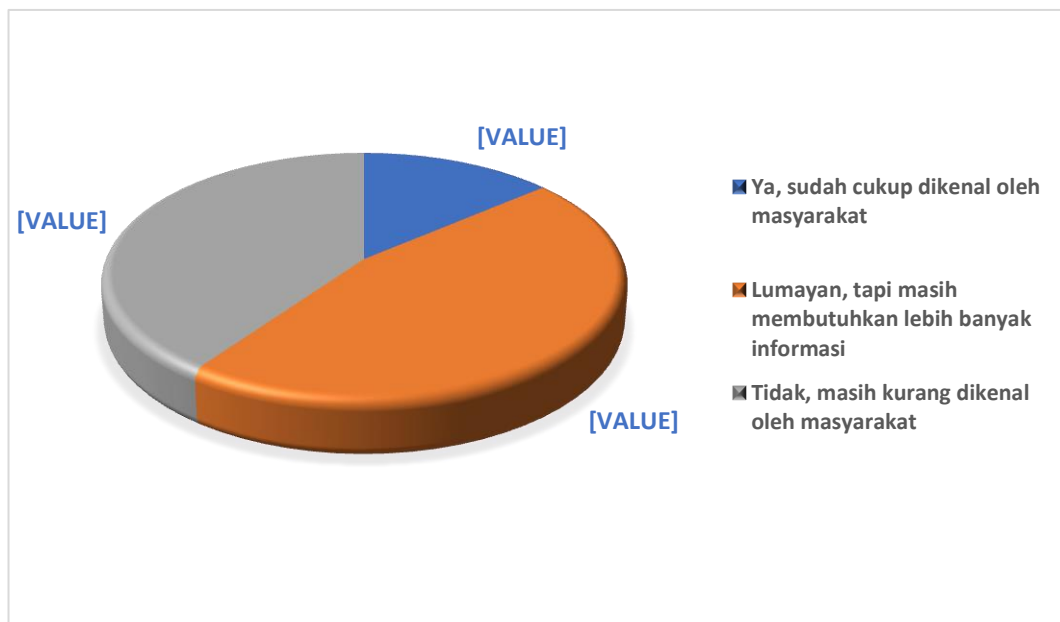
Berdasarkan hasil *survey post project* yang dilakukan terhadap 152 responden pada remaja kota Jakarta Selatan, mayoritas responden sejumlah 59,9% yang terdiri dari 91 responden cukup mengingat nama Toko Bunga Agung Florist. Berdasarkan hal tersebut konten informasi yang dihasilkan dapat mempengaruhi pengetahuan *brand* berdasarkan konten yang telah diproduksi.



survey post project yang dilakukan kepada 152 responden remaja Kota

Jakarta Selatan, dari 56,6% yang terdiri dari 86 responden mudah mengingat logo Toko Bunga Agung Florist dari konten yang telah dihasilkan, sedangkan 43,4% tidak mudah mengingat logo Toko Bunga Agung Florist.

Berdasarkan hasil *survey post project* yang dilakukan kepada 152 responden remaja Kota Jakarta Selatan, dari 46,1% yang terdiri d



nden yang merupakan mayoritas, tertarik untuk membeli dan mencari tahu lebih lanjut Toko Bunga Agung Florist kedepannya.

Berdasarkan hasil *survey post project* yang dilakukan terhadap 152 responden pada remaja kota Jakarta Selatan, menunjukkan peningkatan kelayakan pada media sosial Instagram @agungflorist_ setelah melaksanakan produksi konten. Dibandingkan pada *survey pre project* sebelumnya (gambar 1.6) terdapat mayoritas yang terdiri dari 66,4% responden yang memilih bawasannya media sosial Instagram @agungflorist_ masih kurang dikenal oleh masyarakat. Pada *survey post project* ini terjadi peningkatan yang dimana mayoritas yang terdiri dari 46,1% memilih media sosial Instagram @agungflorist_ dinilai

cukup lumayan namun masih membutuhkan banyak informasi kedepannya.

Selain itu terdapat beberapa pendapat atau komentar dari responden terkait Instagram @agungflorist pasca publikasi video konten *reels* sebagai berikut.

Tabel 4. 6 Pendapat Responden Terhadap Instagram @agungflorist_

Pendapat Responden Terhadap Instagram @agungflorist_ pasca produksi konten video reels	
Pendapat Responden Tentang Konten Reels yang diproduksi	
1.	Dari segi visual sangat menarik, pengambilan video nya juga sangat baik, di reels ini menjelaskan tentang produk dengan jelas dan menarik.
2.	Menarik karena isinya lengkap tentang Floristnya. Dan cukup mengikuti trend sekarang
3.	Cukup informatif, mungkin bisa dikembangkan lagi di platform lain jadi bisa menarik lebih banyak <i>customer</i>
4.	Sangat bagus untuk menarik minat penonton sehingga membuat siapapun yang melihat <i>reels</i> tersebut tidak akan langsung discroll
5.	Kontennya sangat bagus, menarik, dan <i>gen z able</i> kontennya
Pendapat Responden yang bisa ditingkatkan pada video konten nantinya	
1.	Mungkin yg harus di tingkatkan, dari segi visual yang sudah cukup bagus, bisa lebih bagus lagi.
2.	Mungkin kualitas kamera dan audio agar semuanya terlihat lebih rapi dan <i>clean</i>
3.	Mungkin lebih <i>publisher</i> berbayar dengan kerja sama dengan konten kreator
4.	Mungkin bisa menggunakan konsep yang lebih mainstream
5.	Mungkin agak di mainin aja <i>hook</i> nya supaya lebih <i>catchy</i>

Berdasarkan pendapat responden diatas, terdapat pendapat mengenai topik konten yang dapat dibuat oleh Toko Bunga Agung Florist di laman Instagram @agungflorist_. Nantinya pendapat responden ini bisa menjadi bahan gacuan untuk keberlanjutan Toko Bunga Agung Florist untuk mengembangkan akun Instagram @agungflorist_ yang dijelaskan sebagai berikut.

Tabel 4. 7 Pendapat Responden Ide Konten Untuk @agungflorist_

Pendapat Responden Ide Konten untuk @agungflorist_	
1.	“Tanya jawab dengan <i>strangers</i> nanti kalo jawabannya benar akan mendapatkan bunga dari Agung Florist untuk menaikkan promosi”
2.	Topik cara perawatan bunga tetap segar lebih lama
3.	Wawancara dan pengetahuan tentang produk ini lebih lanjut lagi
4.	Konten pernikahan yang ada produk dari Toko Bunga Agung Florist
5.	Tutorial wrapping bunga & jenis jenis bunga dari Agung Florist

Secara keseluruhan, hasil dari *survey post project* ini menunjukan bahwa Instagram @agungflorist_ dapat membangun pertumbuhan *brand awareness* remaja kota Jakarta Selatan melalui produksi konten informasi dengan memanfaatkan *reels* Insstagram. Selain itu konten yang dihasilkan pada produksi sebelumnya dinilai cukup berhasil dengan mendapatkan respon yang cukiup positif. Responden juga memberukan kritik dan saran yang berkesan untuk keberlanjutan akun Instagram @agungflorist_ kedepannya.

Pada tahapan pencapaian *brand awareness* sendiri, Toko Bunga Agung Florist sudah dititik *brand recognition* (pengenalan merek). Pada tingkatan ini dari 152 responden remaja Kota Jakarta Selatan mengenal Toko Bunga Agung Florist mulai dari mudah mengingat nama Toko Bunga Agung Florist, Logo Toko Bunga Agung Florist dan produk yang dihasilkan oleh Toko Bunga Agung Florist. Guna meningkatkan tahapan *brand awareness* kedepannya, diperlukan

keberlanjutan (*sustainability*) kedepannya bagi Toko Bunga Agung Florist.

4.5.4 Keberlanjutan (*Sustainability*) Toko Bunga Agung Florist

Setelah produksi konten yang telah dilakukan sebelumnya pada Instagram Toko Bunga Agung Florist @agungflorist_, menunjukkan pembuatan konten berpengaruh pada pengenalan Toko Bunga Agung sehingga dapat meningkatkan tingkatan *brand awareness* yang semula *unware of brand* menjadi *brand recognition*. Untuk meningkatkan *brand awareness* ke tingkatan selanjutnya menjadi *recall brand* ataupun ke tingkatan terakhir *top of mind* diperlukan strategi keberlanjutan yang dilakukan oleh Toko Bunga Agung Florist.

Aspek	Jangka Pendek (0-6 Bulan)	Jangka Panjang (6 Bulan – 1 Tahun)
Tujuan	Meningkatkan <i>brand awareness</i> pada tingkat <i>recall brand</i>	Meningkatkan <i>brand awareness</i> pada tingkat <i>top of mind</i>
Ide program	• Menjelaskan ciri khas pada produk Toko Bunga Agung Florist • Membuat Tagline pada Toko Bunga Agung Florist • Membuat <i>hashtag</i> yang konsisten • Membuat konten testimoni pelanggan lama Toko Bunga Agung Florist • Memperluas postingan dengan mempublikasi produk beserta harga pada <i>feeds</i> Instagram @agungflorist_ • Mulai aktif pada <i>event</i> –	• Pembuatan konten lebih mengarah pada konten informasi namun bersifat <i>softselling</i> • Mengkampanyekan tagline dengan membuat sebuah <i>challenge</i> untuk meningkatkan interaksi pada Instagram @agungflorist_ • Membuat konten tentang produk milik Toko Bunga Agung Florist pada pemesanan di suatu acara seperti (<i>wedding</i> dan acara

	<i>event</i> yang berkaitan dengan bunga seperti pameran toko bunga	ulant tahun) • Bekerja sama dengan <i>influencer</i> guna menciptakan rasa aman bagi calon pembeli nantinya • Berperan aktif dan selalu mengikuti <i>event</i> – <i>event</i> yang berkaitan dengan bunga
Dampak	Dampak pada strategi jangka pendek ini memperkuat program yang sudah dilaksanakan, dengan memfokuskan konten yang berisikan informasi mengenai Toko Bunga Agung Florist yang nantinya meningkatkan pengetahuan <i>brand</i> masyarakat Toko Bunga Agung Florist dari <i>brand recognition</i> menjadi <i>brand recall</i>	Dampak pada strategi jangka panjang ini merupakan faktor pendukung untuk mencapai tingkatan <i>top of mind</i>. Pada dasarnya Toko Bunga Agung Florist bukan hanya memberikan informasi mengenai Toko Bunga Agung Florist namun memulai promosi secara <i>soft</i>.

Selain itu pendampingan pembuatan konten video *reels* Instagram yang telah dilaksanakan sebelumnya mampu mendukung strategi *sustainability* yang telah dirancang guna meningkatkan *brand awareness* ke tingkatan yang lebih tinggi lagi.

4.6 Hambatan Tugas Akhir

Terdapat hambatan dalam pembuatan tugas akhir ini antara lain :

1. Pra Produksi

Pada pra produksi terdapat hambatan yakni perubahan konten yang pada awalnya pembuatan bunga *bouquet* menjadi *board flowers*. Hal ini didasari dengan ketidaktersediaan SDM pembuat bunga *bouquet* sehingga konten harus diubah menjadi pembuatan *board flowers*.

2. Produksi

Pada tahap produksi terdapat hambatan yaitu kurangnya kesiapan Toko Bunga Agung Florist sebagai latar dari pembuatan konten. Selain itu pencahayaan yang kurang menjadi pengaruh ketika mengambil gambar pada toko sehingga *footage* yang dihasilkan kurang baik.

3. Pasca Produksi

Terdapat beberapa file *footage* yang *corrupt* sehingga pada proses editing sedikit terganggu yang menjadikan publikasi konten ada yang melewati *timeline* sebelumnya.