

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab 4 ini menjelaskan mengenai gambaran umum hasil dan pembahasan terkait pelaksanaan ide maupun gagasan pada proses pembuatan karya Tugas Akhir. Karya Tugas Akhir ini berupa produksi konten kreatif beserta penerapan strategi melalui platform media sosial Instagram untuk mengoptimalkan promosi digital pada Wisata Tirta Nusantara, Desa Ngabean Kecamatan Boja Kabupaten Kendal, yang bertujuan untuk meningkatkan *Insight Instagram* Wisata Tirta Nusantara.

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

Melalui hasil observasi dan wawancara langsung dengan pengelola Wisata Tirta Nusantara Ibu Irma Suryani, pada tanggal 8 Maret Tahun 2025. Diketahui bahwa objek Wisata Tirta Nusantara merupakan salah satu destinasi wisata rekreasi keluarga yang menyajikan objek wisata dengan memadukan keindahan wisata alam, keseruan aktivitas dan kenyamanan fasilitas dalam satu kawasan terpadu. Terletak di lingkungan yang tergolong asri dan sejuk, menjadi pilihan bagi yang ingin menikmati liburan rekreasi keluarga dengan tenang dan menyenangkan. Wisata Tirta Nusantara telah berdiri sejak tahun 2005, menjadi salah satu destinasi wisata rekreasi keluarga yang terletak di Wilayah Kabupaten Kendal, awalnya Wisata Tirta Nusantara selalu ramai pengunjung namun semenjak peristiwa *Covid-19* yang terjadi di negara Indonesia pada akhir tahun 2019 yang menyebabkan banyak dampak kerugian dari berbagai faktor tatanan kehidupan masyarakat Indonesia. Wisata Tirta Nusantara juga ikut merasakan dampak pada sektor pariwisata, kebijakan *lockdown* yang membatasi interaksi masyarakat sehingga menyebabkan berbagai penurunan ekonomi masyarakat Indonesia pada saat itu, membuat Wisata Tirta Nusantara juga mengalami penurunan kunjungan, hingga pada saat ini Wisata Tirta Nusantara belum sepenuhnya

bangkit. Ditambah dengan beberapa faktor yaitu munculnya destinasi wisata baru di sekitar wilayah Wisata Tirta Nusantara yang lebih modern, kekinian dan mengikuti perubahan trend. Membuat masyarakat jarang menjadikan Wisata Tirta Nusantara sebagai tujuan destinasi wisata rekreasi keluarga. Hal ini dibuktikan dengan kesadaran masyarakat di sekitar wilayah Kabupaten Kendal dan masyarakat di luar wilayah Kabupaten Kendal yang jarang mengetahui keberadaan Wisata Tirta Nusantara. Adapun upaya promosi Wisata Tirta Nusantara belum dilakukan dengan maksimal. Potensi pemasaran melalui promosi digital belum direalisasikan secara maksimal. Hal tersebut terlihat dari akun promosi platform media sosial Instagram Wisata Tirta Nusantara yang belum dikelola dengan baik.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis berupaya untuk mendiskusikan permasalahan tersebut kepada pihak pengelola Wisata Tirta Nusantara yang kemudian tercipta usulan ide dan konsep yang berpotensi mempromosikan Wisata Tirta Nusantara dengan memanfaatkan media promosi digital pada pembuatan konten kreatif yang berkaitan dengan keberadaan Wisata Tirta Nusantara. Selain mengusulkan ide penulis juga berupaya menyusun strategi untuk menyebarluaskan 15 konten kreatif dengan cepat sesuai target yang dituju.

Adapun tema yang diangkat yaitu mengenai penawaran terkait wahana dan fasilitas yang terdapat di Wisata Tirta Nusantara. Produksi konten kreatif ini juga memberikan informasi terkait Wisata Tirta Nusantara serta kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan di Wisata Tirta Nusantara.

4.2 Proses Pembuatan Karya Bidang

Dalam pelaksanaannya proses pembuatan karya bidang dalam produksi konten kreatif untuk *platform* media sosial Instagram Wisata Tirta Nusantara melibatkan tiga tahapan yaitu, yang pertama yaitu tahap Pra Produksi, yang kedua yaitu tahap Produksi dan yang ketiga yaitu tahap Pasca

Produksi. Adapun penjelasan terkait proses pelaksanaan tahap-tahap produksi konten kreatif pada karya bidang ini akan dijelaskan pada pembahasan selanjutnya.

4.2.1 Tahap Pra Produksi Karya Bidang

Penulis sebagai produser konten yang bertanggung jawab mengelola dan memproduksi 15 konten kreatif dari tahap awal hingga akhir. Pada tahap ini seluruh perencanaan dilakukan secara sistematis untuk memastikan setiap ide, konsep, dan kebutuhan teknis yang telah dipersiapkan dengan matang sebelum proses produksi dimulai. Perihal pertama, penulis terlebih dahulu mendatangi pihak pengelola Wisata Tirta Nusantara untuk mendiskusikan dan meminta izin kepada pengelola terkait proses pelaksanaan rancangan 15 konten kreatif yang terdiri dari foto, video, dan desain infografis yang akan di produksi, di Wisata Tirta Nusantara. Kemudian penulis menyiapkan segala device dan peralatan yang akan digunakan saat produksi 15 konten kreatif, peralatan yang dimaksud berupa pemilihan alat untuk pengambilan gambar dan video, alat editing serta aplikasi untuk pembuatan desain infografis. Selanjutnya penulis juga menghubungi pihak-pihak yang akan ikut serta dilibatkan untuk membantu dalam proses produksi 15 Konten Kreatif. Pihak-pihak tersebut terdiri dari *talent* dan kameramen yang membantu proses produksi konten kreatif. Pada kegiatan ini penulis juga mengkoordinasikan dan mengarahkan *talent* terkait perencanaan kegiatan produksi konten video. Pada tahap pra produksi ini terdapat kesesuaian dan ketidaksesuaian konsep sesuai perencanaan awal pada proposal Tugas Akhir ini. Hal ini terjadi karena karena beberapa faktor, seperti permintaan klien, situasi saat produksi yang mengharuskan perubahan konsep, proses editing dan lain sebagainya.

Berikut penjelasan dan catatan produksi konten kreatif media sosial Instagram @wisatatirtanusantara.

1. Produksi Konten Video *Reels* “*Silent Day At* Wisata Tirta Nusantara”

Proses produksi Konten Video *Reels* “*Silent Day At* Wisata Tirta Nusantara” mengacu pada *SSG (Standard Sequence Guide)* pertama sebagai acuan alur pembuatan konten, namun terdapat kesesuaian dan ketidaksesuaian dari perencanaan awal pada *SSG (Standard Sequence Guide)*. Berikut penjelasan yang dijelaskan dalam tabel dari hasil konten *SSG (Standard Sequence Guide)* yang pertama :

Tabel 25 Pelaksanaan Produksi Konten Video Reels Silent Day At Wisata Tirta Nusantara

Nama Talent	-
Nama Pengisi Suara	-
<i>Backsound</i>	<i>Little little things</i> (Instrumen Musik Cap cut)
Durasi	28 detik
Konteks Video	Cuplikan-cuplikan suasana Wisata Tirta Nusantara
Catatan	Terdapat perubahan narration tipografi pada video yang seharusnya “Wisata Tirta Nusantara” menjadi “Silent Day At Wisata Tirta Nusantara”
<i>Link</i> Video	https://www.instagram.com/reel/DNM4q1WS9m6/?utm_source=ig

2. Produksi Konten Video *Reels* “Promosi Wisata Tirta Nusantara”

Proses produksi Konten Video *Reels* “Promosi Wisata Tirta Nusantara” mengacu pada *SSG (Standard Sequence Guide)* kedua sebagai acuan alur pembuatan konten, namun terdapat kesesuaian dan ketidaksesuaian dari perencanaan awal pada *SSG (Standard Sequence Guide)*. Berikut penjelasan yang dijelaskan dalam tabel dari hasil konten *SSG (Standard Sequence Guide)* yang kedua :

Tabel 26 Pelaksanaan Produksi Konten Video Reels Promosi Wisata Tirta Nusantara

Nama Talent	Putri Pratama
Nama Pengisi Suara	Putri Pratama
<i>Backsound</i>	<i>Calm electric piano music with a relaxing</i> (Instrumen Musik Cap cut)
Durasi	2 menit 9 detik
Konteks Video	Video promosi Wisata Tirta Nusantara
Catatan	1) Penambahan durasi yang awalnya pada <i>SSG</i> hasil video berdurasi 1 menit 45 detik menjadi 2 menit 9 detik 2) Perubahan narasi yang lebih dipersingkat dan beberapa bagian narasi tidak diucapkan. 3) Selain itu juga terdapat penambahan <i>tipografi</i> “Wisata Tirta Nusantara, Wisata Rekreasi Keluarga” pada opening video.
<i>Link</i> Video	https://www.instagram.com/reel/DNPhf4oS5r6/?utm_source=ig

Berikut tabel perubahan *SSG (Standard Sequence Guide)* Video Konten *Reels* “Promosi Wisata Tirta Nusantara”.

Tabel 27 Perubahan SSG Video Konten Reels Promosi Wisata Tirta Nusantara

NO	DESCRIPTION	NARRATION / SOUND ON TAPE	ANGLE CAMERA	MUSIC ILLUSTRATION	DURATION
1	<i>Opening Shot</i> keadaan seluruh wahana Wisata Tirta Nusantara disertai <i>pop up tipografi</i>	-	<i>Long Shot</i>	<i>Calm electric piano music with a relaxing (Instrumen Musik Capcut)</i>	3”
2	Transisi video, <i>talent</i> masuk dan berbicara	Halo warga wargi kendal, Semarang, dan sekitarnya, “Hmm siapa nih disini yang lagi nyari destinasi wisata	<i>Medium full Shot</i>	<i>Calm electric piano music with a relaxing (Instrumen Musik Capcut)</i>	12’7”

		keluarga yang seru dan menarik?” “Aku punya rekomendasi buat kalian,, ikut aku yuk”			
3	Transisi Video <i>talent</i> berada di depan gapura masuk Wisata Tirta Nusantara dan berbicara.	“Ini dia Wisata Tirta Nusantara” (VO)	<i>Long Shot</i>	<i>Calm electric piano music with a relaxing</i> (Instrumen Musik Capcut)	3’3”
4	Transisi Video <i>shot spot</i> suasana wisata tirta nusantara	“Wisata tirta nusantara merupakan salah satu destinasi wisata yang disertai dengan wahana yang seru dan menarik” (VO)	<i>Long Shot</i>	<i>Calm electric piano music with a relaxing</i> (Instrumen Musik Capcut)	8”
5	Transisi video <i>talent</i> berbicara di	“Hmm kira-kira ada apa aja ya disini,	<i>Long Shot</i>	<i>Calm electric piano music with a relaxing</i>	9’3”

	depan gapura masuk Wisata Tirta Nusantara dan	Yakin kalian ga penasaran?, Jangan di skip yah videonya, tonton sampai akhir”		(Instrumen Musik Capcut)	
6	Transisi video <i>shot</i> kolam pemancingan, kolam renang, wahana permainan anak, kandang burung, taman air, waterpark, rumah joglo penginapan, dan lapangan tenis.	“Yang pertama kita pasti langsung disajikan dengan kolam pemancingan yang luas” “Yang kedua kita bisa bersantai dengan berenang di kolam renang yang bersih dan fasilitas yang lengkap” “Yang ketiga terdapat kolam wahana	<i>Long Shot</i>	<i>Calm electric piano music with a relaxing</i> (Instrumen Musik Capcut)	30’2”

		permainan anak” “Disini kita juga bisa melihat-lihat <i>minizoo</i>, yang terdiri dari burung dan kolam ikan” “nggak hanya wahana aja lo, disini juga terdapat <i>Waterpark</i>, Rumah Joglo, Tempat penginapan yang bisa kalian sewa untuk acara-acara kalian. “Lebih serunya lagi, disini juga tersedia lapangan tenis			
--	--	--	--	--	--

		dan badminton untuk berolahraga”			
7	Transisi video <i>shot</i> akses, parkir, mushola, toilet umum dan gazebo.	“Disini juga dilengkapi dengan akses Parkiran, Mushola, Toilet umum dan Gazebo untuk menunjang kenyamanan pengunjung”	<i>Long Shot</i>	<i>Music Background No Copyright</i>	13’1”
8	Transisi <i>talent</i> sedang melihat menu di restoran di depan meja kasir	“Oh iya disini juga terdapat restoran yang bisa memasak hasil tangkapan ikan kalian”	<i>Medium full Shot</i>	<i>Calm electric piano music with a relaxing (Instrumen Musik Capcut)</i>	7’7”
9	Transisi <i>talent</i> sedang berjalan maju dan berbicara	“Gimana guys, menarik banget kan, cuma 30 menit aja loh dari Kota	<i>Medium full Shot</i>	<i>Calm electric piano music with a relaxing (Instrumen Musik Capcut)</i>	16’5”

		Semarang kalian bisa menikmati destinasi keluarga yang seru dan menarik, Yuk aja mama, papa, kakak, adik, saudara, teman atau bahkan pacar kalian buat berkunjung ke Tirta Nusantara, ditunggu kedatangan nya ya”			
10	Transisi logo Wisata Tirta Nusantara	-	-	-	2’9”

3. Produksi Konten *Feeds* “Informasi Wisata Tirta Nusantara”

Proses produksi Konten *Feeds* “Informasi Wisata Tirta Nusantara” mengacu pada *SSG (Standard Sequence Guide)* ketiga sebagai acuan alur pembuatan konten, namun terdapat

kesesuaian dan ketidaksesuaian dari perencanaan awal pada *SSG (Standard Sequence Guide)*. Berikut penjelasan yang dijelaskan dalam tabel dari hasil konten *SSG (Standard Sequence Guide)* yang ketiga :

Tabel 28 Pelaksanaan Produksi Konten Feeds Informasi Wisata Tirta Nusantara

Nama Desainer Grafis	Putri Pratama
Tema Desain	Informasi Wisata Tirta Nusantara
Alat Desain	<i>Canva Pro</i>
Font Desain	1. <i>Open Sans</i> 2. <i>Reguler Brush</i> 3. <i>Racing Sans One</i> 4. <i>Roboto Slab</i>
Format Desain	1080x1350px
Catatan	1. Perubahan penggunaan font yang tidak hanya menggunakan satu jenis font, tetapi mengkolaborasikan desain dengan penggunaan empat jenis font. 2. Pengurangan narration pada informasi biaya parkir dihilangkan dan informasi harga tiket wahana tidak disebutkan nominalnya.
Link Feeds	https://www.instagram.com/p/DNR4Of_yW-B/?utm_source=ig

4. Produksi Konten Video *Reels* “Aktivitas *Live Music* Wisata Tirta Nusantara”

Proses produksi Konten Video *Reels* “Aktivitas *Live Music* Wisata Tirta Nusantara” pada *SSG (Standard Sequence Guide)* keempat sebagai acuan alur pembuatan konten, namun terdapat kesesuaian dan ketidaksesuaian dari perencanaan awal pada *SSG (Standard Sequence Guide)*. Berikut penjelasan yang dijelaskan dalam tabel dari hasil konten *SSG (Standard Sequence Guide)* yang keempat :

Tabel 29 Pelaksanaan Produksi Konten Video Reels Aktivitas Live Music Wisata Tirta Nusantara

Nama Talent	-
Nama Pengisi Suara	-
<i>Backsound</i>	<i>Makeba Remix (Sound Original Capcut)</i>
Durasi	33 detik
Konteks Video	Cuplikan-cuplikan aktivitas <i>live music</i> di Wisata Tirta Nusantara
Catatan	1. Perubahan pada konteks video yang awalnya pada <i>SSG</i> harusnya konteks video <i>reels</i> ketiga ini berisi tentang aktivitas pengunjung yang sedang menangkap hasil tangkapannya diubah menjadi video cuplikan aktivitas <i>live music</i> di Wisata Tirta Nusantara 2. Penambahan durasi yang awalnya pada <i>SSG</i> hasil video berdurasi 30 detik menjadi 33 detik 3. Serta penambahan <i>tipografi</i> pada <i>opening</i> video
<i>Link</i> Video	https://www.instagram.com/reel/DNc0befSB2y/?utm_source=ig

5. Produksi Konten Fotografi “Aktivitas Memancing di Wisata Tirta Nusantara”

Proses produksi Konten fotografi “Aktivitas Memancing di Wisata Tirta Nusantara” mengacu pada *SSG (Standard Sequence Guide)* kelima sebagai acuan alur pembuatan konten, namun terdapat kesesuaian dan ketidaksesuaian dari perencanaan awal pada *SSG (Standard Sequence Guide)*. Berikut penjelasan yang dijelaskan dalam tabel dari hasil konten *SSG (Standard Sequence Guide)* yang kelima :

Tabel 30 Pelaksanaan Produksi Konten Fotografi Aktivitas Memancing di Wisata Tirta Nusantara

Nama Fotografer	Putri Pratama
Tema Fotografi	<i>Shot</i> aktivitas memancing di Wisata Tirta Nusantara bersama pengunjung.
Alat Editing	Aplikasi perangkat <i>Iphone Xr</i>
Catatan	1. Perubahan tema pada konteks fotografi yang awalnya pada <i>SSG</i> berfokus untuk mengambil suasana kolam pemancingan, kolam renang. Kolam wahana permainan anak/ <i>Watertoys</i> , taman air dan lapangan tenis berubah pada tema pengambilan gambar aktivitas pengunjung saat memancing di kolam pemancingan Wisata Tirta Nusantara.
Link Fotografi	https://www.instagram.com/p/DNUq8uryEqJ/?utm_source=ig_

6. Produksi Konten Video *Reels* Video “Hiburan Memancing”

Proses produksi Konten Video *Reels* “Hiburan Memancing” mengacu pada *SSG (Standard Sequence Guide)*

ke-enam sebagai acuan alur pembuatan konten, namun terdapat kesesuaian dan ketidaksesuaian dari perencanaan awal pada *SSG (Standard Sequence Guide)*. Berikut penjelasan yang dijelaskan dalam tabel dari hasil konten *SSG (Standard Sequence Guide)* yang keenam :

Tabel 31 Pelaksanaan Produksi Konten Video Reels Hiburan Memancing

Nama Talent	Putri Pratama
Nama Pengisi Suara	-
<i>Backsound</i>	<i>Two Personalities (Sound Import Original)</i>
Durasi	13 detik
Konteks Video	Video hiburan saat memancing
Catatan	1. Perubahan scene yang awalnya di <i>SSG (Standard Sequence Guide)</i> awal harusnya talent <i>actions</i> membuang alat pancing diubah menjadi <i>actions talent</i> dengan mimik wajah cemberut dan sedang membuang umpan yang seharusnya digunakan untuk memancing. 2. Serta terdapat penambahan teks <i>tipografi</i> pada hasil video.
<i>Link Video</i>	https://www.instagram.com/reel/DNmuQQ3SNjk/?utm_source=ig

7. Produksi Konten *Feeds* “Informasi Harga Tiket Wahana Wisata Tirta Nusantara”

Proses produksi Konten *Feeds* “Informasi Harga Tiket Wahana Wisata Tirta Nusantara” mengacu pada *SSG (Standard Sequence Guide)* ke-tujuh sebagai acuan alur pembuatan konten,

namun terdapat kesesuaian dan ketidaksesuaian dari perencanaan awal pada *SSG (Standard Sequence Guide)*. Berikut penjelasan yang dijelaskan dalam tabel dari hasil konten *SSG (Standard Sequence Guide)* yang ketujuh :

Tabel 32 Pelaksanaan Produksi Konten Video Feeds Informasi Harga Tiket Wahana Wisata Tirta Nusantara

Nama Desainer Grafis	Putri Pratama
Tema Desain	Informasi Harga Tiket Wahana Wisata Tirta Nusantara
Alat Desain	<i>Canva Pro</i>
Font Desain	1. <i>Poppins</i> 2. <i>League Ghotic</i> 3. <i>Open Sans</i>
Format Desain	1080x1350px
Catatan	1. Perubahan penggunaan <i>font</i> yang tidak hanya menggunakan satu jenis <i>font</i>, tetapi mengkolaborasikan desain dengan penggunaan tiga jenis font. 2. Pengurangan narasi pada informasi promo paket wahana dihilangkan (karena tidak ada).
Link Feeds	https://www.instagram.com/p/DNW1xuxScio/?utm_source=ig

8. Produksi Konten Video *Reels Mini Vlog “Today Activities In Wisata Tirta Nusantara”*

Proses produksi Konten Video *Reels Mini Vlog “Today Activities In Wisata Tirta Nusantara”* mengacu pada *SSG*

(*Standard Sequence Guide*) ke-delapan sebagai acuan alur pembuatan konten, namun terdapat kesesuaian dan ketidaksesuaian dari perencanaan awal pada *SSG (Standard Sequence Guide)*. Berikut penjelasan yang dijelaskan dalam tabel dari hasil konten *SSG (Standard Sequence Guide)* yang kedelapan :

Tabel 33 Pelaksanaan Produksi Konten Video Reels Mini Vlog “Today Activity In Wisata Tirta Nusantara”

Nama Talent	Amelia & Aulia
Nama Pengisi Suara	-
<i>Backsound</i>	<i>Kiss You by One Direction</i>
Durasi	48 detik
Konteks Video	Video <i>Mini Vlog “Today Activity In Wisata Tirta Nusantara”</i>
Catatan	1. Perubahan judul <i>tipografi</i> pada <i>opening</i> video yang pada awalnya di <i>SSG</i> seharusnya tertulis “<i>A Day In Wisata Tirta Nusantara</i>” menjadi “<i>Today Activity In Wisata Tirta Nusantara</i>” 2. Dan penambahan durasi yang seharusnya pada <i>SSG</i> tertulis 15 detik namun pada hasil video akhir menjadi 48 detik
<i>Link</i> Video	https://www.instagram.com/reel/DNZ0FVxS68d/?utm_source=ig

9. Produksi Konten Fotografi “*Spot-Spot* Wisata Tirta Nusantara”

Proses produksi Konten fotografi “*Spot-Spot* Wisata Tirta Nusantara” mengacu pada *SSG (Standard Sequence*

Guide) ke-sembilan sebagai acuan alur pembuatan konten, namun terdapat kesesuaian dan ketidaksesuaian dari perencanaan awal pada *SSG (Standard Sequence Guide)*. Berikut penjelasan yang dijelaskan dalam tabel dari hasil konten *SSG (Standard Sequence Guide)* yang ke-sembilan :

Tabel 34 Pelaksanaan Produksi Konten Fotografi Spot-Spot Wisata Tirta Nusantara

Nama Fotografer	Putri Pratama
Tema Fotografi	<i>Shot spot-spot</i> Wisata Tirta Nusantara.
Alat Editing	<i>Iphone Xr</i>
Catatan	1. Perubahan tema pada konteks fotografi yang awalnya pada <i>SSG</i> berfokus untuk mengambil suasana restoran Wisata Tirta Nusantara namun pada hasil akhir fotografi kedua ini berubah menjadi <i>shot spot-spot</i> Wisata Tirta Nusantara seperti bagian depan Wisata Tirta Nusantara, kolam renang, kolam pemancingan, kolam wahana permainan anak/ <i>Watertoys, Waterpark</i> dan taman air.
Link Fotografi	https://www.instagram.com/p/DNhpe7lyvap/?utm_source=ig

10. Produksi Konten *Feeds* “Ucapan Memperingati Hari Kemerdekaan Indonesia”

Proses produksi Konten *Feeds* “Ucapan Memperingati Hari Kemerdekaan Indonesia” mengacu pada *SSG (Standard Sequence Guide)* ke-sepuluh sebagai acuan alur pembuatan konten, namun terdapat kesesuaian dan ketidaksesuaian dari

perencanaan awal pada *SSG (Standard Sequence Guide)*. Berikut penjelasan yang dijelaskan dalam tabel dari hasil konten *SSG (Standard Sequence Guide)* yang ke-sepuluh :

Tabel 35 Pelaksanaan Produksi Konten Feeds Ucapan Memperingati Hari Kemerdekaan Indonesia

Nama Desainer Grafis	Putri Pratama
Tema Desain	Ucapan Memperingati Hari Kemerdekaan Indonesia
Alat Desain	<i>Canva Pro</i>
Font Desain	1. <i>Yellowtail</i> 2. <i>Open Sans</i> 3. <i>Shirkhand</i>
Format Desain	1080x1350px
Catatan	1. Perubahan tema ucapan yang awalnya di <i>SSG</i> dibuat untuk memperingati Hari Tahun Baru Islam tanggal 27 Juni 2025 berubah menjadi peringatan untuk Kemerdekaan Indonesia tanggal 17 Agustus 2025 karena jadwal pelaksanaan produksi yang berubah. 2. Perubahan penggunaan <i>font</i> yang tidak hanya menggunakan satu jenis <i>font</i>, tetapi mengkolaborasikan desain dengan penggunaan tiga jenis font.
Link Feeds	https://www.instagram.com/p/DNb6caNyskf/?igsh

11. Produksi Konten Video Reels “Promosi Nongkrong Murah di Wisata Tirta Nusantara”

Proses produksi Konten Video *Reels* “Promosi Nongkrong Murah di Wisata Tirta Nusantara” mengacu pada *SSG (Standard Sequence Guide)* ke-sebelas sebagai acuan alur pembuatan konten, namun terdapat kesesuaian dan ketidaksesuaian dari perencanaan awal pada *SSG (Standard Sequence Guide)*. Berikut penjelasan yang dijelaskan dalam tabel dari hasil konten *SSG (Standard Sequence Guide)* yang ke-sebelas :

Tabel 36 Pelaksanaan Produksi Konten Video Reels Promosi Nongkrong Murah di Wisata Tirta Nusantara

Nama Talent	Putri Pratama
Nama Pengisi Suara	Putri Pratama
<i>Backsound</i>	<i>Energetic (Sound Original Cap cut)</i>
Durasi	1 menit 12 detik
Konteks Video	Promosi Nongkrong Murah di Wisata Tirta Nusantara
Catatan	Perubahan konteks video yang awalnya pada <i>SSG</i> topik dari video <i>reels</i> keenam ini berisi QnA bersama pengunjung diganti dengan promosi nongkrong murah di Wisata Tirta Nusantara. Hal ini dikarenakan permintaan klien dan ketersediaan pengunjung yang tidak berkenan untuk masuk <i>frame</i> video serta tidak diperbolehkan oleh owner Wisata Tirta Nusantara yang memicu terganggunya kenyamanan pengunjung.
<i>Link</i> Video	https://www.instagram.com/reel/DNfBWmzyMYo/?utm_source=ig

Berikut tabel perubahan *SSG (Standard Sequence Guide)* kesebelas pada konten video *Reels* “Promosi Nongkrong Murah di Wisata Tirta Nusantara”.

Tabel 37 Perubahan SSG Video Konten Reels Promosi Nongkrong Murah di Wisata Tirta Nusantara

NO	DESCRIPTIO N	NARRATIO N / SOUND ON TAPE	ANGLE CAMERA	MUSIC ILLUSTRATIO N	DURATION
1	<i>Opening shot</i> <i>talent</i> sedang duduk lalu diberikan pertanyaan lalu menjawab.	“Min-min katanya kalau berkunjung kesini harus bawa duit yang banyak ya? Stiker “Duit Banyak Mahal” “Eh kata siapa, sini aku kasih tau”	<i>Long Shot</i>	<i>Energetic (Sound Original Cap cut)</i>	7’7”

2	Transisi <i>talent</i> berbicara dengan <i>view</i> kolam pemancingan	“Disini Cuma mau nongkrong santai, pesen minuman sama cemilan aja? Bolehhhh”	<i>Medium shot</i>	<i>Energetic (Sound Original Cap cut)</i>	5’2”
3	Transisi <i>talent</i> berbicara dengan <i>view</i> kolam pemancingan. Ditambah cuplikan video meme bereaksi.	“Mau mancing terus bawa alat pancing sendiri? Boleh” “Tapi inget ya hasil tangkapannya jangan lupa dibayar hehe”	<i>Medium full shot</i>	<i>Energetic (Sound Original Cap cut)</i>	9’8”
4	Transisi <i>talent</i> berbicara.	“Mau berenang doang? Boleh”	<i>Medium shot</i>	<i>Energetic (Sound Original Cap cut)</i>	3’4”

5	Transisi video <i>talent</i> berbicara sambil duduk di gazebo	“Apa mau makan hemat? Disini juga tersedia loh menu paket hemat, 22 ribu udah dapet es teh, Boleh”	<i>Medium shot</i>	<i>Energetic (Sound Original Cap cut)</i>	8’4”
6	Transisi video <i>talent</i> berbicara di depan mushola	“Atau mau nyewa lapangan doang? Lapangan tenis, lapangan badminton? Dipakai olahraga bisa disewakan per-jam loh, Boleh”	<i>Medium full shot</i>	<i>Energetic (Sound Original Cap cut)</i>	8’7”
7	Transisi video <i>talent</i> berbicara didepan	“Oh iya ada <i>Watertoys</i> juga loh, wahana permainan	<i>Medium full shot</i>	<i>Energetic (Sound Original Cap cut)</i>	7’5”

	wahana <i>Watertoys</i>	anak, disini Cuma mau ngajak bermain doang/ Boleh”			
8	Transisi <i>talent</i> berbicara dengan <i>view</i> kolam pemancingan	“Kata siapa coba mahal, Cuma dengan 100 ribuan aja kita bisa berkunjung kesini, tanpa biaya tiket masuk” “Yuk langsung saja datang Wisata Tirta Nusantara dan nikmati keseruannya.	<i>Medium full shot</i>	<i>Energetic (Sound Original Cap cut)</i>	17’3”
9	Transisi logo Wisata Tirta Nusantara	-	-	-	3’2”

12. Produksi Konten *Feeds* “Informasi Jam Operasional Wisata Tirta Nusantara”

Proses produksi Konten *Feeds* “Informasi Jam Operasional Wisata Tirta Nusantara” mengacu pada *SSG (Standard Sequence Guide)* ke-dua belas sebagai acuan alur pembuatan konten, namun terdapat kesesuaian dan ketidaksesuaian dari perencanaan awal pada *SSG (Standard Sequence Guide)*. Berikut penjelasan yang dijelaskan dalam tabel dari hasil konten *SSG (Standard Sequence Guide)* yang ke-dua belas :

Tabel 38 Pelaksanaan Produksi Konten Video Feeds Informasi Jam Operasional Wisata Tirta Nusantara

Nama Desainer Grafis	Putri Pratama
Tema Desain	Informasi jam operasional Wisata Tirta Nusantara
Alat Desain	<i>Canva Pro</i>
Font Desain	<i>Open Sans</i>
Format Desain	1080x1350px
Catatan	Direalisasikan Sesuai <i>SSG</i> Awal
<i>Link Feeds</i>	https://www.instagram.com/p/DNraWGTy0yZ/?utm_source=ig

13. Produksi Konten Video *Reels* “Aktivitas Pengunjung di Wisata Tirta Nusantara”

Proses produksi Konten Video *Reels* “Aktivitas Pengunjung di Wisata Tirta Nusantara” mengacu pada *SSG*

(*Standard Sequence Guide*) ketujuh sebagai acuan alur pembuatan konten, namun terdapat kesesuaian dan ketidaksesuaian dari perencanaan awal pada *SSG (Standard Sequence Guide)*. Berikut penjelasan yang dijelaskan dalam tabel dari hasil konten *SSG (Standard Sequence Guide)* yang ketujuh :

Tabel 39 Pelaksanaan Produksi Konten Video Reels Aktivitas pengunjung di Wisata Tirta Nusantara

Nama Talent	Pengunjung Wisata Tirta Nusantara
Nama Pengisi Suara	-
<i>Backsound</i>	Tabole bale by Silent Open Up (original song cap cut)
Durasi	15 detik
Konteks Video	Aktivitas pengunjung di Wisata Tirta Nusantara
Catatan	1. Terdapat penambahan durasi pada video yang awalnya pada <i>SSG</i> awal berdurasi 15 detik durasi hasil akhir video menjadi 18 detik. 2. Terdapat penambahan transisi logo di hasil akhir video.
<i>Link</i> Video	https://www.instagram.com/reel/DNpDSahTpcP/?utm_source=ig

14. Produksi Konten *Feeds* “Informasi Daftar Menu Restoran Wisata Tirta Nusantara”

Proses produksi Konten *Feeds* “Informasi Daftar Menu Restoran Wisata Tirta Nusantara” mengacu pada *SSG (Standard Sequence Guide)* ke-empat belas sebagai acuan alur pembuatan

konten, namun terdapat kesesuaian dan ketidaksesuaian dari perencanaan awal pada *SSG (Standard Sequence Guide)*. Berikut penjelasan yang dijelaskan dalam tabel dari hasil konten *SSG (Standard Sequence Guide)* yang ke-empat belas :

Tabel 40 Pelaksanaan Produksi Konten Feeds Informasi Daftar Menu Restoran Wisata Tirta Nusantara

Nama Desainer Grafis	Putri Pratama
Tema Desain	<i>Price List</i> atau daftar menu makanan dan minuman restoran Wisata Tirta Nusantara
Alat Desain	<i>Canva Pro</i>
Font Desain	1. <i>Dynamo</i> 2. <i>Open Sans</i> 3. <i>Poppins</i>
Format Desain	1080x1350px
Catatan	1. Perubahan pada tema awal yang seharusnya pada <i>SSG (Standard Sequence Guide)</i> awal berisi tentang “<i>Get To Know</i> Macam-Macam Masakan Wisata Tirta Nusantara” berubah menjadi daftar menu makanan dan minuman restoran Wisata Tirta Nusantara. 2. Perubahan penggunaan font yang tidak hanya menggunakan satu jenis font, tetapi mengkolaborasikan desain dengan penggunaan tiga jenis font.

<i>Link Feeds</i>	Perubahan postingan yang di awalnya untuk konten <i>feeds</i>, yang kemudian diubah menjadi unggahan <i>stories</i> untuk kebutuhan <i>highlight</i> Instagram. Link highlight : https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3ODQzNTc4MDkyNTU0MzI5?igsh
-------------------	---

15. Produksi Konten Video *Reels* Hiburan “Perbedaan Aktivitas Karyawan dan Pengunjung”

Proses produksi Konten Video *Reels* “Perbedaan Aktivitas Karyawan dan Pengunjung” mengacu pada *SSG (Standard Sequence Guide)* kelima belas sebagai acuan alur pembuatan konten, namun terdapat kesesuaian dan ketidaksesuaian dari perencanaan awal pada *SSG (Standard Sequence Guide)*. Berikut penjelasan yang dijelaskan dalam tabel dari hasil konten *SSG (Standard Sequence Guide)* yang kelima belas:

Tabel 41 Pelaksanaan Produksi Konten Video Reels Hiburan Perbedaan Aktivitas Karyawan dan Pengunjung

Nama Talent	Karyawan dan Pengunjung
Nama Pengisi Suara	-
<i>Backsound</i>	<i>Sound remix by Olivia Rodrigo (Sound Import Original)</i>
Durasi	28 detik
Konteks Video	Video hiburan terkait suasana perbedaan karyawan dan pengunjung Ketika ramai pengunjung di Tirta Nusantara

Catatan	1. Perubahan konteks video yang awalnya pada <i>SSG (Standard Sequence Guide)</i> awal topik dari video reels kedelapan ini berisi hiburan yang hanya melibatkan karyawan dan kegiatan <i>live music</i> rutin pada hari minggu di Wisata Tirta Nusantara, diubah menjadi video hiburan yang melibatkan karyawan dan pengunjung tanpa ada interaksi dan akting, hal ini dikarenakan permintaan klien karena kesibukan karyawan saat jam kerja berlangsung. 2. Penambahan durasi pada video yang awalnya pada <i>SSG</i> awal berdurasi 20 detik, durasi hasil akhir video menjadi 28 detik 3. Terdapat penambahan transisi logo di hasil akhir video.
Link Video	https://www.instagram.com/reel/DNuaqG1ZE1A/?utm_source=ig

Tabel 42 Perubahan SSG Video Konten Reels Hiburan Perbedaan Aktivitas Karyawan dan Pengunjung

NO	DESCRIPTION	NARRATION / SOUND ON TAPE	ANGLE CAMERA	MUSIC ILLUSTRATION	DURATION
1	Opening pop up tipografi shot cuplikan - cuplikan karyawan yang sedang bekerja dan durasi <i>footage</i>	“Karyawan Tirta Nusantara Ketika ramai pengunjung”	Long Shot	Sound remix by Olivia Rodrigo (Sound Import Original)	12’4”

	yang dipercepat sehingga terlihat seperti sedang terburu-buru.				
2	Transisi cuplikan video pengunjung Ketika sedang menikmati aktivitas di Wisata Tirta Nusantara disertai <i>tipografi</i> .	“Pengunjung, nikmatin dulu gak sih”	<i>Long Shot</i>	<i>Sound remix by Olivia Rodrigo (Sound Import Original)</i>	11,9”
3	Transisi logo Wisata Tirta Nusantara	-	-	-	3”

Setelah 15 konten kreatif yang telah selesai diproduksi oleh penulis sesuai dengan *SSG (Standard Sequence Guide)* awal perencanaan, namun terdapat dua konten tambahan yang diproduksi oleh penulis berupa dua konten feeds yang diunggah pada Instagram @wisatatirtanusanantara. Berikut *SSG (Standard Sequence Guide)* konten tambahan ;

Tabel 43 SSG Konten Feeds Tambahan Informasi Jam Operasional

NO	DESCRIPTION	NARRATION	FONT	FORMAT
1	Desain grafis dan tipografi terkait informasi jam operasional dan informasi kegiatan live music rutin setiap hari minggu di Wisata Tirta Nusantara	1. <i>Jam Operasional.</i> 2. Informasi <i>Spesial Live Music</i> Setiap Hari Minggu. 3. Informasi <i>Contact Reservation.</i>	1. <i>Open Sans</i> 2. <i>Erica One</i> 3. <i>Handelson Three</i> 4. <i>Gagalin</i> 5. <i>Roboto Slab</i>	1080x1350px
Link Konten : https://www.instagram.com/p/DNakSGbyRzr/?igsh				

Tabel 44 SSG Konten Feeds Tambahan Pembuka

NO	DESCRIPTION	NARRATION	FONT	FORMAT
1	Desain grafis pembuka tipografi logo dan slogan Wisata Tirta Nusantara	1. Logo dan tipografi Wisata Tirta Nusantara. 2. Slogan Wisata Tirta Nusantara. 3. Informasi <i>Contact Reservation</i> dan alamat.	1. <i>Open Sans</i> 2. <i>Interphases</i> 3. <i>Handelson Three</i>	1080x1350px

Link Konten :

1. https://www.instagram.com/p/DNKxYM5yBxc/?utm_source=ig
2. https://www.instagram.com/p/DNKxcolylXY/?utm_source=ig
3. https://www.instagram.com/p/DNKxi8WyrLB/?utm_source=ig

4.2.2 Tahap Produksi

Tahap kedua yaitu tahap Produksi, tahap ini merupakan proses pelaksanaan teknis pembuatan konten kreatif sesuai dengan perencanaan yang telah disusun pada pra produksi. Pada tahap ini seluruh perencanaan konsep, dituangkan dalam bentuk nyata, pada proses pengambilan gambar, *take* video serta pembuatan desain dengan pemilihan materi visual pada alat pembuatan desain grafis. Beberapa hal yang dilakukan pada tahap ini yaitu memastikan terkait pemilihan tempat yang akan diambil pada pengambilan gambar dan *take* video, memastikan kondisi tempat, arah pencahayaan dan suasana tempat. Selanjutnya penulis juga memastikan peralatan yang akan digunakan dalam produksi konten kreatif, serta memastikan talent untuk memahami konsep video, memberikan arahan terkait gestur dan posisi saat pengambilan video kepada talent. Tahap produksi dimulai pada tanggal 26 Juli 2025 - 7 Agustus 2025 untuk proses pengambilan gambar dan video serta pembuatan desain grafis hingga final editing pada tanggal 7 Agustus 2025. Serta terdapat produksi susulan yang dilakukan pada tanggal 17 Agustus 2025 untuk mengambil *take* video konten video *reels*. Produksi dilakukan pada jam kerja dan melibatkan beberapa aktivitas pengunjung serta karyawan di tempat.



Gambar 3 Dokumentasi Proses Produksi Konten Kreatif

(Sumber : Perangkat *iPhone Xr*)

Berikut penjelasan terkait kegiatan produksi konten kreatif yang dijelaskan dalam bentuk tabel, dari tahap produksi pertama hingga ketujuh.

Tabel 45 Pelaksanaan Kegiatan Produksi Konten Kreatif

PELAKSANAAN PRODUKSI KONTEN KREATIF					
NO	HARI/ TANGGAL	PRODUKSI KONTEN	PERAN	DEVICE	KENDALA
1	Sabtu, 26 Juli 2025	1. Konten Video Reels “ <i>Silent Day</i> <i>At Wisata</i> <i>Tirta</i> <i>Nusantara</i> ”	Kameramen serta <i>Editor</i> <i>Desain</i> <i>Grafis</i>	<i>Smartphone</i> <i>Iphone Xr</i> dan <i>Aplikasi</i> <i>Canva</i> di <i>Macbook</i> <i>Air 13</i>	Pemilihan waktu saat pengambilan video yang kurang tepat, sehingga beberapa

		2. Konten Desain Grafis “Poster Pembuka Feeds Postingan Instagram Wisata Tirta Nusantara”			hasil <i>take</i> video yang kurang memuaskan
2	Senin, 28 Juli 2025	Konten Video <i>Reels</i> “Promosi Wisata Tirta Nusantara”	<i>Talent</i> , Pengisi suara dan Kameramen	<i>Smartphone Iphone Xr, Iphone 11 dan Iphone 13</i>	hasil akhir <i>take</i> video yang kurang memuaskan sehingga beberapa pengambilan <i>take</i> video dilakukan ulang pada hari produksi konten berikutnya.
3	Kamis, 31 Juli 2025	1. Pengambilan ulang <i>take</i> Konten Video <i>Reels</i> “Promosi	<i>Talent</i> , Pengisi suara, Kameramen	<i>Smartphone Iphone Xr, dan Iphone 13</i>	Proses produksi yang ketiga ini berjalan lancar sesuai

		Wisata Tirta Nusantara” 2. Konten Fotografi “ <i>Spot-Spot</i> Wisata Tirta Nusantara”	serta <i>Fotografer</i>		harapan penulis.
4	Sabtu, 2 Juli 2025	1. Konten Video Reels <i>Mini Vlog</i> “ <i>Today Activities In</i> Wisata Tirta Nusantara” 2. Konten Video Reels Hiburan “ <i>Hiling</i> di Wisata Tirta Nusantara” 3. Konten Video Reels “Promosi Nongkrong Murah di Wisata Tirta Nusantara”	<i>Talent</i> , Pengarah <i>talent</i> Pengisi suara, serta Kameramen	<i>Smartphone Iphone Xr</i> , dan <i>Iphone 13</i>	Pertimbangan saat proses produksi untuk <i>request</i> video konten yang ketiga <i>Reels</i> dari klien yang tidak sesuai dengan perencanaan awal penulis. Sehingga terdapat perubahan SSG pada produksi konten video <i>reels</i> .

5	Minggu, 3 Juli 2025	1. Konten Video <i>Reels</i> Hiburan “Aktivitas <i>Live Music</i> di Wisata Tirta Nusantara” 2. Konten Fotografi “Aktivitas Memancing di Wisata Tirta Nusantara”	Kameramen serta <i>Fotografer</i>	<i>Smartphone</i> <i>Iphone 13</i>	Proses produksi yang ke-lima berjalan lancar sesuai harapan penulis
6	Minggu, 7 Agustus 2025	1. Konten Desain Grafis “Informasi Wisata Tirta Nusantara” 2. Konten Desain Grafis “Informasi Jam <i>Operasional</i> ”	<i>Editor</i> <i>Desain</i> <i>Grafis</i>	Aplikasi <i>Canva</i> di <i>perangkat</i> <i>Macbook</i> <i>Air 13</i>	Proses produksi yang ke- enam berjalan lancar sesuai harapan penulis.

		Wisata Tirta Nusantara” 3. Konten Desain Grafis “Informasi Jam Operasional dan Informasi aktivitas <i>Live Music</i> Wisata Tirta Nusantara” 4. Konten Desain Grafis “Informasi Harga Tiket Masuk Wahana dan Penyewaan Tempat” 5. Konten Desain Grafis “Informasi Daftar Menu			
--	--	---	--	--	--

		Restoran Wisata Tirta Nusantara”			
7	Minggu, 17 Agustus 2025	1. Konten Video <i>Reels</i> Hiburan “Perbedaan Aktivitas Karyawan dan Pengunjung” 2. Konten Video <i>Reels</i> “Aktivitas Pengunjung di Wisata Tirta Nusantara”	Kameramen	<i>Smartphone</i> <i>Iphone 13</i>	Terdapat perubahan <i>SSG</i> tak terduga karena situasi.

4.2.3 Tahap Pasca Produksi

Tahap terakhir dari ketiga tahap produksi 17 konten kreatif untuk Instagram Wisata Tirta Nusantara ialah pasca produksi. Pada tahap ini penulis melakukan penyelesaian pada 17 konten kreatif dengan editing foto, video dan pemilihan akhir elemen untuk desain grafis.

Beberapa aplikasi yang digunakan penulis pada tahap pasca produksi kali ini adalah ;

1. Aplikasi Capcut

Penulis memanfaatkan aplikasi *Capcut Pro* sebagai alat editing untuk konten video.

2. *Iphone Xr*

Penulis memanfaatkan fitur bawaan di galeri dari *smartphone Iphone Xr* sebagai alat editing konten fotografi.

3. Aplikasi Canva

Penulis memanfaatkan aplikasi Canva Pro sebagai alat produksi desain grafis untuk konten *feeds* dan *carousel*.

Editing 17 konten kreatif untuk Wisata Tirta Nusantara dilakukan secara bertahap sesuai dengan panduan awal *SSG (Standard Sequence Guide)*. Namun terdapat beberapa pertimbangan ulang terkait editing dan hasil akhir konten kreatif yang disesuaikan dengan bahan konten dan kebutuhan klien.

Proses editing merupakan salah satu tahap penyempurnaan konten, yang dapat menghadirkan nilai estetika, memperkuat penyampaian pesan, serta membangun daya Tarik visual bagi audiens. Maka pada tahap ini terdapat beberapa struktur yang menjadi fokus utama penulis pada proses editing fotografi, video, dan desain grafis, diantaranya ialah :

1. Konten Video

Pada tahap editing konten video penulis menggunakan aplikasi *Capcut* sebagai alat untuk editing konten video dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi, berikut fitur-fitur yang digunakan penulis pada editing konten video:

1. Teks Video

Penggunaan teks pada konten video sebagai elemen informasi yang memperkuat pesan digunakan penulis pada proses editing untuk memperjelas informasi dan isi konten video. Adapun penambahan teks digunakan pada bagian apa saja yaitu ;

- Penambahan teks sebagai judul untuk opening konten video
- Penambahan *subtitle* untuk beberapa konten video.
- Penambahan elemen teks tambahan untuk memperkuat visual video di beberapa konten video.

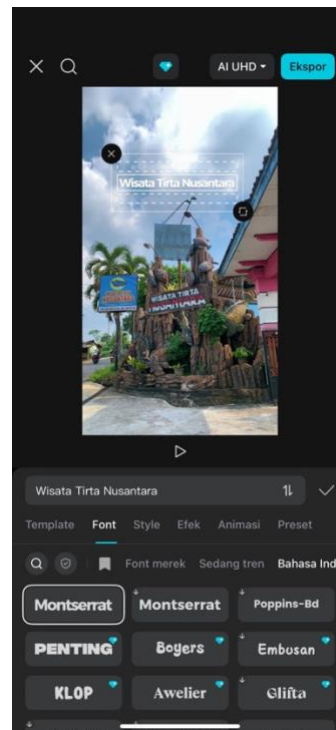
Adapun beberapa jenis font yang digunakan untuk proses editing video diantaranya ialah;

- Montserrat (reels 1 opening)*

Montserrat

Penggunaan *font Montserrat* untuk judul konten video *reels* pertama.

Beriku bukti penggunaan *font* pada proses editing video *reels* “*Silent Day At Wisata Tirta Nusantara*”



Gambar 4 Screenshot Penggunaan Font Pada Editing Opening Video Reels

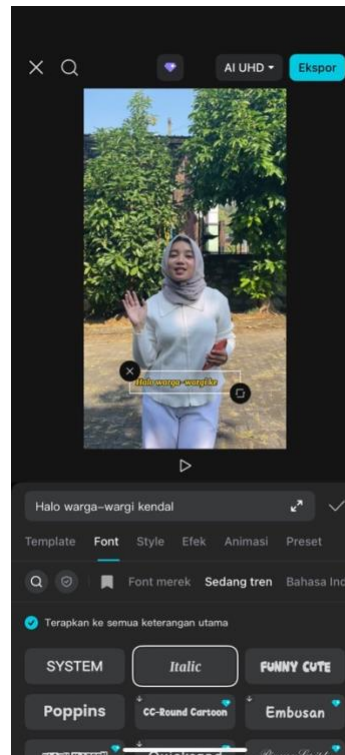
(Sumber : Aplikasi editing video *Cap Cut*)

2. Italic, Monaz dan (promosi)

italic

Penggunaan *font italic* untuk teks *subtitle* isi konten video.

Berikut bukti penggunaan *font* pada proses editing video *reels* “Promosi Wisata Tirta Nusantara”



Gambar 5 Screenshot Penggunaan Font Pada Editing Subtitle Video Reels Promosi

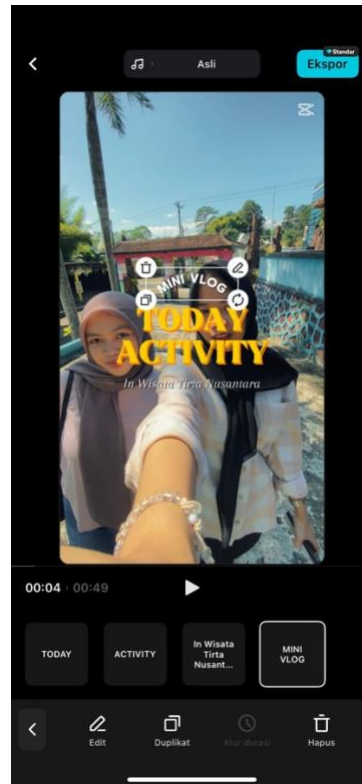
(Sumber : Aplikasi editing video Cap Cut)

3. Larken, Optima, System (mini vlog)

larken optima SYSTEM

Mengkolaborasikan tiga jenis *font larken*, *optima* dan *system* untuk judul *opening* konten video *reels* “Mini Vlog Today Activites In Wisata Tirta Nusantara”

Berikut bukti penggunaan *font* pada proses editing video *reels* “*Mini Vlog Today Activites In Wisata Tirta Nusantara*”



Gambar 6 Screenshot Penggunaan Font Pada Editing Opening Video Reels Mini Vlog

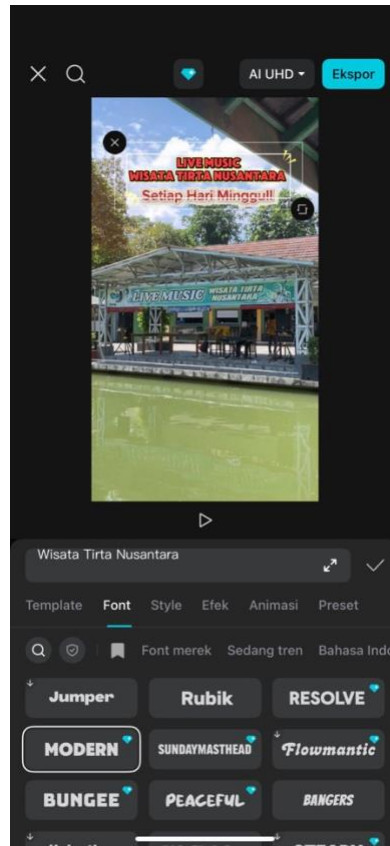
(Sumber : Aplikasi editing video *Cap Cut*)

4. Modern, System (*live music*)

***modern* SYSTEM**

Mengkolaborasikan dua jenis font *modern* dan *system* untuk judul *opening* video konten *reels* “*Live Music* Wisata Tirta Nusantara”.

Berikut bukti penggunaan *font* pada proses editing video *reels* “*Live Music* Wisata Tirta Nusantara”.



Gambar 7 Screenshot Penggunaan Font Pada Editing Opening Video Reels Live Music

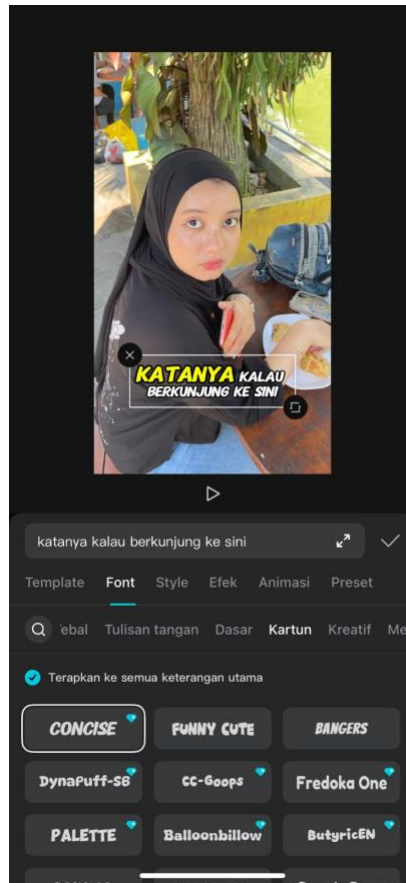
(Sumber : Aplikasi editing video *Cap Cut*)

5. Concise, System (promo paket murah)

CONCISE SYSTEM

Penggunaan *font concise* untuk teks *subtitle* isi konten video, dan *font system* untuk teks tambahan pada konten video reels “Promosi Paket Murah Wisata Tirta Nusantara.

Berikut bukti penggunaan *font* pada proses editing video reels “Promosi Paket Murah Wisata Tirta Nusantara.



Gambar 8 Screenshot Penggunaan Font Pada Editing Subtitle Video Reels Promosi Paket Murah

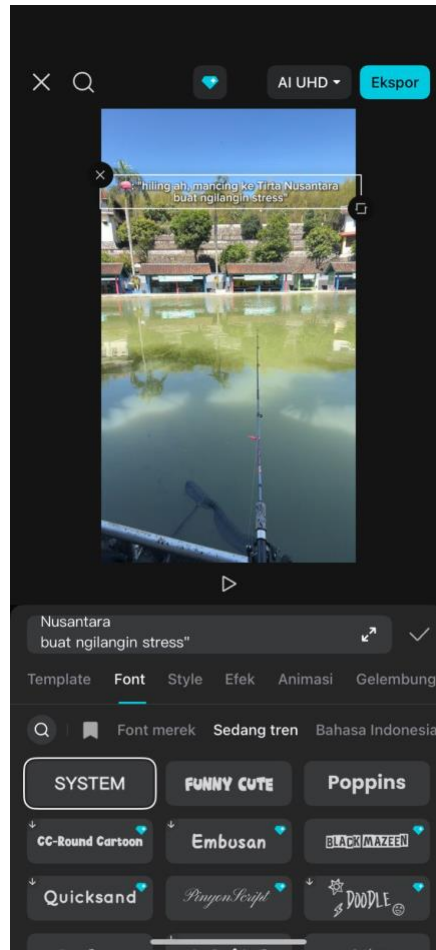
(Sumber : Aplikasi editing video *Cap Cut*)

6. System (hiburan mancing)

SYSTEM

Penggunaan *font system* untuk teks *pop up tipografi* konten video *reelsn* “Hiburan Memancing”.

Berikut bukti penggunaan *font* pada proses editing video *reels* “Hiburan Memancing”.



Gambar 9 Screenshot Penggunaan Font Pada Editing Video Reels Hiburan Memancing

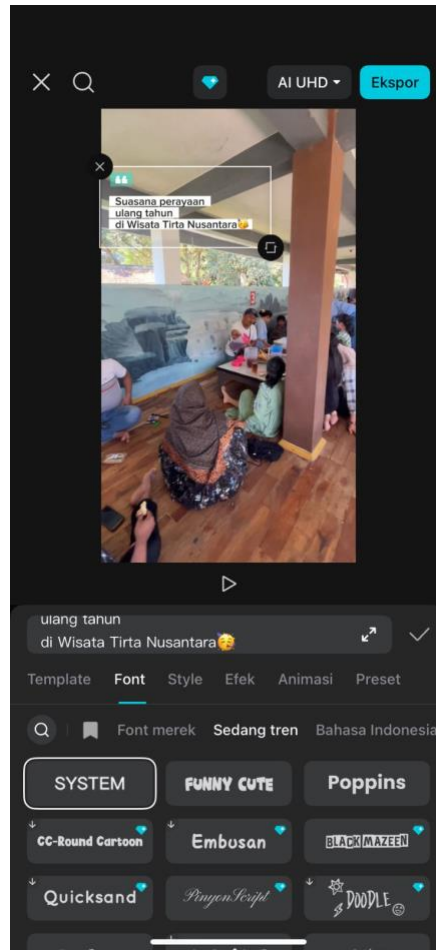
(Sumber : Aplikasi editing video *Cap Cut*)

7. System

SYSTEM

Penggunaan *font system* untuk teks *pop up tipografi* konten video reels “Aktivitas Pengunjung Wisata Tirta Nusantara”

Berikut bukti penggunaan *font* pada proses editing video reels “Aktivitas Pengunjung Wisata Tirta Nusantara”



Gambar 10 Screenshot Penggunaan Font Pada Editing Video Reels Aktivitas Pengunjung

(Sumber : Aplikasi editing video *Cap Cut*)

8. System

SYSTEM

Penggunaan *font system* untuk teks *pop up* tipografi konten video reels “Perbedaan Aktivitas Karyawan dan Pengunjung”

Berikut bukti penggunaan *font* pada proses editing video reels “Perbedaan Aktivitas Karyawan dan Pengunjung”.

Berikut salah satu dokumentasi proses editing pemanfaatan fitur elemen untuk menambahkan logo klien di akhir produksi konten video.



Gambar 11 Screenshot Penggunaan Font Pada Editing Video Reels Perbedaan Aktivitas Karyawan dan Pengunjung

(Sumber : Aplikasi editing video *Cap Cut*)

2. Elemen

Penggunaan fitur elemen pada proses editing konten video, dimanfaatkan penulis untuk memberikan sentuhan, membangun ekspresif dan komunikatif pada video. Beberapa elemen yang digunakan penulis untuk editing konten video antara lain, ialah;

1. Logo klien



Gambar 12 Logo Wisata Tirta Nusantara

(Sumber :Pengelola Wisata Tirta Nusantara)

Penulis menambahkan logo klien di akhir konten video untuk memberikan label dan informasi kepada audiens terkait konten video *reels* Instagram @wisatatirtanusantara.

Berikut salah satu dokumentasi proses editing pemanfaatan fitur elemen untuk menambahkan logo klien di akhir produksi konten video.



Gambar 13 Screenshot Proses Penambahan Elemen Video

(Sumber : Aplikasi Editing Video Capcut)

2. Menggunakan beberapa stiker dan emoji yang digunakan untuk mengekspresikan isi konten video, beberapa stiker yang digunakan ialah :

- a) Stiker ikon ikan
- b) Stiker *sprinkle* bintang

Berikut salah satu dokumentasi proses editing pemanfaatan elemen dengan penambahan stiker dan emoji untuk beberapa produksi editing konten video.



Gambar 14 Screenshot Proses Penambahan Emoji Video

(Sumber : Aplikasi Editing Video Capcut)

3. Transisi dan Animasi

Fitur transisi ialah efek video yang menggabungkan potongan (*clip*) pada pergantian adegan. Fitur ini dimanfaatkan penulis untuk memberikan sentuhan alur lebih dinamis dan tidak monoton pada hasil video.

Fitur transisi yang digunakan penulis ialah :

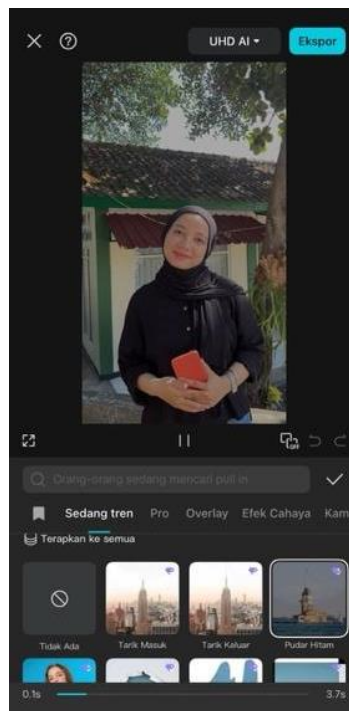
a) *Fade in*

(Transisi bola kertas, campur, pudar hitam, *matching* latar belakang, retro 2, dan blur)

b) *Fade out*

(Transisi campur)

Berikut salah satu dokumentasi proses editing pemanfaatan fitur transisi untuk penggabungan *footage* produksi konten video.



Gambar 15 Screenshot Proses Editing Penggunaan Transisi Video

(Sumber : Aplikasi Editing Video Capcut)

4. Audio

Audio merupakan salah satu fitur music latar dan efek suara yang digunakan penulis pada proses editing video untuk menambahkan *voice over* dan *backsound* suara atau musik yang dipilih dan

ditambahkan dari fitur “suara” pada aplikasi capcut. Adapun beberapa instrumen atau musik yang dipilih dari aplikasi capcut atau diimpor dari hasil *download* musik, untuk *background editing video* konten diantaranya ialah :

- a) *Calm electric piano music with relaxing (original song cap cut)*
- b) *Makeba Remix*
- c) *Energetic (original song capcut)*
- d) *Kiss You by One Direction*
- e) *Little little things (original song capcut)*
- f) *Sound remix by Olivia Rodrigo (Sound Import Original)*
- g) *Two Personalities (Sound Import Original)*
- h) *Tabole bale by Silent Open Up (original song cap cut)*

Berikut salah satu dokumentasi proses editing pemanfaatan fitur audio untuk menambahkan suara *voice over* dan *background* musik untuk produksi konten video.



Gambar 16 Screenshot Proses Editing Penggunaan Fitur Audio

(Sumber : Aplikasi Editing Video Capcut)

2. Konten Fotografi

Pada proses editing konten fotografi penulis menyesuaikan hasil fotografi dengan memanfaatkan fitur *adjustment* atau fitur penyesuaian yang tersedia pada perangkat *Iphone XR*, diantaranya ialah :

Adjustment (Penyesuaian) merupakan fitur yang mencakup pengaturan cahaya, kontras, eksposur, bayangan dan ketajaman hingga warna agar foto terlihat lebih hidup. Berikut beberapa dokumentasi editing konten fotografi dengan memanfaatkan fitur penyesuaian.

1. *Footage* salah satu aktivitas pengunjung.



Gambar 17 Screenshot Proses Editing Gambar

(Sumber : Galeri Perangkat Iphone Xr)

3. Konten Desain Grafis

Pada proses pembuatan desain grafis dan editing desain untuk konten feeds Instagram @wisatatirtanusantara, penulis memanfaatkan aplikasi *Canva* dalam prosesnya. *Canva* merupakan salah satu aplikasi desain online yang memiliki berbagai pilihan visual, elemen dan font untuk pembuatan desain grafis. Dengan kemudahan akses dan penggunaan penulis menggunakan aplikasi ini untuk produksi desain grafis. Adapun beberapa fitur yang digunakan penulis pada proses pembuatan desain antara lain ialah

a. *Font* dan Tipografi

Beberapa jenis font yang digunakan penulis untuk pembuatan desain grafis diantaranya adalah;

- b. Desain grafis pertama terdiri dari kolaborasi empat font yaitu, *Open Sans, Regular Brush, Racing Sans One, dan Roboto Slab*
- c. Desain Grafis yang kedua terdiri dari kolaborasi 3 jenis font yaitu, *Poppins, League Ghotic dan Open Sans*
- d. Desain grafis yang ketiga terdiri dari kolaborasi 3 jenis font yaitu, *Yellowtail, Open Sans, dan Shirkhand.*
- e. Desain Grafis yang keempat terdiri 1 jenis font yaitu, *Open Sans.*
- f. Desain Grafis yang ketiga terdiri dari kolaborasi 3 jenis font yaitu, *Dynamo, Open Sans, dan Poppins.*
- g. Elemen Grafis

Beberapa pemanfaatan elemen pada 5 desain grafis untuk konten feeds diantaranya ialah ;

- 1. Logo Klien
- 2. Elemen air
- 3. Elemen ikon ikan
- 4. Elemen *ornament music*
- 5. Elemen corak kuas
- 6. Elemen logo aplikasi Instagram dan WhatsApp

h. Menambahkan Gambar

Fitur unggahan gambar digunakan penulis untuk menambahkan foto dari galeri untuk penambahan bahan desain grafis atau *background* desain.

i. *Background Remover*

Fitur ini ialah fitur yang memungkinkan menghapus background gambar secara instan. Fitur ini beberapa kali dimanfaatkan penulis untuk menghapus background pada desain logo klien secara instan.

j. Palet Warna

Fitur pemilihan palet warna yang digunakan penulis untuk menentukan warna sebagai identitas utama desain grafis dari Wisata Tirta Nusantara, berikut beberapa warna dasar untuk proses pembuatan desain grafis Wisata Tirta Nusantara,

Berikut dokumentasi penggunaan fitur penambahan gambar

1. Warna Kuning



Gambar 18 Elemen Warna Kuning

(Sumber : Aplikasi Desain Grafis Canva)

Dengan Kode **#ffde59**

Warna kuning menjadi warna utama atau warna dasar pada setiap proses produksi desain grafis.

2. Beberapa Kolaborasi Warna Biru

Warna biru menjadi warna kedua yang dikolaborasikan dengan beberapa warna biru yang signifikan dengan warna utama.



Gambar 19 Elemen Warna Biru 1

(Sumber : Aplikasi Desain Grafis Canva)

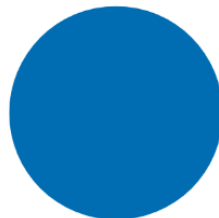
Dengan Kode **#004aad**



Gambar 20 Elemen Warna Biru 2

(Sumber : Aplikasi Desain Grafis Canva)

Dengan Kode **#1084db**



Gambar 21 Elemen Warna Biru 3

(Sumber : Aplikasi Desain Grafis Canva)

Dengan Kode **#006db2**

4.3 Proses Publikasi Konten

Setelah melalui seluruh proses tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi 15 Produk konten kreatif terlebih dahulu diserahkan kepada pihak Wisata Tirta Nusantara untuk persetujuan publikasi pada akun Instagram Wisata Tirta Nusantara. Selanjutnya setelah persetujuan dari klien selesai, kemudian penulis menyusun perencanaan untuk jadwal publikasi 17 konten kreatif.

4.3.1 Jadwal Pelaksanaan Publikasi Konten

Jadwal pelaksanaan publikasi 17 konten kreatif dilakukan selama selama 15 hari berturut-turut publikasi dimulai dari tanggal 10 Agustus 2025 hingga tanggal 24 Agustus 2025. Berikut tabel jadwal pelaksanaan publikasi 17 Konten kreatif yang diunggah melalui platform media sosial Instagram @wisatatirtanusantara:

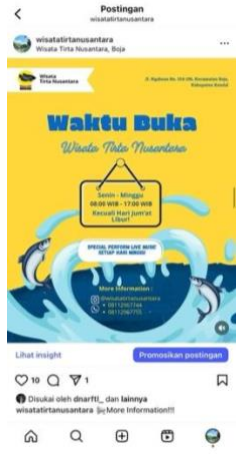
Tabel 46 Jadwal Pelaksanaan Publikasi Konten

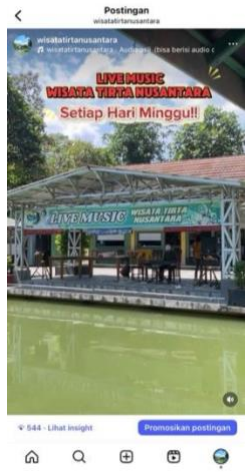
JADWAL PELAKSANAAN PUBLIKASI KONTEN				
No.	Konten	Hari/Tanggal	Waktu Publikasi	Dokumentasi Publikasi
1	Konten <i>feeds</i> tambahan untuk pembuka publikasi 15 konten kreatif pada Instagram @wisatatirtanusantara	Minggu, 10 Agustus 2025	12.00 WIB	
Link Konten :				
1. https://www.instagram.com/p/DNKxYM5yBxc/?utm_source=ig				
2. https://www.instagram.com/p/DNKxcolyIXY/?utm_source=ig				
3. https://www.instagram.com/p/DNKxi8WyrLB/?utm_source=ig				

2.	Konten <i>Reels Silent Day At</i> Wisata Tirta Nusantara	Senin, 11 Agustus 2025	11.30 WIB	
Link Konten : https://www.instagram.com/reel/DNM4q1WS9m6/?utm				
3.	Konten <i>Reels Promosi</i> Wisata Tirta Nusantara	Selasa, 12 Agustus 2025	12.00 WIB	
Link Konten : https://www.instagram.com/reel/DNPhf4oS5r6/?igsh				

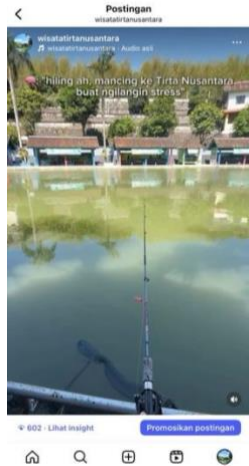
4	Konten <i>feeds</i> Informasi Wisata Tirta Nusantara	Rabu, 13 Agustus 2025	10.00 WIB	
Link Konten : https://www.instagram.com/p/DNR4Of_yW-B/?igsh				
5	Konten fotografi Aktivitas Memancing di Wisata Tirta Nusantara	Kamis, 14 Agustus 2025	12.00 WIB	
Link Konten : https://www.instagram.com/p/DNUq8uryEqJ/?igsh				

6	Konten <i>feeds</i> Informasi Harga Tiket Masuk Wahana dan Penyewaan Tempat	Jum'at, 15 Agustus 2025	8.30 WIB	
Link Konten : https://www.instagram.com/p/DNW1xuxScio/?igsh				
7	Konten <i>Reels Mini Vlog</i> "Today Activities In Wisata Tirta Nusantara"	Sabtu, 16 Agustus 2025	12.00 WIB	
Link Konten : https://www.instagram.com/reel/DNZ0FVxS68d/?igsh				

8	Konten <i>feeds</i> tambahan Ke 2 terkait Informasi aktivitas <i>Live Music</i> Wisata Tirta Nusantara	Sabtu, 16 Agustus 2025 (Konten kedua yang diunggah dalam 1 hari)	19.00 WIB	
Link Konten : https://www.instagram.com/p/DNakSGbyRzr/?igsh				
9	Konten <i>feeds</i> Ucapan Memperingati Hari Kemerdekaan Indonesia	Minggu, 17 Agustus 2025	07.00 WIB	
Link Konten : https://www.instagram.com/p/DNb6caNyskf/?igsh				

10	Konten <i>Reels</i> Aktivitas <i>Live Music</i> di Wisata Tirta Nusantara	Minggu, 17 Agustus 2025 (Konten kedua yang diunggah dalam 1 hari)	16.00 WIB	
Link Konten : https://www.instagram.com/reel/DNc0befSB2y/?igsh				
11	Konten <i>Reels</i> Promosi Nongkrong Murah di Wisata Tirta Nusantara	Senin, 18 Agustus 2025	12.30 WIB	
Link Konten : https://www.instagram.com/reel/DNfBWmzyMYo/?igsh				

12	Konten fotografi <i>Spot-Spot</i> Wisata Tirta Nusantara	Selasa, 19 Agustus 2025	13.00 WIB	
Link Konten : https://www.instagram.com/p/DNhpe7lyvap/?igsh				
13	Konten <i>feeds</i> Informasi Daftar Menu Restoran Wisata Tirta Nusantara	Rabu, 20 Agustus 2025	07.20 WIB	
Link Konten : https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3ODQzNTc4MDkyNTU0MzI5?igsh				

14	Konten <i>Reels Hiling</i> di Wisata Tirta Nusantara	Kamis, 21 Agustus 2025	12.00 WIB	
Link Konten : https://www.instagram.com/reel/DNmuQQ3SNjk/?igsh				
15	Konten <i>Reels</i> Aktivitas Pengunjung di Wisata Tirta Nusantara	Jumat, 22 Agustus 2025	10.00 WIB	
Link Konten : https://www.instagram.com/reel/DNpDSahTpcP/?igsh				

16	Konten <i>feeds</i> Informasi Jam <i>Operasional</i> Wisata Tirta Nusantara.	Sabtu, 23 Agustus 2025	08.00 WIB	
Link Konten : https://www.instagram.com/p/DNraWGTy0yZ/?igsh				
17	Konten <i>Reels</i> Perbedaan Aktivitas Karyawan dan Pengunjung	Minggu, 24 Agustus 2025	12.00 WIB	
Link Konten : https://www.instagram.com/reel/DNuaqG1ZE1A/?igsh				

4.3.2 Implementasi Strategi *Digital* Konten Kreatif

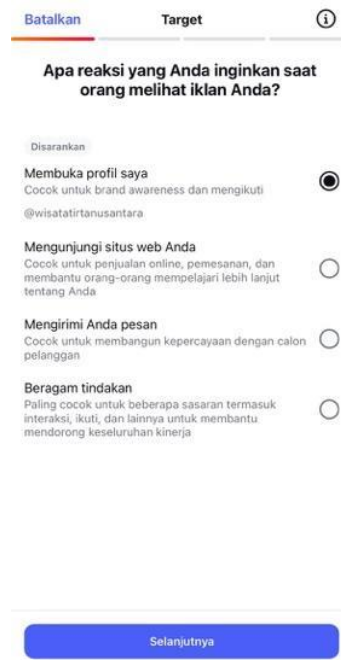
Pelaksanaan publikasi konten kreatif disertakan dengan pengimplementasian strategi *digital* pada konten kreatif yang diunggah pada media promosi Instagram @wisatatirtanusantara yang bertujuan untuk meningkatkan *insight* Instagram Wisata Tirta Nusantara dengan memperluas jangkauan audiens dengan *implementasi* strategi *digital* pada dua konten kreatif Instagram @wisatatirtanusantara. Berikut penjelasannya,

1) Penerapan Strategi Iklan Instagram *Ads*

Strategi ini diterapkan pada postingan konten video *reels* “*Silent Day At* Wisata Tirta Nusantara” yaitu berupa cuplikan video objek Wisata Tirta Nusantara, pada penerapan strategi ini penulis memanfaatkan fitur Instagram *Ads* berbayar untuk mempromosikan konten video *reels* pada unggahan pertama ini dengan tujuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas sesuai dengan spesifikasi segmentasi pasar yang dituju untuk meningkatkan *insight* Wisata Tirta Nusantara. Proses kerja penerapan strategi ini ialah dengan menerapkan fitur iklan berbayar dari fitur bawaan Instagram pada konten video *reels* “*Silent Day At* Wisata Tirta Nusantara” sesuai dengan kategori target audiens yang dituju seperti pada kategori usia, lokasi, hobi dan minat audiens.

Penulis menerapkan iklan sesuai dengan kategori usia dan jangkauan lokasi audiens. Konten tersebut kemudian ditayangkan secara acak kepada seluruh audiens sesuai pemilihan kategori tersebut, di sela-sela beranda atau cerita *reels platform* media sosial Instagram audiens. Berfokus untuk meningkatkan *insight Instagram* Wisata Tirta Nusantara, strategi ini digunakan penulis untuk memperluas jangkauan

kunjungan dan keinginan audiens untuk mengetahui dan mengikuti akun Instagram Wisata Tirta Nusantara. Penerapan strategi Instagram *Ads* diterapkan penulis pada kurun waktu selama satu hari 24 jam. Berikut dokumentasi pemanfaatan fitur Instagram *Ads* sebagai strategi pemasaran digital akun @wisatatirtanusantara;



Gambar 22 Fitur Instagram Ads

(Sumber : Fitur Platform Instagram @wisatatirtanusantara)

2) Penerapan Strategi Kolaborasi Akun

Strategi ini diterapkan pada postingan konten video *reels* “Promosi Wisata Tirta Nusantara”, pada penerapan strategi kolaborasi akun ini, penulis memanfaatkan Kerjasama dengan menggandeng salah satu akun media sosial Instagram dengan *username* @iniboja untuk mengkolaborasikan konten video *reels* “Promosi Wisata Tirta Nusantara”, pada akun Instagram

@wisatatirtanusantara. Akun media sosial Instagram dengan username @iniboja ini merupakan salah satu akun pemengaruh di wilayah Kabupaten Kendal khususnya daerah Boja dan sekitarnya. Dengan pengikut sebanyak 67,6 ribu akun ini menjadi akun informan paling banyak yang diikuti oleh seluruh masyarakat wilayah Boja, Kendal dan sekitarnya. Dibandingkan dengan salah satu akun serupa dengan *username* @bojaviral yang memiliki pengikut sebanyak 25,1 ribu penulis memilih akun @iniboja untuk memperluas peluang jangkauan audiens yang lebih luas.

Proses kerja penerapan strategi ini ialah untuk memperoleh informasi dengan menampilkan postingan di kedua akun Instagram @wisatatirtanusantara dan akun @iniboja untuk mendapat views yang dimiliki oleh akun @iniboja sehingga dengan jumlah pengikut yang dimiliki akun @iniboja dapat meningkatkan kunjungan akun dalam upaya meningkatkan *insight* Instagram Wisata Tirta Nusantara. Berikut dokumentasi pemanfaatan fitur kolaborasi akun sebagai strategi kedua pada akun media promosi Instagram @wisatatirtanusantara.



Gambar 23 Konten Kolaborasi Akun

(Sumber : Konten Video Reels Instagram @wisatatirtanusantara)

4.4 Analisis Hasil

Setelah seluruh konten kreatif selesai diproduksi dan dipublikasi pada akun media sosial Instagram @wisatatirtanusantara yang disertai dengan penerapan strategi *digital* dengan memanfaatkan penggunaan fitur dari *platform* media sosial Instagram yang bertujuan untuk meningkatkan *insight* Instagram Wisata Tirta Nusantara dalam upaya untuk memaksimalkan potensi penyebaran informasi dan promosi Wisata Tirta Nusantara. Berikut adalah hasil analisis dari *insight* unggahan Konten *feeds* dan *reels* pada Instagram @wisatatirtanusantara yang dijelaskan dalam bentuk tabel dibawah ini.

Tabel 47 Hasil Analisis Insight Konten Feeds Instagram @wisatatirtanusantara

NO	KONTEN	JUMLAH					
		<i>Views</i>	<i>Like</i>	<i>Comment</i>	<i>Share</i>	<i>Repost</i>	<i>Save</i>
1	Konten 3 <i>feeds</i> tambahan untuk	761	12	-	-	2	-
		825	14			2	

	pembuka publikasi 15 konten kreatif pada Instagram @wisatatirtanusantara	1,006	16			2	
2	Konten <i>feeds</i> Informasi Wisata Tirta Nusantara	1.274	16	-	-	2	-
3	Konten <i>feeds</i> fotografi Aktivitas Memancing di Wisata Tirta Nusantara	1,939	19	2	3	2	-
4	Konten <i>feeds</i> Informasi Harga Tiket Masuk Wahana dan Penyewaan Tempat	1,375	17	-	1	1	1
5	Konten <i>feeds</i> tambahan Ke 2 terkait Informasi aktivitas <i>Live Music</i> Wisata Tirta Nusantara	932	10	-	1	1	-
6	Konten <i>feeds</i> Ucapan Memperingati Hari Kemerdekaan Indonesia	1,201	11	-	2	2	-
7	Konten <i>feeds</i> fotografi <i>Spot-Spot</i>	1,199	23	2	1	2	-

	Wisata Tirta Nusantara						
8	Konten <i>feeds</i>	142	3	-	-	-	-
	Informasi Daftar	150	3				
	Menu Restoran	131	3				
	Wisata Tirta Nusantara	117	2				
9	Konten <i>feeds</i>	446	10	-	1	2	-
	Informasi Jam Operasional Wisata Tirta Nusantara						

Tabel 48 Hasil Analisis Insight Konten Reels Instagram @wisatatirtanusanantara

NO	KONTEN	JUMLAH					
		<i>Views</i>	<i>Like</i>	<i>Comment</i>	<i>Share</i>	<i>Repost</i>	<i>Save</i>
1	Konten <i>Reels Silent Day At</i> Wisata Tirta Nusantara (Disertai dengan penerapan iklan berbayar Instagram <i>Ads</i>)	5,953	67	7	2		4
2	Konten <i>Reels Promosi</i> Wisata Tirta Nusantara (Disertai dengan penerapan strategi kolaborasi akun)	22,146	203	25	16	7	5

3	Konten <i>Reels Mini Vlog “Today Activities In Wisata Tirta Nusantara”</i>	848	35	4	1	4	1
4	Konten <i>Reels Aktivitas Live Music di Wisata Tirta Nusantara</i>	546	13	-	1	2	1
5	Konten <i>Reels Promosi Nongkrong Murah di Wisata Tirta Nusantara</i>	617	28	1	-	2	-
6	Konten <i>Reels Hiling di Wisata Tirta Nusantara</i>	633	15	1	2	4	-
7	Konten <i>Reels Aktivitas Pengunjung di Wisata Tirta Nusantara</i>	271	13	-	-	1	-
8	Konten <i>Reels Perbedaan Aktivitas Karyawan dan Pengunjung</i>	399	13	4	-	3	-

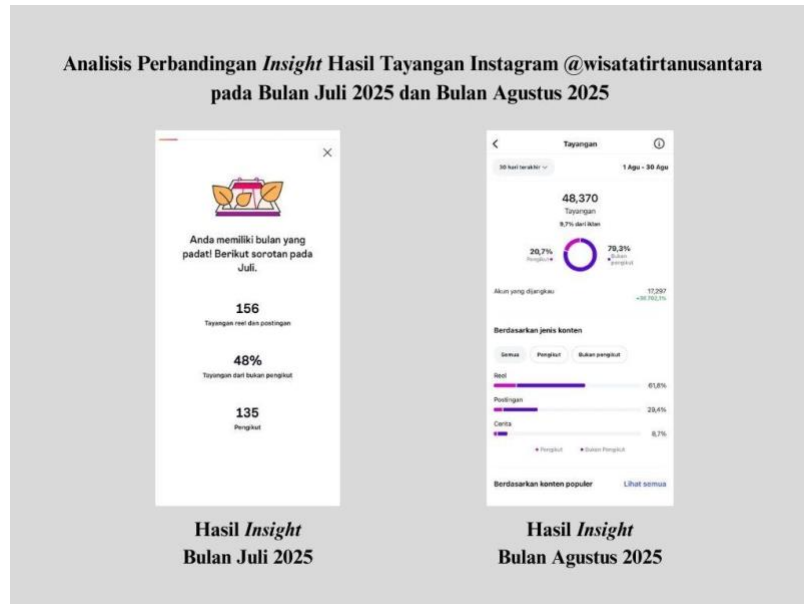
Dari hasil rekapan 17 unggahan konten kreatif diatas, dapat diidentifikasi bahwa unggahan konten yang disertai dengan penerapan strategi kolaborasi akun berhasil meningkatkan jumlah *viewers*, *like* dan interaksi pada konten dibandingkan dengan penerapan

strategi iklan berbayar *Ads* Instagram. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah *viewers*, *like*, *comment*, serta postingan ulang pada konten *reels* “Promosi Wisata Tirta Nusantara”. Namun penerapan iklan berbayar Instagram *Ads* berhasil menambah jumlah pengikut dengan cepat, hal ini dibuktikan bahwa sebelum penerapan strategi iklan berbayar *Ads*, pengikut Instagram @wisatatirtanusantara awalnya berjumlah 151 pengikut setelah penerapan iklan berbayar Instagram *Ads* selama 24 jam jumlah pengikut akun Instagram @wisatatirtanusantara bertambah menjadi 183 pengikut.

Selain itu berdasarkan tabel analisis *insight* untuk postingan konten *feeds* dan *reels* diatas diidentifikasi bahwa unggahan konten organik atau unggahan konten tanpa penerapan strategi kolaborasi akun maupun iklan berbayar *Ads* Instagram yang banyak dilihat dan disukai oleh audiens berupa unggahan konten *feeds* baik untuk konten *feeds* fotografi dan konten *feeds* desain infografis terkait informasi Wisata Tirta Nusantara dibandingkan dengan konten *reels*. Hal ini dibuktikan dengan jumlah *viewers* pada kedua konten fotografi dan 3 konten *feeds* yang berisi informasi seputar Wisata Tirta Nusantara, kelima konten tersebut mendapat setidaknya 1000 *viewers* lebih tanpa penerapan iklan berbayar maupun kolaborasi akun.

Selanjutnya analisis signifikan, dari seluruh unggahan dan penerapan strategi pada 17 konten kreatif yang bertujuan meningkatkan *insight* Instagram Wisata Tirta Nusantara melalui pemanfaatan promosi digital pada akun media sosial Instagram @wisatatirtanusantara. Dalam kurun waktu selama hampir satu bulan terhitung dimulai dari tanggal 10 Agustus 2025 hingga tanggal 31 Agustus 2025 pada platform media sosial Instagram @wisatatirtanusantara, telah mengalami peningkatan *insight* pada hasil tayangan dan interaksi dengan audiens. Hal ini dibuktikan melalui analisis perbandingan *insight* pada bulan juli 2025

sebelum unggahan 17 konten kreatif dan bulan agustus 2025 setelah unggahan konten kreatif.



Gambar 24 Perbandingan Insight Bulan Juli 2025 dan Bulan Agustus 2025

(Sumber : Rekap hasil *Insight* Instagram @wisatatirtanusantara)

Berdasarkan analisis perbandingan *insight* Instagram @wisatatirtanusantara diatas, dapat disimpulkan bahwa terjadi perkembangan yang sangat signifikan pada bulan Agustus 2025 setelah publikasi 17 konten kreatif pada Instagram @wisatatirtanusantara. Diidentifikasi bahwa pada bulan juli 2025 jumlah tayangan akun Instagram @wisatatirtanusantara hanya mencapai angka sebanyak 156 tayangan pada *reels* dan postingan, namun memasuki bulan agustus 2025 setelah unggahan 17 konten kreatif serta penerapan strategi digital pada akun Instagram @wisatatirtanusantara grafik integrasi dan jangkauan audiens meningkat pesat, mencapai angka sebanyak 48,370 ribu tayangan pada *reels*, postingan hingga *stories* yang diunggah pada akun Instagram @wisatatirtanusantara. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pengelolaan konten kreatif yang dipublikasikan secara

konsisten dengan penerapan strategi yang efektif berhasil menarik perhatian audiens lebih luas serta mampu mendorong peningkatan *insight* Instagram Wisata Tirta Nusantara.

Faktor pendorong perkembangan ini diantaranya ialah,

1. Pemanfaatan konten visual yang kreatif dan variatif
2. Penggunaan caption yang informatif dan mudah dimengerti.
3. Optimalisasi fitur Instagram seperti *Reels*, *Story*, dan penggunaan *hashtag* yang relevan.
4. Optimalisasi fitur promosi dengan menerapkan strategi kolaborasi akun dan pemanfaatan fitur iklan berbayar Instagram *Ads*.

Dengan demikian, lonjakan tayangan pada akun Instagram @wisatatirtanusanantara pada bulan agustus 2025 menjadi bukti bahwa pendekatan strategi digital dengan pemanfaatan platform media sosial Instagram dengan tujuan untuk memaksimalkan penyebaran informasi dan promosi dengan meningkatkan *insight* Instagram Wisata Tirta Nusantara, berjalan efektif sekaligus menjadi awal baru bagi Wisata Tirta Nusantara untuk memanfaatkan potensi media sosial sebagai sarana promosi digital, serta terus mengembangkan strategi promosi di media sosial kedepannya.

4.5 Indikator Keberhasilan

Pada Karya Tugas Akhir yang berjudul “*Implementasi Strategi Public Relations Digital Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Insight Instagram Wisata Tirta Nusantara Desa Ngabean Kecamatan Boja Kabupaten Kendal*”, guna memaksimalkan penyebaran informasi dan kegiatan promosi destinasi Wisata Tirta Nusantara. Setelah kegiatan produksi dan publikasi 15 konten kreatif yang terdiri dari konten video, foto, dan desain infografis serta 2 konten tambahan yang terdiri dari konten infografis untuk platform media sosial Instagram @wisatatirtanusanantara yang dilakukan selama kurun waktu hampir 1

bulan dari bulan Juli tahun 2025 akhir sampai bulan Agustus tahun 2025. Pihak klien sangat mengapresiasi karya Tugas Akhir ini karena memberikan dampak yang positif bagi media promosi *digital* Instagram @wisatatirtanusantara.

Berdasarkan hasil wawancara dari Ibu Irma Suryani selaku pihak pengelola Wisata Tirta Nusantara, pada tanggal 30 Agustus tahun 2025. Kegiatan produksi dan publikasi konten kreatif pada Instagram @wisatatirtanusantara menjadi inovasi baru yang memberikan dampak positif terhadap objek Wisata Tirta Nusantara dalam upaya memaksimalkan penyebaran informasi dan kegiatan promosi Wisata Tirta Nusantara. Meskipun belum mencapai target yang signifikan terhadap jumlah pengunjung Wisata Tirta Nusantara, namun melalui kegiatan produksi, publikasi serta penerapan strategi pada akun instagram @wisatatirtanusantara, mendapatkan respon yang cukup dari audiens, baik dari jumlah tayangan, interaksi serta penyampaian informasi sehingga diyakini penyampaian informasi dan promosi akan keberadaan objek Wisata Tirta Nusantara mulai dikenal dan tersampaikan kepada masyarakat melalui akun media sosial Instagram @wisatatirtanusantara.

Dibuktikan berdasarkan hasil analisis data pada karya bidang Tugas Akhir ini, dapat disimpulkan bahwa, upaya peningkatan *insight* Instagram @wisatatirtanusantara, berhasil mengalami peningkatan yang cukup pesat, hal ini dibuktikan melalui hasil *insight* pada bulan Agustus tahun 2025 setelah publikasi 17 konten kreatif mendapatkan sebanyak 48,370 tayangan sedangkan pada bulan Juli tahun 2025 sebelum publikasi konten kreatif hanya mendapatkan sebanyak 156 tayangan. Penerapan strategi kolaborasi akun pada konten “Promosi Wisata Tirta Nusantara” juga telah berhasil meningkatkan jumlah *viewers*, serta interaksi pada konten tersebut selanjutnya penerapan strategi iklan berbayar Instagram *Ads* telah menjangkau 5.953 *viewers* dan berhasil menarik 32 pengikut dari tautan iklan Instagram *Ads* selama kurun waktu 24 jam. Namun untuk konten organik sendiri disimpulkan bahwa konten

feed fotografi lebih diminati oleh audiens, meskipun untuk membangun interaksi, audiens lebih cenderung menyukai dan aktif terhadap konten video *reels*.

Sehingga penulis menyimpulkan bahwa penilaian proyek “Implementasi Strategi *Public Relations Digital* Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan *Insight* Instagram Wisata Tirta Nusantara Desa Ngabean Kecamatan Boja Kabupaten Kendal” berhasil dilaksanakan sesuai indikator keberhasilan. Proyek karya Tugas Akhir ini berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan *Insight* Instagram Wisata Tirta Nusantara dalam jangka waktu hampir satu bulan selama proses produksi hingga publikasi pada bulan Juli tahun 2025 akhir hingga bulan Agustus tahun 2025 akhir. Dengan menerapkan strategi digital melalui pemanfaatan fitur-fitur yang tersedia pada akun Instagram, disimpulkan bahwa peningkatan *insight*, serta pertumbuhan akun Instagram @wisatatirtanusantara menunjukkan keberhasilan akan upaya penyampaian informasi dan promosi akan keberadaan Wisata Tirta Nusantara.

4.6 Rekomendasi dan Tindak Lanjut

Sebagai tindak lanjut setelah seluruh tahap produksi, publikasi, penerapan strategi serta evaluasi proyek Karya Tugas Akhir ini, penulis mempertimbangkan saran kepada pihak pengelola Wisata Tirta Nusantara, bahwa pengelola Wisata Tirta Nusantara dapat mengoptimalkan pemanfaatan media promosi digital, pada platform media sosial Instagram dengan rutin melakukan produksi, publikasi serta evaluasi terhadap performa unggahan konten dan interaksi audiens di Instagram. Selain itu pengelola dapat memperkuat kolaborasi dengan akun kreator konten lokal maupun komunitas pariwisata, serta memanfaatkan penggunaan fitur-fitur Instagram seperti *Reels* dan *Live Streaming*, *Stories* dan lain-lain untuk menjaga konsistensi *insight* akun Instagram @wisatatirtanusantara. Selain itu, perlu adanya pengembangan strategi promosi pada media promosi *digital* Wisata Tirta Nusantara agar

jangkauan informasi lebih luas dan mampu meningkatkan *insight* serta jumlah kunjungan wisata secara berkelanjutan.