

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan Video *Company Profile* Kube Penda (Komunitas Usaha Bersama Penyandang Disabilitas) Dalam Motivasi Meningkatkan *Brand Image* UMKM “*MZI Snack*” Kota Bekasi sehingga pembuatan konten video yang menarik, informatif, dan relevan menjadi langkah penting dalam strategi promosi *brand image* ini. Untuk menghasilkan konten yang mampu bersaing di tengah banyaknya video di *Youtube* dan Instagram, proses produksi dilakukan secara terencana dan sistematis. Perencanaan ini mencakup identifikasi tema, penentuan durasi, hingga teknik pengambilan gambar dan penyuntingan yang sesuai dengan karakteristik target pada *audiens*, yaitu anak-anak hingga orang dewasa. Setiap video dirancang agar memiliki edukasi baik dari segi visual, suara, maupun alur cerita, sehingga mampu menarik perhatian pengguna. Sebagai bagian dari evaluasi efektivitas dari konten tersebut, data interaksi dan performa keseluruhan konten publikasi pada tanggal 25 Juni 2025.

Sehingga data ini mencakup seperti jumlah views, likes, komentar, share, hingga tingkat *engagement* secara keseluruhan pada video tersebut. Hasil dari data tersebut digunakan untuk menganalisis keberhasilan strategi konten pembuatan Video *Company Profile* Kube Penda (Komunitas usaha bersama penyandang disabilitas) Dalam Motivasi Meningkatkan *Brand Image* Umkm “*MZI Snack*” Kota Bekasi “ melalui media sosial yang dipilih (*Youtube* dan Instagram). yang telah diterapkan. Penjelasan berikut akan menguraikan secara lebih jelas bagaimana proses produksi dilakukan, termasuk tantangan yang dihadapi dan solusi yang diterapkan untuk meningkatkan kualitas secara baik.

4.1 Gambaran Umum Pengkaryaan

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Painsi sebagai pendiri “*MZI Snack*” permasalahan pengkaryaan yang ada yaitu kurang dikenalnya masyarakat karena lokasinya yang kurang terlihat oleh masyarakat dan kurangnya pemanfaatan media sosial karena terbatasnya sumber daya manusia sehingga “*MZI Snack*” sejauh ini hanya dikenal oleh orang terdekat saja dan hanya pelanggan setia saja yang pernah memesan dan membeli. Sehingga Ibu Painsi pendiri Kube Penda (Komunitas Usaha Penyandang Disabilitas) Umkm “*MZI Snack*” Kota Bekasi mengeluhkan sulitnya pemasaran yang hanya bisa dilakukan dengan manual dan berharap adanya bantuan dari mempromosikan produk tersebut secara online. Sehingga Kelompok usaha disabilitas yang didirikan pada tahun 2007 oleh Ibu Painsi sebagai Penggerak UMKM penyandang disabilitas di Kota Bekasi berlokasi Jl. AC Lengkek RT.01/RW.02 No. 37, Bojong Menteng Rawa Lumbu, Kota Bekasi, Jawa Barat. Mendirikan Kube Penda dan rumah singgah disabilitas mandiri yang menciptakan nama “*MZI Snack*” yang terdiri dari berbagai macam cemilan ringan dan semuanya hasil produk teman-teman penyandang disabilitas.

Sehingga Ibu Painsi mendirikan usaha tersebut memiliki visi ataupun perencanaan bisnis untuk membuktikan pada masyarakat bahwa ketidaksempurnaan bisa memiliki kemampuan yang mandiri bahkan produktif. Adapun kinerja pengelolaan sumber daya manusia (SDM) mempunyai 14 penyandang disabilitas dengan jenis kelamin Perempuan dan laki-laki. Kube Penda memiliki misi untuk memberdayakan penyandang disabilitas melalui pengembangan UMKM, yang menjadi latar belakang penting dalam pembuatan video *company profile* tersebut.

4.2 Analisis Pengkaryaan

Pada analisis ini menjelaskan mengenai tahap dari awal hingga akhir selama prosesnya keberjalanan proyek pembuatan video *company profile* ini dari pra produksi, produksi dan pasca produksi sehingga Permasalahan yang mendasari pada pembuatan proyek tugas akhir *video brand image* pada “MZI Snack” Kota Bekasi yaitu :

1. Kube Penda (Komunitas Usaha Penyandang Disabilitas) Umkm “MZI Snack” Pada Kota Bekasi belum terlalu dikenal oleh masyarakat dan hanya dikenal oleh orang lewat mulut ke mulut serta hanya pelanggan setia saja yang pernah memesan dan membeli.
2. Kurang maksimalnya pemanfaatan media sosial, sebenarnya Kube Penda (Komunitas Usaha Penyandang Disabilitas) Umkm “MZI Snack” Pada Kota Bekasi memiliki akun instagram, namun sudah jarang sekali aktif dan belum pernah membuat konten karena terbatasnya sumber daya manusia.masih mengeluhkan sulitnya pemasaran yang hanya bisa dia lakukan secara manual dan berharap.Untuk menyelesaikan masalah tersebut, maka dibutuhkan pembuatan Video *Company Profile* Kube Penda (Komunitas usaha bersama penyandang disabilitas) Dalam Motivasi Meningkatkan *Brand Image* Umkm “MZI Snack” kota Bekasi “ melalui media sosial yang dipilih (*Youtube* dan *Instagram*).
3. Sehingga evaluasi terhadap tren pengguna media sosial yang perlu adanya kreativitas dalam pembuatan video dan memperluas jangkauan *aundiens* yang menonton video tersebut.

4.3 Analisis Tahap Pra Produksi

Tahap pra-produksi merupakan tahap awal dalam proses pembuatan konten sehingga tahap pra produksi meliputi pencarian data awal oleh penulis yang menjadi pedoman melakukan tahap produksi, data yang didapat kemudian dijadikan bahan untuk menentukan alur dari video yang akan dibuat oleh penulis. Sebelum masuk ketahap produksi, yang perlu dipersiapkan dahulu adalah pengumpulan informasi, data dari berbagai sumber, survei tempat pembuatan object lalu menentukan ide gagasan object, talent dan menyusun *script*.. Seluruh ide dituangkan secara sistematis dalam dokumen *Standar Sequence Guide (SSG)* untuk menjaga konsistensi isi pembuatan Video *Company Profile* Kube Penda (Komunitas Usaha Penyandang Disabilitas) Umkm “*MZI Snack*”.

Sehingga alur visual antar konter dirancang agar video tersebut berdurasi antara 6 menit 14 detik, menyesuaikan dengan kebiasaan pengguna *Youtube* dan *Instagram* yang cenderung cepat dalam menggulir video tersebut. Selain perencanaan isi, tahap ini juga mencakup persiapan perlengkapan pendukung produksi, seperti *handphone* dengan kamera berkualitas. Tidak hanya itu, properti pendukung menjadi perencanaan yang matang di tahap praproduksi ini, proses produksi diharapkan dapat berjalan lebih efisien dan baik. Mengenai dalam tahap pra produksi mengubah talent Ibu Painsi dikarenakan saat mengambil video Ibu Painsi di bagian scene bertelepon dengan Aruni, sedang ada urusan dan digantikan talentnya oleh teman lalu direvisi kembali sehingga akhirnya Ibu Painsi bisa dalam pengambilan scene video tersebut dengan baik.

4.4 Analisis Tahap Produksi

Tahap produksi dilakukan dengan merekam seluruh materi video sesuai dengan urutan yang telah disusun dalam *script Standar Sequence Guide* (SSG). Proses perekaman menggunakan *handphone*. beberapa kendala teknis muncul pada tahap ini. Di awal produksi, video tampak goyang dan kurang terang karena belum menggunakan pencahayaan tambahan, Suara yang berisik dari scene video Ibu Paini yang sedang menjelaskan mengenai dirinya “Kube Penda” dan motivasi, sehingga perlunya penambahan dubbing dari suara Paini. Setelah dilakukan evaluasi, solusi yang diterapkan adalah penggunaan meningkatkan kualitas pencahayaan, yang secara signifikan memperbaiki hasil visual konten. Selain itu, video tidak dilengkapi dengan narasi yang jelas dan penambahan kalimat di bagian penulisan “Disabilitas” yang direvisi menjadi “Penyandang Disabilitas”, sehingga. Untuk mengatasi hal ini, dibuat skenario tambahan berupa teks narasi singkat yang akan disisipkan pada tahap pasca produksi secara baik.

Sehingga pembuatan video ini penulis juga mempersiapkan ataupun memperhatikan kondisi bahkan situasi di lapangan, *talent* dan perlengkapan yang disediakan selama proses produksi berlangsung. Bahkan dalam tahap selama proses pengambilan video tugas akhir yaitu Lokasi Rumah penulis dan klien yang berjarak jauh sehingga membutuhkan waktu hingga sampai proses pengambilan video selesai dengan baik serta koordinasi dengan klien alhamdulillah berjalan lancar.

4.5 Perubahan Produksi Video Company Profile

Tabel 4.4. Perubahan Produksi

NO	DESCRIPTION	NARATION/SOUND ON TAPE	MUSIC ILUSTRATION	DURASI
1.	Black Frame	Bangkit untuk bertumbuh	Backsound Semangat No Copyright	2” (Detik)
2.	Ada gadis Muda yang sedang merenung dengan kehidupan lelahnya, Lalu bergegas untuk mengambil handphone. Lalu melihat video motivasi dari penyandang disabilitas	Aruni : Hmm, kok hidup gini-gini aja gak bertumbuh, dan menghela nafas sambil melihat handphone lalu membuka video motivasi “mengenai bahwa disabilitas bisa kembali bertumbuh walaupun punya keterbatasan”	Backsound Sedih No Copyright	10” (detik)
3.	Aruni, akhirnya merasa sedih ketika melihat video yang membuat motivasi dirinya harus bisa kembali bertumbuh dan tidak menyerah begitu saja, sehingga tanpa pikir panjang langsung <i>searching</i> tempat usaha disabilitas di Kota Bekasi agar bisa mengetahui dan merasakan kondisi mereka yang akhirnya ketemu lokasi usaha disabilitas itu dengan Bernama “Kube Penda, lalu mencoba berkomunikasi dengan pemiliknya.	Langsung mencoba komunikasi melalui telephone. (Sambil menunggu diangkat dan akhirnya tersambung). Aruni : Assalamualaikum, maaf mengganggu waktunya..Saya Aruni, apakah benar ini pemilik komunitas usaha penyandang disabilitas? Ibu Pains : Waalaikumsalam, iya benar dek. Ada apa ya? Aruni : Begini bu, saya ingin melihat komunitas usaha disabilitas sambil ingin tahu mengenai usaha yang didirikan oleh pihak ibu . Ibu Pains : Kapan dek, untuk kesini? Aruni : Lusa bu, boleh?	Backsound Semangat No Copyright	“120”

		Ibu Paini : Tentu boleh, ibu tunggu ya Aruni : Baik, terimakasih ibu		
		Langsung mematikan telephone		
4.	Keesokan harinya, Bersiap-siap lalu bergegas pergi ke lokasi usaha Ibu Paini dan sampai Lokasi. Mengambil footage sudut dari rumah Ibu Paini	Aruni : Bersiap-siap lalu menggunakan Sepatu dan menuju Lokasi Ibu Paini Lalu langsung mencoba masuk dan melihat lokasi usaha dari Ibu Paini	Backsound Sendu No Copyright	35” (Detik)
5.	Mengambil video keseharian karyawan Disabilitas di kediaman Ibu Paini	Scene : Tampilan keseharian karyawan disabilitas yang sedang bekerja	Backsound Sendu No Copyright	“60”
6.	Pengambilan video produk dari UMKM Disabilitas	Scene : Video hasil produk tersebut	-	“60”
7.	Video mengenai background “Kube Penda” dari Ibu Paini	Scene : Ibu Paini menceritakan perjalanan memulai UMKM “Kube Penda” tersebut dari awal	Backsound Semangat No Copyright	“180”
8.	Pengambilan video Ibu Paini	Scene : Video motivasi dan inspirasi dari Ibu Paini	Backsound sedih No Copyright	“60”
9.	Shoot video talent yang sedang berjalan	Memberikan pesan nilai bahwa jangan memandang dari seorang disabilitas	-	30” (Detik)
10.	Pengambilan video talent memegang flyer dan memperlihatkan awan	Memunculkan tulisan menggunakan flyer “Bangkit Untuk Bertumbuh”	Backsound Semangat No Copyright	30” (Detik)
Total durasi				6 menit 15 detik

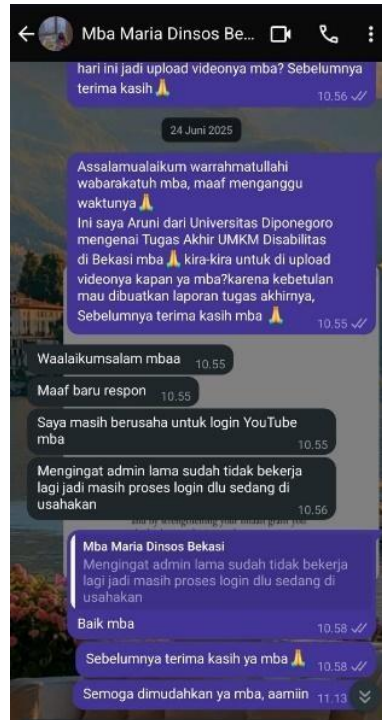
(Sumber: Penulis, 2025)

4.5 Analisis Tahap Pasca Produksi

Pasca produksi mencakup tahap pengeditan video hingga proses publikasi konten. Seluruh video yang telah direkam dan edit menggunakan aplikasi CapCut, dengan memilih video yang dimasukkan dalam proses pembuatan video, penambahan efek, teks, transisi, musik latar, serta pemotongan bagian yang tidak relevan dalam video. Salah satu kendala utama dalam proses ini adalah kesulitan menyamakan *font*, gaya teks dan suara. Hal ini terjadi karena perangkat yang digunakan tidak mendukung pengunduhan dalam proses pengeditan. Solusinya adalah dengan mencoba berbagai perangkat alternatif hingga ditemukan satu yang kompatibel dan stabil digunakan untuk proses editing yaitu mengirim font dan extract ZIP. Kendala lain juga muncul terkait durasi video yang kadang melebihi atau kurang dari standar SSG (6 menit 14 detik). Video yang terlalu panjang dipangkas dengan lebih selektif, sementara video yang terlalu pendek ditambahkan elemen pendukung yang tetap informatif dan menarik.

Masalah pada transisi antar adegan yang terasa kaku juga diperbaiki dengan menggunakan variasi transisi otomatis yang tersedia di CapCut, serta penyesuaian musik latar agar lebih sesuai dengan suasana konten, baik yang bersifat edukatif. Proses editing dilakukan dengan memasukkan hasil rekaman video ke dalam aplikasi CapCut, kemudian memotong durasi video agar sesuai dengan standar waktu dalam *Standar Sequence Guide* (SSG), yaitu antara 6 menit 14 detik. Setelah itu, dilakukan penambahan teks dengan memilih font “Default System” agar tampilan visual lebih konsisten dan mencerminkan identitas konten video *company profile* tersebut dan dilengkapi dengan musik latar yang sesuai untuk memperkuat nuansa konten serta menarik perhatian audiens. Seluruh proses ini bertujuan untuk menghasilkan video yang informatif, menarik, dan sesuai dengan karakteristik pengguna *Youtube*. Secara keseluruhan, meskipun proses produksi tidak lepas dari berbagai tantangan teknis dan non-teknis, seluruh tahapan dapat dijalankan dengan baik melalui penyesuaian dan solusi adaptif. Tahap pasca produksi menjadi bagian penting dalam menjaga kualitas akhir video, baik dari segi visual, audio, durasi, hingga kesiapan publikasi, agar konten yang diunggah benar-benar mampu menarik

interaksi yang menonton dan membangun *brand image* UMKM “MZI Snack” Kota Bekasi dengan baik. Walaupun saat untuk publikasi di *Youtube* mengalami kendala untuk login akun youtube sehingga membutuhkan waktu dalam proses publikasi video *company profile* tersebut.

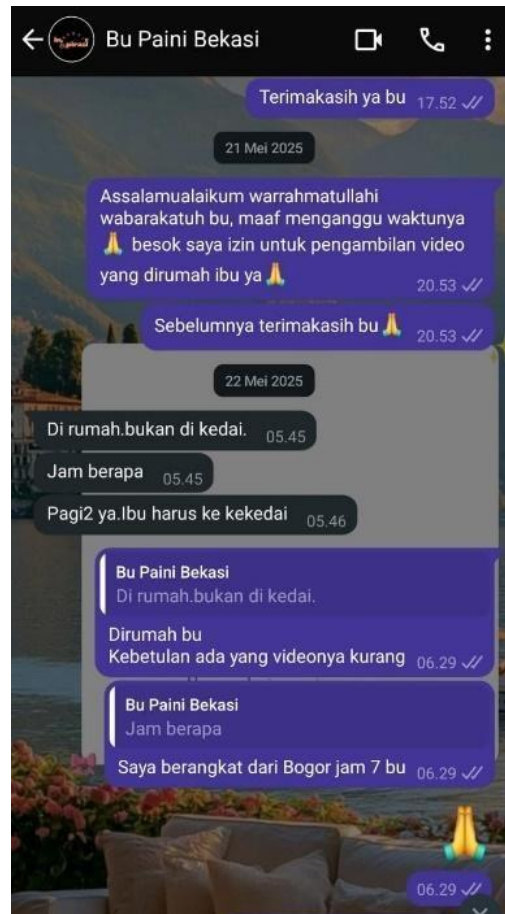


Gambar 4.9. Screenshoot Chat Follow Up dengan Klien

4.6 Pembahasan Hasil Produksi Video Company Profile

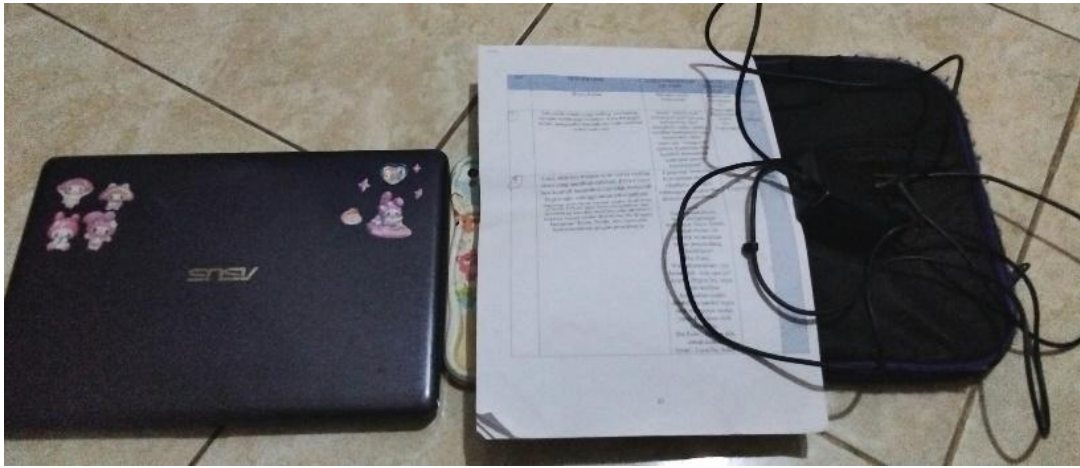
Sehingga penulis menjelaskan tahap dari proses pra produksi, produksi dan pasca produksi memiliki pembahasan secara jelas dengan rinci mengenai penyelesaian proyek tugas akhir tersebut. Pembuatan dalam proses *Projek Video Company Profile Kube Penda* (Komunitas usaha bersama penyandang disabilitas) Umkm “MZI Snack” Kota Bekasi secara baik.

1. Pra Produksi



Gambar 4.10. Screenshoot Mengatur Janji dengan Bu Paini

Pada hari Rabu, tanggal 21 Mei 2025 penulis melakukan koordinasi dengan Ibu Paini selaku pendiri Kube Penda (Komunitas Usaha Penyandang Disabilitas) Umkm “*MZI Snack*” Kota Bekasi terkait hari dan tanggal pembuatan projek di Lokasi Rumah Singgah Disabilitas Mandiri.



Gambar 4.11. Perlengkapan Pembuatan Produksi Video

Pada hari Kamis, tanggal 22 Mei 2025 sebelum melakukan pembuatan proyek, Kube Penda (Komunitas Usaha Penyandang Disabilitas) UMKM “MZI Snack” Kota Bekasi penulis mempersiapkan semua perlengkapan yang dibutuhkan untuk membuat proyek agar tidak ada yang ketinggalan guna mendapatkan hasil yang maksimal. Berikut perlengkapan yang dipersiapkan sebelum take video, yaitu ada *Handphone* Samsung Galaxy A05S dan Redmi 9A, Laptop Asus, *Headseat* dan Script video. Take Video *Company Profile* Kube Penda (Komunitas usaha bersama penyandang disabilitas) Dalam Motivasi Meningkatkan *Brand Image* Umkm MZI Snack Kota Bekasi dilakukan selama 5 hari dilakukan.

2. Produksi

Pembuatan produksi untuk take video proyek tugas akhir dilakukan pada 22 – 26 Mei 2025 yang Lokasi untuk take video yaitu di Rumah Rumah Singgah Disabilitas dan Kedai Inspirasi Kota Bekasi.



Gambar 4.12. Pengambilan Gambar di Lokasi Ibu Paini



Gambar 4.13. Pengambilan Adegan Aruni



Gambar 4.14. Pengambilan Adegan Ibu Paini



Gambar 4.15. Pengambilan Gambar Adegan Talent Memberikan Testimoni

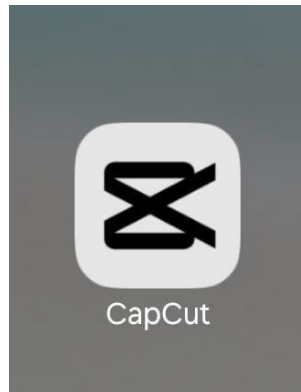


Gambar 4.16. Pengambilan Gambar Adegan Talent Berjalan dalam Gang

➤ Kendala Produksi

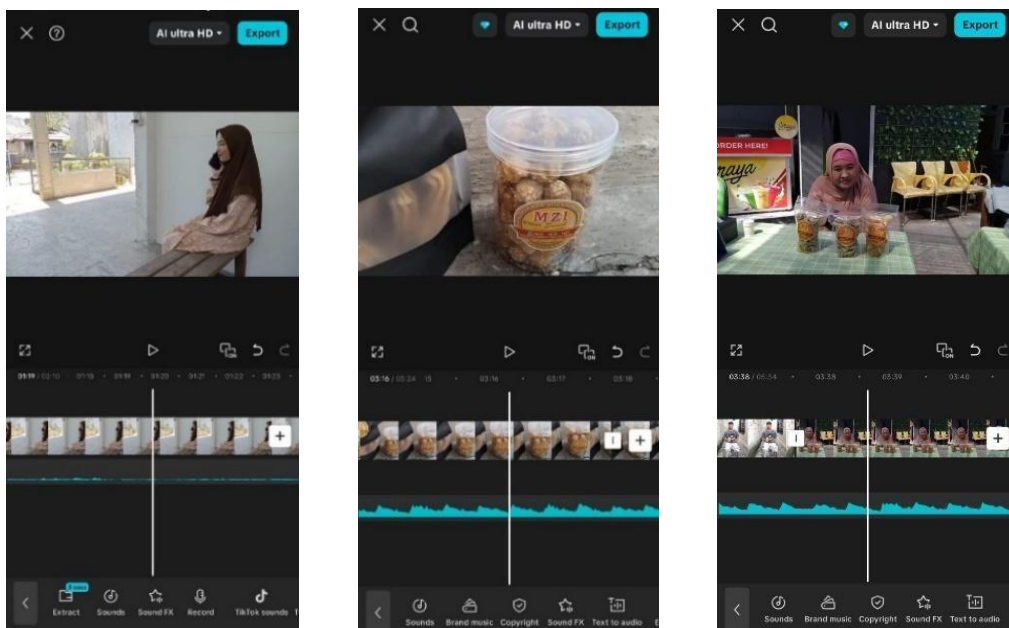
Selama tahap proses produksi yaitu jarak Ibu Paini dan penulis yang jauh dari Bogor-Bekasi ehingga dalam proses produksi membutuhkan waktu, sehingga penulis tetap dalam menjalankannya tersebut dengan baik sampai dalam tahap proses pengunggahan di sosial media yaitu Instagram dan Youtube.

3. Pasca Produksi



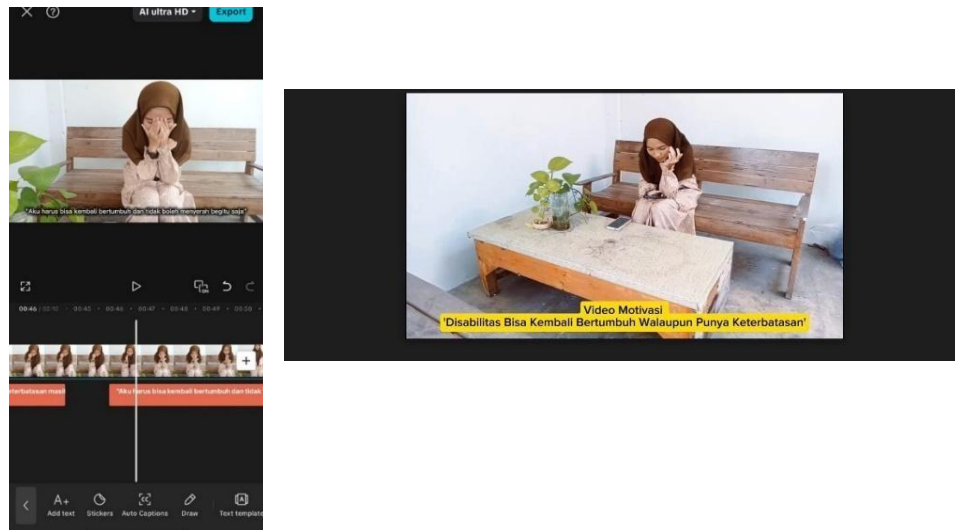
Gambar 4.17. Aplikasi Editing Video "CapCut"

Pasca produksi penulis melakukan proses editing Video *Company Profile* Kube Penda (Komunitas usaha bersama penyandang disabilitas) Dalam Motivasi Meningkatkan *Brand Image* Umkm “MZI Snack” Kota Bekasi menggunakan aplikasi yang menurut penulis mudah digunakan yaitu CapCut. Untuk tahap editing, penulis menggunakan Laptop dan *Handphone*.



Gambar 4.18. Proses Editing Menggunakan Capcut

Setelah itu, penulis menambahkan dubbing (voice over) dan backsound diurutkan sesuai naskah yang disesuaikan juga dengan video, lalu memotong bagian video tertentu yang tidak digunakan dalam pengeditan tersebut.



Gambar 4.19. Screenshoot Hasil dan Proses Editing Subtitle Video

Dalam proses editing subtitle penulis menambahkan kalimat dan tulisan pada proses pembuatan editing Video *Company Profile* Kube Penda (Komunitas usaha bersama penyandang disabilitas) Dalam Motivasi Meningkatkan *Brand Image* untuk Umkm MZI Snack Kota Bekasi agar terlihat lebih jelas dan rinci sehingga audiens bisa mengetahui dari hasil video tersebut. Ketika proses editing penulis juga memilih kalimat dengan baik sebelum proses pengeditan selanjutnya.



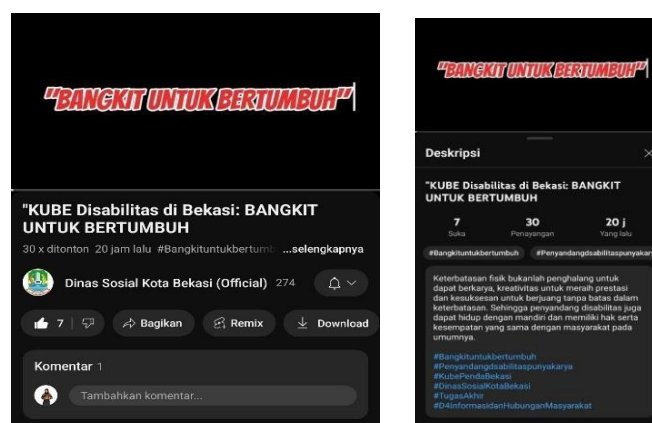
Gambar 4.20. Screenshoot Hasil Editing Penulisan Judul Video Company Profile

Setelah semuanya dirasa aman, video disimpan dengan total size video 842 mb. Video *Company Profile* Kube Penda (Komunitas usaha bersama penyandang disabilitas) Dalam Motivasi Meningkatkan *Brand Image* Umkm “MZI Snack” kota Bekasi dengan diberi nama “Bangkit Untuk Bertumbuh”. Agar terlihat berkesan pada yang menonton video tersebut.

- Media Sebagai Sarana Branding “MZI Snack”

Hasil dari editing Video *Company Profile* Kube Penda (Komunitas usaha bersama penyandang disabilitas) Dalam Motivasi Meningkatkan *Brand Image* Umkm “MZI Snack” Kota Bekasi diupload di media sosial agar dapat dijangkau oleh masyarakat luas karena media sosial dinilai lebih unggul karena lebih cepat memiliki kemampuan menaklukkan ruang dan waktu. Karena itu semua dinilai akan efektif untuk menarik perhatian masyarakat banyak karena media sosial menjadi konten di internet yang paling banyak diakses oleh masyarakat. Sehingga menjadikan produk “MZI Snack” lebih dikenal dan diingat lagi oleh masyarakat luas. Media sosial yang dipilih penulis sebagai sarana Kube Penda (Komunitas usaha bersama penyandang disabilitas) Dalam Motivasi Meningkatkan *Brand Image* Umkm “MZI Snack” Kota Bekasi yaitu *Youtube* dan *Instagram* dengan harapan agar video ini lebih tepat pada sasaraannya dan video dapat menyebar secara luas dengan cepat serta banyak masyarakat luas terutama kalangan muda yang melihat secara baik.

1. Publikasi Youtube



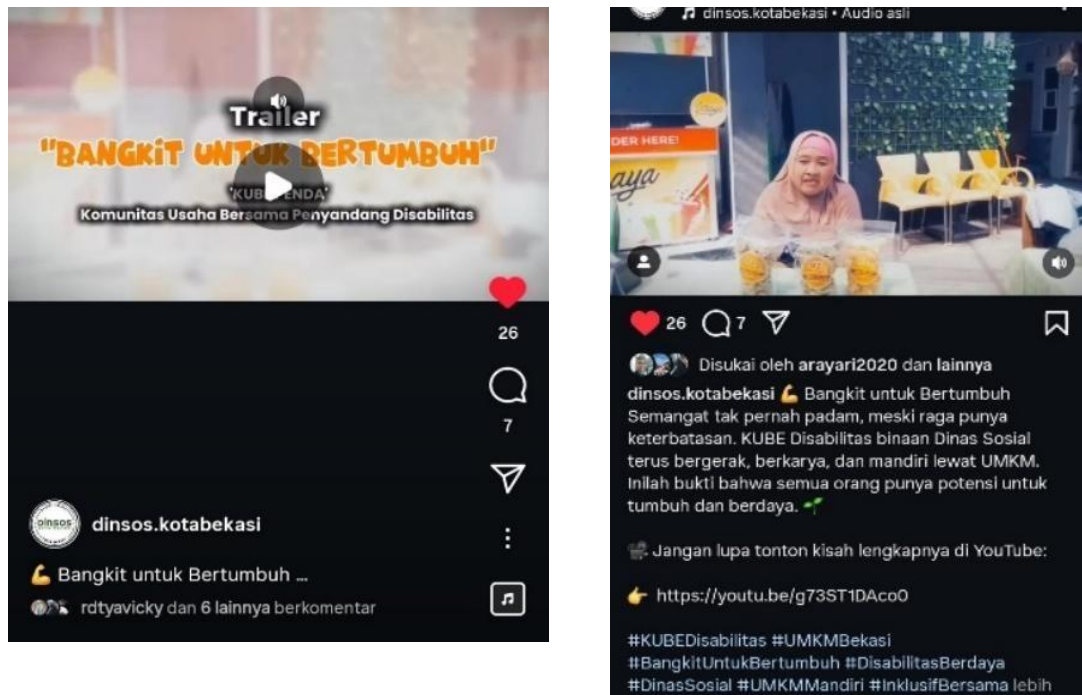
Gambar 4.21. Hasil Pengunggahan Video Company Profile di Youtube

Full Video *Company Profile* Kube Penda yang berdurasi 6 menit 14 detik dengan 33 penayangan sehingga penulis mempublikasikan Video *Company Profile* Kube Penda (Komunitas usaha bersama penyandang disabilitas) Umkm “MZI Snack” pada kota Bekasi di channel *youtube* Dinas Sosial Kota Bekasi <https://youtu.be/g73ST1DAco0?feature=shared> dengan caption dan hastag yaitu “Keterbatasan fisik bukanlah penghalang untuk dapat berkarya, kreativitas untuk meraih prestasi dan kesuksesan untuk berjuang tanpa batas dalam keterbatasan. Sehingga penyandang disabilitas juga dapat hidup dengan mandiri dan memiliki hak serta kesempatan yang sama dengan masyarakat pada umumnya.

#Bangkituntukbertumbuh#Penyangdangsabilitaspunyakarya#KubePendaBekasi
#DinasSosialKotaBekasi#TugasAkhir#D4InformasidanHubunganMasyarakat”.

Lalu penulis juga sebelumnya sudah izin terlebih dahulu kepada admin sosial media untuk mempublikasikan Video *Company Profile* Kube Penda (Komunitas usaha bersama penyandang disabilitas) Dalam Motivasi Meningkatkan *Brand Image* Umkm “MZI Snack” Kota Bekasi karena selain itu channel *youtube* Dinas Sosial Kota Bekasi juga bisa memberitahu penonton bahwa meningkatkan *brand image* yang kualitasnya memang bagus tetapi belum pernah ter-expose sehingga, disisi lain secara tidak langsung penonton juga bisa mengenal dan komentar dari proyek mengenai video Kube Penda (Komunitas usaha bersama penyandang disabilitas) di Kota Bekasi.

2. Publikasi Instagram



Gambar 4.22. Hasil Pengunggahan Video Company Profile di Instagram

Mengenai trailer atau cuplikan pendek dari *Video Company Profile* Kube Penda (Komunitas usaha bersama penyandang disabilitas) Umkm “MZI Snack” Kota Bekasi yang berdurasi 33 detik di-upload Instagram Dinas Sosial Kota Bekasi

<https://www.instagram.com/reel/DLUM51ozkA5/?igsh=MXRwdmhuMTE3ZmQxZA=>

≡.

Dalam trailer tersebut memperlihatkan cuplikan dari video “Bangkit Untuk Bertumbuh” dan mengajak penonton agar mengunjungi channel *youtube* Dinas Sosial Kota Bekasi untuk melihat secara lengkap tentang *Video Company Profile* Kube Penda (Komunitas usaha bersama penyandang disabilitas) Umkm “MZI Snack” pada kota Bekasi yang di-upload Instagram mendapatkan feedback 26 likes dan 7 komentar feedback dari penonton.

Keberhasilan pada proses video yang dibuat dipengaruhi oleh daya tarik visual, relevansi topik, dan cara penyampaian kepada penonton., berdasarkan data interaksi dan pola respons audiens, dalam *video company*

profile Kube Penda (Komunitas Usaha Penyandang Disabilitas) Umkm “*MZI Snack*” dan alur visual dirancang berdurasi 6 menit 14 detik di *Youtube* dan trailer “Bangkit untuk Bertumbuh” di Instagram dengan durasi 33 detik. Hal ini menjadikannya lebih mudah mendapatkan like, komentar, dan share dibandingkan konten yang hanya berisi informasi secara formal. Oleh karena itu, strategi konten ke depan perlu terus mengeksplorasi aspek kreatif dalam pembuatan video dan pengalaman visual baru untuk mempertahankan minat audiens di media sosial serta mendapatkan motivasi dari Ibu Paini dikarenakan sudah membuat *brand image* bagi “*MZI Snack*”.

4.7 Key Performance Indicator (KPI)

Media sosial telah menjadi salah satu media pemasaran yang paling efektif dalam mendapatkan lebih banyak audiens dan meningkatkan branding pada video yang di publikasi. Namun, untuk memastikan keberhasilan kampanye media sosial kamu, penting untuk menggunakan *Key Performance Indicators* (KPI) yang tepat. KPI membantu dalam mengukur efektivitas kampanye dan memastikan bahwa tujuan pemasaran tercapai dengan baik khususnya hal dalam *Video Company Profile* Kube Penda (Komunitas usaha bersama penyandang disabilitas) Dalam Motivasi Meningkatkan *Brand Image* Umkm “*MZI Snack*” Kota Bekasi dengan media sosial *Youtube* (Video berdurasi Panjang) dan Instagram (*Trailer*) yang diunggah oleh Dinas Sosial Kota Bekasi.

1. Jumlah Subscriber di Youtube Dinas Sosial Kota Bekasi yaitu 275 sehingga Menunjukkan pertumbuhan basis penggemar dan minat pada konten *Video Company Profile* Kube Penda (Komunitas usaha bersama penyandang disabilitas) Dalam Motivasi Meningkatkan *Brand Image* Umkm “*MZI Snack*” Kota Bekasi
2. Durasi Tonton: Mengukur seberapa lama penonton menonton video, menunjukkan kualitas dan relevansi pada konten hanya sedikit di *Youtube* dan lebih banyak menggunakan Instagram.
3. Rata-rata Tonton: Persentase video yang ditonton secara rata-rata, mengindikasikan daya tarik konten pada trailer “Bangkit untuk Bertumbuh” di Instagram.

4. Tingkat Keterlibatan penonton: Jumlah suka, komentar, dan bagikan, mencerminkan interaksi penonton lebih banyak di Instagram daripada *Youtube* yang sudah dipublikasi oleh Dinas Sosial Kota Bekasi
5. Tayangan: Jumlah total video yang ditonton *Video Company Profile* Kube Penda (Komunitas usaha bersama penyandang disabilitas) Dalam Motivasi Meningkatkan *Brand Image* Umkm “*MZI Snack*” Kota Bekasi , menunjukkan lebih banyak penayangan di *Youtube* Dinas Sosial Kota Bekasi.

- Kesimpulan Evaluasi

Pada konten tersebut yang visualnya video kuat, bernilai edukatif dan memiliki performa paling tinggi dalam hal interaksi pada penonton. mendukung jangkauan yang lebih besar untuk memberikan edukasi dari meningkatkan motivasi terkait UMKM penyandang disabilitas melalui media sosial *Youtube* dan Instagram sehingga perlunya konten video yang lebih kreatif lagi agar menarik para penonton serta mengedukasi dengan pembuatan *Video Company Profile* Kube Penda (Komunitas usaha bersama penyandang disabilitas) Dalam Motivasi Meningkatkan *Brand Image* Umkm “*MZI Snack*” Kota Bekasi dan video durasi yang efektif tidak terlalu panjang pada saat dipublikasikan.

4.8 Sustainability/Keberlanjutan

Sebuah konsep yang menekankan pemenuhan kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan hal mendatang untuk memenuhi kebutuhan pada pembuatan video tersebut. Sehingga Langkah keberlanjutan dari Upaya digital melalui *platform Youtube* dan Instagram, maka dilakukan penambahan teks dengan memilih *font* dengan “Default System” agar tampilan visual lebih konsisten dan mencerminkan identitas pada konten video *company profile* tersebut dan dilengkapi dengan musik latar yang sesuai untuk memperkuat nuansa konten serta menarik perhatian audiens.

Seluruh proses ini bertujuan untuk menghasilkan video yang informatif, menarik, dan sesuai dengan karakteristik pengguna *Youtube* bahkan Instagram untuk publikasi. Secara keseluruhan, meskipun tidak lepas dari berbagai tantangan teknis dan non-teknis, seluruh tahapan dapat dijalankan dengan baik melalui

penyesuaian dan solusi adaptif. Tahap pasca produksi menjadi bagian penting dalam menjaga kualitas akhir video, baik dari segi visual, audio, durasi, hingga kesiapan publikasi, agar konten yang diunggah benar-benar mampu menarik interaksi yang menonton pada platform *Youtube* serta Instagram dan membangun *brand image* UMKM “*MZI Snack*” Kota Bekasi dengan baik.