

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab IV ini, penulis menguraikan hasil dan pembahasan dari pengkaryaan Tugas Akhir yang telah dilaksanakan, dengan mengaitkan temuan tersebut pada teori dan metode yang telah direncanakan pada Bab III. Pada era digitalisasi yang semakin berkembang ini membuat masyarakat semakin mudah dalam melakukan penyebaran informasi dan mendapatkan informasi dari berbagai platform. Hal ini dapat dijadikan terobosan baru bagi perusahaan sebagai media promosi untuk produk, jasa, maupun layanan. Perusahaan yang menggunakan kemudahan penyebaran informasi ini adalah program loyalitas pelanggan MySRLand yang digunakan di Queen City Mall Semarang.

Upaya memperkenalkan layanan aplikasi loyalitas pelanggan MySRLand tersebut menjadi langkah awal dalam mempromosikan MySRLand kepada masyarakat Kota Semarang dan sekitarnya sehingga dapat meningkatkan jumlah pengguna. Hal tersebut menjadi latar belakang atau fondasi awal dalam merumuskan masalah yang dapat dilakukan sebagai *public relations* atau humas, yaitu melakukan penyebaran informasi melalui pembuatan atau produksi konten pada reels Instagram yang menjadi platform utama dari MySRLand itu sendiri, sehingga dapat menjadi media dalam meningkatkan jumlah pengguna program loyalitas pelanggan perusahaan.

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam strategi komunikasi dan pemasaran, terutama di sektor industri ritel. Perusahaan tidak hanya mengandalkan media konvensional dalam mempromosikan produk atau layanan mereka, tetapi juga dituntut untuk aktif memanfaatkan media digital, termasuk media sosial, dalam menjangkau dan membangun hubungan dengan konsumen.

Salah satu strategi yang banyak diterapkan dalam digital marketing adalah penggunaan platform media sosial seperti Instagram. Instagram memiliki karakteristik visual yang kuat dan fitur-fitur interaktif seperti Reels. Instagram menjadi medium yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan. Kondisi tersebut terutama relevan bagi target pasar yang terdiri dari generasi muda dan keluarga muda yang akrab dengan teknologi digital.

Queen City Mall yang dikelola oleh SRLand Properties telah meluncurkan aplikasi loyalitas pelanggan MySRLand, dengan tujuan untuk memperkuat loyalitas dan memberikan manfaat lebih kepada pelanggan. Aplikasi ini memungkinkan pengguna mengumpulkan poin dari transaksi belanja dan menukarkannya dengan berbagai hadiah dan promo menarik. Meskipun demikian, dalam implementasinya, penyebaran informasi terkait program ini belum sepenuhnya optimal. Meskipun Queen City Mall memiliki jumlah pengunjung harian yang tinggi, kesadaran masyarakat terhadap aplikasi MySRLand masih tergolong rendah. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan strategis yang mampu menghubungkan program loyalitas ini dengan target audiens secara lebih efektif dan relevan.

4.2 Analisis Masalah

Permasalahan utama yang melatarbelakangi proyek ini adalah rendahnya tingkat kesadaran masyarakat terhadap program loyalitas pelanggan berbasis aplikasi MySRLand, khususnya di Queen City Mall Semarang. Padahal, aplikasi ini dirancang untuk memberikan berbagai keuntungan, seperti pengumpulan poin dari transaksi belanja yang dapat ditukarkan dengan hadiah, *voucher*, maupun kesempatan mengikuti undian berhadiah. Namun, dari hasil pra-survei yang dilakukan, ditemukan bahwa sebagian besar responden belum mengetahui keberadaan aplikasi tersebut, bahkan belum pernah mendengar tentang program loyalitas MySRLand.

Dari data yang diperoleh, diketahui bahwa sebanyak 78% responden belum mengetahui tentang program loyalitas MySRLand, dan 96,6% belum pernah bergabung dengan aplikasi MySRLand. Sebagian besar dari mereka menyatakan bahwa ketidaktahuan ini bukan karena tidak tertarik, melainkan karena kurangnya informasi yang mereka terima mengenai keberadaan dan manfaat aplikasi tersebut. Temuan ini mengindikasikan adanya celah dalam strategi komunikasi yang dijalankan oleh pihak pengelola, khususnya dalam mempromosikan program loyalitas secara digital kepada masyarakat.

Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai saluran promosi belum dilakukan secara optimal. Akun Instagram @queencitymall memang memiliki jumlah pengikut yang cukup besar, namun konten promosi terkait aplikasi MySRLand masih terbatas dan belum dikemas secara menarik maupun edukatif. Tidak

adanya *content plan* yang terstruktur menyebabkan informasi penting mengenai aplikasi tidak tersampaikan secara konsisten dan efektif kepada audiens.

Permasalahan tersebut semakin diperkuat oleh data preferensi media yang menunjukkan bahwa mayoritas audiens lebih tertarik pada konten *video*, terutama yang bersifat promosi dan edukatif, serta lebih memilih Instagram sebagai platform utama untuk mencari informasi. Hal ini menjadi tantangan sekaligus peluang untuk memanfaatkan fitur Instagram Reels sebagai media penyampaian informasi yang lebih menarik dan sesuai dengan kebiasaan konsumsi media target audiens.

Sebagai respons terhadap kondisi tersebut, diperlukan upaya strategis untuk menjawab permasalahan ini, yaitu dengan menghadirkan konten-konten kreatif berbasis *video* singkat melalui Instagram Reels. Strategi ini diharapkan dapat membantu menyampaikan informasi tentang aplikasi MySRLand secara lebih efektif agar mendorong lebih banyak pengguna untuk bergabung dan memanfaatkan program loyalitas yang ditawarkan.

4.3 Tahap Perancangan (Pra-Produksi)

Tahapan pra produksi merupakan tahapan persiapan menuju proses produksi *video* Tugas Akhir. Tahap ini meliputi identifikasi masalah, pengumpulan data, proses perizinan, pembuatan ide cerita, penyusunan timeline, pemilihan *talent*, pembuatan rancangan anggaran biaya dan peralatan, serta pembuatan *Standard Sequence Guide (SSG)*. Dalam proses pengumpulan data dan perizinan, penulis terjun langsung ke lokasi yaitu Head Office SRLand Properties dan bertemu dengan Hermy Juniarti selaku *Head of Brand Management* SRLand Properties dan Robby Antony Diska selaku *Social Media Specialist* SRLand Properties pada 19 Februari 2025.

Penulis melakukan koordinasi langsung mengenai konsep dan ide cerita yang akan dibuat. Penulis juga melakukan koordinasi dengan Merryke Angela selaku *Marketing Strategist* dan penanggungjawab loyalty program MySRLand. Konsep diberikan kepada pihak klien untuk mendapatkan *feedback* apakah konsep tersebut sudah sesuai dengan SOP atau perlu adanya perbaikan baik itu secara konsep maupun narasi. Bersamaan dengan pemberian konsep *video* penulis membahas

kebutuhan selama melakukan produksi konten, penggunaan *talent*, dan kapan mulai pelaksanaan produksi.

4.4. Tahap Produksi

Tahap selanjutnya adalah tahap kedua yaitu produksi, tahap ini lebih mudah dilakukan setelah penyesuaian tahap perencanaan. Pada tahap ini akan memperlihatkan kredibilitas konten, konteks, dan kejelasan pada pesan yang disampaikan. Adapun beberapa poin yang dilakukan pada tahap pelaksanaan produksi Tugas Akhir. Berikut adalah hasil implementasi saat pelaksanaan produksi *video reels* Instagram @queencitymall.

4.4.1 Implementasi SSG dalam Produksi Tugas Akhir

4.4.1.1 Video 1

Judul : “Kejutan MySRLand Kembali Lagi!”



Gambar 4. 1 Cover Reels Instagram Video 1

Video menjelaskan pengenalan Aplikasi MySRLand dengan menampilkan kembali acara puncak pengundian *Grand prize* MySRLand pada periode pertama. Konten ini merupakan *video* promosi dikemas dengan pendekatan *soft selling* dengan durasi akhir 1 menit 10 detik. Pengambilan *video* dilakukan pada tanggal 19 Maret 2025 lalu untuk *editing* dilakukan pada 20 Maret 2025. Berikut merupakan tabel rencana rancangan awal pada SSG dan hasil dari produksi.

Tabel 4. 1 Implementasi SSG 1

Perubahan	Rancangan Awal (SSG)	Hasil Video
Durasi	1 menit	1 menit 10 detik
<i>Scene</i>	<i>Scene</i> pertama (opening) merupakan <i>Footage</i> flashback recap pengundian periode pertama.	Pada <i>scene</i> pertama terdapat perubahan <i>Footage</i> yang awalnya berupa <i>Footage</i> flashback menjadi penjelasan oleh <i>talent</i> dilanjut dengan <i>Footage</i> flashback recap pengundian periode pertama
	<i>Scene</i> keenam merupakan grafis <i>end tag</i> Queen City Mall dan Slogannya yaitu “ <i>Your Lifestyle Experiences</i> ”	Pada <i>Scene</i> ini terdapat penambahan grafis berupa tulisan “ <i>Download Sekarang</i> ”, Logo MySRLand, dan <i>barcode</i> untuk mengunduh aplikasi untuk <i>Google Play Store</i> dan <i>Apple Store</i>
<i>Backsound</i>	Instrumental ringan semangat (no copyright sound)	<i>Happy Fun (no copyright)</i>

4.4.1.2 Video 2

Judul : “Belanja Asik, Hadiah Fantastik!”



Gambar 4. 2 Cover Reels Instagram Video 2

Video konten kedua merupakan video promosi yang menampilkan informasi mengenai keuntungan menggunakan aplikasi MySRLand saat berbelanja di Queen City Mall. Video ini memperlihatkan langkah-langkah penukaran struk belanja menjadi poin melalui aplikasi secara umum, serta menyampaikan bahwa aplikasi MySRLand tidak hanya berlaku di Queen City Mall, tetapi juga dapat digunakan di tiga mall lainnya di bawah naungan SRLand Properties, yaitu Pacific Mall Tegal, Kediri Mall, dan Lawu Plaza Madiun.

Konten dikemas dengan pendekatan *soft selling* dengan memperlihatkan aktivitas belanja secara natural dan mudah dipahami. Visual juga didukung dengan *pop up* ilustrasi hadiah utama, yaitu hadiah eksklusif, hingga *Grand prize* berupa liburan impian, yang menjadi daya tarik utama dari program loyalitas ini dengan durasi akhir 1 menit 05 detik. Pengambilan video dilakukan pada tanggal 19 Maret 2025 lalu untuk *editing* dilakukan pada 8 April 2025. Berikut merupakan tabel rencana rancangan awal pada SSG dan hasil dari produksi.

Tabel 4. 2 Implementasi SSG 2

Perubahan	Rancangan Awal (SSG)	Hasil Video
Durasi	1 menit 15 detik	1 menit 05 detik

<i>Scene</i>	<i>Scene kedelapan merupakan grafis end tag Queen City Mall dan Slogannya yaitu “Your Lifestyle Experiences”</i>	<i>Pada Scene ini terdapat penambahan grafis berupa tulisan “Download Sekarang”, Logo MySRLand, dan barcode untuk mengunduh aplikasi untuk Google Play Store dan Apple Store</i>
<i>Backsound</i>	<i>Musik ceria dan ringan (no copyright sound)</i>	<i>Positive Vibes (no copyright)</i>

4.4.1.3 Video 3

Judul : “Rahasia Belanja Untung Pakai MySRLand”



Gambar 4. 3 Cover Reels Instagram Video 3

Implementasi pada video ketiga berjudul “Rahasia Belanja Untung Pakai MySRLand” merupakan video promosi yang menonjolkan fitur utama aplikasi MySRLand, yaitu penukaran poin dari struk belanja. Video tersebut menjelaskan secara ringkas mekanisme pengumpulan poin melalui transaksi di Queen City Mall, proses unggah struk melalui aplikasi, hingga poin yang terkumpul dapat digunakan untuk mendapatkan kesempatan memenangkan *Grand prize* liburan impian dan hadiah eksklusif lainnya dengan durasi akhir video 1 menit 20 detik. Pengambilan video dilakukan pada tanggal 19 Maret 2025 lalu untuk editing

dilakukan pada 16 April 2025. Berikut merupakan tabel rencana rancangan awal pada SSG dan hasil dari produksi.

Tabel 4. 3 Implementasi SSG 3

Perubahan	Rancangan Awal (SSG)	Hasil Video
<i>Durasi</i>	1 menit 23 detik	1 menit 20 detik
<i>Scene</i>	<i>Scene</i> ketujuh merupakan grafis <i>end tag</i> Queen City Mall dan Slogannya yaitu “ <i>Your Lifestyle Experiences</i> ”	Pada <i>Scene</i> ini terdapat penambahan grafis berupa tulisan “ <i>Download Sekarang</i> ”, Logo MySRLand, dan <i>barcode</i> untuk mengunduh aplikasi untuk <i>Google Play Store</i> dan <i>Apple Store</i>
<i>Backsound</i>	Musik ceria dan ringan (<i>no copyright sound</i>)	<i>Bring More Food and Funk Now! (no copyright)</i>

4.4.1.4 Video 4

Judul : “Queen City Mall Selalu Punya Event Seru Buat Kamu”



Gambar 4. 4 Cover Reels Instagram Video 4

Implementasi pada Video keempat yang berjudul “*Queen City Mall Selalu Punya Event Seru Buat Kamu*” merupakan bentuk konten promosi yang dirancang

untuk menonjolkan fitur "*Event*" pada aplikasi MySRLand. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengetahui informasi terkait jadwal event yang akan maupun sedang berlangsung di Queen City Mall. Melalui fitur tersebut, pengguna dapat secara praktis mengakses berbagai agenda acara seperti pameran, konser, festival kuliner, hingga bazar yang diselenggarakan secara berkala oleh pihak pengelola mall.

Perencanaan awal *video* sebenarnya merupakan bagian dari konten Reels kelima dalam urutan produksi. Namun demikian, karena pelaksanaan salah satu event aktual yang berlangsung bertepatan dengan jadwal unggahan Reels keempat, maka susunan konten diubah. Konten Reels kelima ini kemudian diprioritaskan dan diunggah sebagai Reels keempat, guna menyesuaikan dengan momentum aktual dan menjaga relevansi antara konten dengan kegiatan yang sedang berlangsung di lapangan.

Video menampilkan narasi yang disampaikan oleh *talent* dengan gaya santai dan persuasif untuk mengajak audiens mengecek jadwal event melalui aplikasi MySRLand. Visual kemudian menampilkan suasana event yang berlangsung di Atlas Atrium Queen City Mall, yang memperlihatkan antusiasme pengunjung dan berbagai aktivitas menarik di dalamnya dengan durasi akhir *video* 1 menit 41 detik. Pengambilan *video* dan *editing* dilakukan pada tanggal 24 April 2025. Berikut merupakan tabel rencana rancangan awal pada SSG dan hasil dari produksi.

Tabel 4. 4 Implementasi SSG 4

Perubahan	Rancangan Awal (SSG)	Hasil <i>Video</i>
Durasi	1 menit 21 detik	1 menit 41 detik
<i>Scene</i>	Pada <i>scene</i> kelima mengajak pengunjung untuk datang ke event yang sedang berlangsung di Queen City Mall	Terdapat penambahan <i>scene</i> yang diletakkan pada <i>scene</i> kelima mengenai deskripsi event kedua yaitu "Petstaria"
	<i>Scene</i> ketujuh merupakan grafis <i>end tag</i> Queen City Mall dan	Pada <i>Scene</i> ini terdapat penambahan grafis berupa

	Slogannya yaitu <i>“Your Lifestyle Experiences”</i>	tulisan <i>“Download Sekarang”</i> , Logo MySRLand, dan <i>barcode</i> untuk mengunduh aplikasi untuk <i>Google Play Store</i> dan <i>Apple Store</i>
<i>Backsound</i>	Musik ceria dan ringan (<i>no copyright sound</i>)	<i>That Happy Song (no copyright)</i>

4.4.1.5 Video 5

Judul : *“Shopping Day with MySRLand”*



Gambar 4. 5 Cover Reels Instagram Video 5

Implementasi *video* kelima berjudul *“Shopping Day with MySRLand”* merupakan *video* promosi yang menampilkan pengalaman berbelanja sehari penuh menggunakan aplikasi MySRLand di Queen City Mall. Konten ini menekankan kemudahan penggunaan aplikasi sebagai panduan belanja, mulai dari mencari promo *tenant* hingga mendapatkan informasi lokasi dan kategori *tenant* melalui fitur yang tersedia. *Video* ini menampilkan *talent* yang melakukan aktivitas nyata seperti makan, berbelanja fashion, dan membeli kebutuhan pribadi, yang semuanya diarahkan melalui aplikasi. Sebagian besar narasi disampaikan melalui *voice-over* dan visual *story-telling*, memperlihatkan bahwa pengguna

dapat merencanakan dan menjalani hari belanja dengan lebih praktis dan efisien menggunakan aplikasi MySRLand.

Durasi akhir *video* adalah 1 menit 26 detik, dan dirancang untuk tayang di Instagram Reels sebagai bagian dari strategi promosi digital yang bertujuan meningkatkan pemahaman dan minat audiens terhadap fitur navigasi belanja dalam aplikasi MySRLand. Pengambilan *video* dilakukan pada tanggal 18 April 2025 lalu untuk *editing* dilakukan pada 30 April 2025. Berikut merupakan tabel rencana rancangan awal pada SSG dan hasil dari produksi.

Tabel 4. 5 Implementasi SSG 5

Perubahan	Rancangan Awal (SSG)	Hasil <i>Video</i>
Durasi	1 menit 19 detik	1 menit 26 detik
<i>Scene</i>	<i>Scene ke-10 merupakan grafis end tag Queen City Mall dan Slogannya yaitu “Your Lifestyle Experiences”</i>	Pada <i>Scene</i> ini terdapat penambahan grafis berupa tulisan “ <i>Download Sekarang</i> ”, Logo MySRLand, dan <i>barcode</i> untuk mengunduh aplikasi untuk <i>Google Play Store</i> dan <i>Apple Store</i>
<i>Backsound</i>	Musik ceria dan ringan (<i>no copyright sound</i>)	<i>Easy and Fun (no copyright)</i>

4.4.1.6 Video 6

Judul : “Update Berita Terbaru Langsung di MySRLand”



Gambar 4. 6 Cover Reels Instagram Video 6

Implementasi video keenam berjudul “Update Berita Terbaru Langsung di MySRLand” merupakan video promosi yang menyoroti fitur “Berita” pada aplikasi MySRLand, yaitu fitur yang memungkinkan pengguna mengakses informasi terbaru seputar event, promo, hingga pengumuman penting dari Queen City Mall secara langsung melalui aplikasi. Konten mengajak audiens untuk tidak ketinggalan update terbaru, dan menunjukkan bagaimana pengguna dapat membuka aplikasi, memilih Queen City Mall, serta menelusuri menu berita yang tersedia di halaman utama. Visual diperkuat dengan tampilan layar aplikasi, scroll menu, serta adegan *talent* membaca ringkasan berita yang sedang berlangsung.

Bagian akhir video disampaikan bahwa aplikasi MySRLand tidak hanya berfungsi untuk pengumpulan poin, tetapi juga sebagai sumber informasi lengkap yang praktis dengan durasi akhir 1 menit 3 detik. Pengambilan video dilakukan pada tanggal 24 April 2025 lalu untuk *editing* dilakukan pada 5 Mei 2025. Berikut merupakan tabel rencana rancangan awal pada SSG dan hasil dari produksi.

Tabel 4. 6 Implementasi SSG 6

Perubahan	Rancangan Awal (SSG)	Hasil Video
Durasi	1 menit	1 menit 3 detik

<i>Scene</i>	Pada <i>scene</i> pertama merupakan <i>Footage Opening Talent</i> in frame	Pada <i>scene</i> pertama terdapat perubahan <i>Footage</i> yang awalnya berupa <i>Footage</i> opening oleh <i>talent</i> menjadi hook dengan sound effect “ <i>conversion jingle</i> ” lalu transisi ke opening oleh <i>talent</i> .
	<i>Scene</i> keenam merupakan grafis <i>end tag</i> Queen City Mall dan Slogannya yaitu “ <i>Your Lifestyle Experiences</i> ”	Pada <i>Scene</i> ini terdapat penambahan grafis berupa tulisan “ <i>Download Sekarang</i> ”, Logo MySRLand, dan <i>barcode</i> untuk mengunduh aplikasi untuk <i>Google Play Store</i> dan <i>Apple Store</i>
<i>Backsound</i>	Instrumental ringan semangat (<i>no copyright sound</i>)	<i>Happy Fun (no copyright)</i>

4.4.1.7 Video 7

Judul : “Temukan Penawaran Menarik dari *Tenant* Favoritmu di MySRLand”



Gambar 4. 7 Cover Reels Instagram Video 7

Implementasi *video* ketujuh berjudul “Temukan Penawaran Terbaik dari *Tenant* Favoritmu di MySRLand” merupakan *video* promosi yang berfokus pada fitur penukaran poin atau klaim *voucher* dalam aplikasi MySRLand. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk melihat berbagai penawaran menarik dari *tenant* favorit di Queen City Mall serta menukarkan poin yang telah dikumpulkan menjadi *voucher* diskon atau promo spesial yang dapat digunakan langsung. Untuk memperjelas mekanisme penggunaan fitur, dalam *video* ini ditambahkan *scene screen record* yang secara langsung memperlihatkan langkah-langkah klaim *voucher* dalam aplikasi MySRLand, mulai dari memilih menu promo dan *voucher*, memilih *voucher* yang diinginkan, hingga munculnya kode *voucher* digital yang dapat digunakan di *tenant* terkait.

Video memiliki durasi akhir 1 menit 6 detik, *video* ini dirancang untuk tayang di Instagram Reels sebagai bagian dari strategi digital marketing yang bertujuan meningkatkan pemahaman dan penggunaan fitur *voucher* dalam aplikasi MySRLand. Pengambilan *video* dilakukan pada tanggal 18 April 2025 lalu untuk *editing* dilakukan pada 8 Mei 2025. Berikut merupakan tabel rencana rancangan awal pada SSG dan hasil dari produksi.

Tabel 4. 7 Implementasi SSG 7

Perubahan	Rancangan Awal (SSG)	Hasil Video
Durasi	1 menit	1 menit 6 detik
<i>Scene</i>	<i>Scene</i> kedelapan merupakan grafis <i>end tag</i> Queen City Mall dan Slogannya yaitu “ <i>Your Lifestyle Experiences</i> ”	Pada <i>Scene</i> ini terdapat penambahan grafis berupa tulisan “ <i>Download Sekarang</i> ”, Logo MySRLand, dan <i>barcode</i> untuk mengunduh aplikasi untuk <i>Google Play Store</i> dan <i>Apple Store</i>
<i>Backsound</i>	Musik ceria dan ringan (<i>no copyright sound</i>)	<i>Review (no copyright)</i>

4.4.1.8 Video 8

Judul : “Kenapa Sih Suka Banget Ke Queen City Mall?”



Gambar 4. 8 Cover Reels Instagram Video 8

Implementasi *video* kedelapan berjudul “Kenapa Sih Suka Banget ke Queen City Mall?” merupakan *video* promosi yang dikemas secara naratif dengan gaya *voice over*. *Video* ini menggambarkan pengalaman menyenangkan berkunjung ke Queen City Mall, serta mengaitkannya dengan berbagai aktivitas dan keuntungan yang bisa didapatkan melalui penggunaan aplikasi MySRLand.

Konten disusun dalam gaya *vlog* sinematik, menampilkan *Footage* aktivitas *talent* saat berbelanja di *tenant* fashion, mencoba kuliner, menikmati berbagai hiburan, serta mengumpulkan poin dari struk belanja. Seluruh narasi disampaikan melalui *voice over* dengan gaya santai dan ekspresif, menjelaskan bahwa alasan suka berkunjung ke Queen City Mall tidak hanya karena pilihan *tenant* dan hiburan yang lengkap, tetapi juga karena adanya keuntungan lebih dari aplikasi MySRLand—mulai dari penukaran poin, *voucher* belanja, hingga kesempatan memenangkan hadiah.

Durasi akhir *video* adalah 1 menit 3 detik, *video* tersebut merupakan strategi promosi digital Queen City Mall yang bertujuan meningkatkan *engagement* emosional, memperkuat *brand experience* mall, dan mengedukasi

audiens tentang manfaat aplikasi MySRLand secara tidak langsung. Pengambilan *video* dilakukan pada tanggal 18 April 2025 lalu untuk *editing* dilakukan pada 8 Mei 2025. Berikut merupakan tabel rencana rancangan awal pada SSG dan hasil dari produksi.

Tabel 4. 8 Implementasi SSG 8

Perubahan	Rancangan Awal (SSG)	Hasil <i>Video</i>
Durasi	1 menit	1 menit 3 detik
<i>Scene</i>	<i>Scene</i> kesembilan merupakan grafis <i>end tag</i> Queen City Mall dan Slogannya yaitu “ <i>Your Lifestyle Experiences</i> ”	Pada <i>Scene</i> ini terdapat penambahan grafis berupa tulisan “ <i>Download Sekarang</i> ”, Logo MySRLand, dan <i>barcode</i> untuk mengunduh aplikasi untuk <i>Google Play Store</i> dan <i>Apple Store</i>
<i>Backsound</i>	Musik ceria dan ringan (<i>no copyright sound</i>)	<i>Fresh (no copyright)</i>

4.4.1.9 Video 9

Judul : “*Surprise! Hadiah Spesial Buat Kamu yang Udah Download MySRLand*”



Gambar 4. 9 Cover Reels Instagram Video

Implementasi *video* kesembilan berjudul “Surprise! Hadiah Spesial Buat Kamu yang Udah *Download* MySRLand!” merupakan *video* promosi interaktif yang mengangkat aktivitas on-the-spot di area Queen City Mall, di mana *talent* membagikan *voucher* spesial secara langsung kepada pengunjung yang telah mengunduh aplikasi MySRLand. Konten ini bertujuan membangun *engagement* langsung dengan pengunjung mall serta mendorong pengunduhan aplikasi melalui pendekatan yang persuasif dan berhadiah.

Video menampilkan *talent* berperan sebagai host yang melakukan interaksi dengan pengunjung secara spontan. *Talent* menanyakan apakah mereka sudah mengunduh aplikasi MySRLand, kemudian menjelaskan manfaatnya seperti info event, promo, dan fitur tukar poin. Bagi pengunjung yang belum mengunduh aplikasi, *talent* mengajak mereka untuk segera *download* agar bisa mendapatkan *voucher*. Sementara itu, pengunjung yang telah mengunduh langsung diberikan reward berupa *voucher* belanja, yang diserahkan secara simbolis di dalam *video*.

Konten ini dikemas dengan penambahan improvisasi yang memperkuat kesan alami dan spontan. Musik latar yang digunakan bersifat ceria dan ringan untuk mendukung suasana positif selama interaksi berlangsung dengan durasi akhir 1 menit 20 detik. Pengambilan *video* dilakukan pada tanggal 24 April 2025 lalu untuk *editing* dilakukan pada 8 Mei 2025. Berikut merupakan tabel rencana rancangan awal pada SSG dan hasil dari produksi.

Tabel 4. 9 Implementasi SSG 9

Perubahan	Rancangan Awal (SSG)	Hasil <i>Video</i>
Durasi	1 menit 32 detik	2 menit 40 detik
<i>Scene</i>	<i>Scene</i> kelima merupakan adegan pengunjung 1 mendapat <i>voucher</i> .	Pada <i>scene</i> kelima terdapat improvisasi oleh <i>talent</i> dan pengunjung untuk menunjukkan aplikasi ke kamera sebagai bukti telah <i>download</i> .

	<i>Scene</i> delapan merupakan adegan pengunjung 2 mendapat <i>voucher</i>	Pada <i>scene</i> kedelapan terdapat improvisasi oleh <i>talent</i> dan pengunjung 2 untuk menunjukkan aplikasi ke kamera sebagai bukti telah <i>download</i> .
	<i>Scene</i> ke-11 merupakan grafis <i>end tag</i> Queen City Mall dan Slogannya yaitu “ <i>Your Lifestyle Experiences</i> ”	Pada <i>Scene</i> ini terdapat penambahan grafis berupa tulisan “ <i>Download Sekarang</i> ”, Logo MySRLand, dan <i>barcode</i> untuk mengunduh aplikasi untuk <i>Google Play Store</i> dan <i>Apple Store</i>
<i>Backsound</i>	Musik ceria dan ringan (<i>no copyright sound</i>)	<i>Daily Vlog (no copyright)</i>

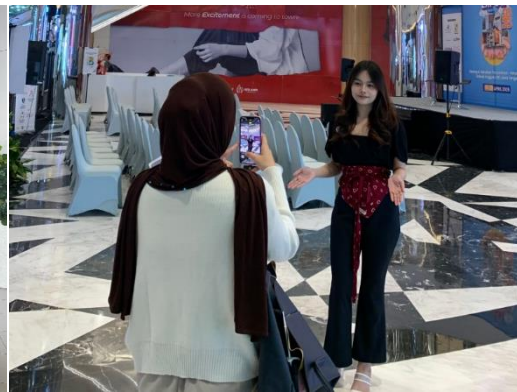
4.4.2 Proses Shooting Video Tugas Akhir

Proses shooting *video* dalam proyek Tugas Akhir ini melibatkan berbagai elemen penting, mulai dari penyesuaian jadwal dengan *talent*, penyesuaian jadwal event yang sedang berlangsung di mall, penyesuaian periode promo dan *voucher*, *briefing* awal dengan *talent*, serta pemilihan lokasi pengambilan gambar.

Talent yang terlibat dalam pemuatan konten ini terdiri dari Andini Putri Efendi, Nurma Maulidya Indriani, Zhafira Putri Samara, dan Ahmad Imam Muzani, yang memainkan peran penting dalam *video* yang diproduksi. Pelaksanaan produksi ini memakan waktu selama tiga hari dengan setiap harinya melakukan pengambilan *video* untuk tiga judul konten. Pengambilan *video* dilakukan pada tanggal 19 Maret 2025 untuk *video* 1, 2 dan 3, kemudian tanggal 18 April 2025 untuk *video* 5,7, dan 8, lalu tanggal 24 April 2025 untuk *video* 4,6, dan 9.



Gambar 4. 11 Shooting di Lokasi Promenade Walk Queen City Mall



Gambar 4. 10 Shooting di Lokasi Atlas Atrium Queen City Mall

Tahap produksi pelaksanaan proyek ini dilaksanakan secara langsung di area Queen City Mall Semarang. Pemilihan lokasi di area mall dipilih bervariasi yaitu di *outdoor name building* Queen City Mall, booth MySRLand, lobby pemuda, lobby atlas, promenade walk, area selasar lantai LG, eskalator, Harajuku Street, Foodpark, *tenant*, dan atlas atrium. Variasi lokasi ini dipilih untuk memberikan nuansa yang berbeda pada setiap konten yang dihasilkan, sesuai dengan konsep yang direncanakan. Untuk pengambilan gambar atau *video* dalam konten ini menggunakan device Iphone XS, Iphone 12, dan Iphone 13 sebagai alat perekam *video*.



Gambar 4. 12 Konten dengan Sudut Pengambilan Video Eye Level View



Gambar 4. 13 Konten dengan Teknik Pengambilan Gambar Medium Shot

Pengambilan gambar dalam produksi *video* ini menggunakan sudut pandang *Eye Level View* yang dikombinasikan dengan beragam teknik pengambilan *video medium shot*, disesuaikan dengan kebutuhan visual serta karakteristik masing-masing konten. Pada konten nomor 2, 3, 4, 5, 7, dan 8, digunakan teknik *follow shot* serta penggunaan kamera dinamis yang mengikuti gerakan *talent*, sehingga menciptakan kesan yang lebih interaktif dan hidup dalam setiap adegan. Sementara itu, pada *video* lainnya, pengambilan gambar dilakukan dengan teknik kamera statis untuk menghadirkan sudut pandang yang lebih tajam dan fokus terhadap objek. Pemilihan ragam teknik ini bertujuan untuk menghadirkan variasi visual yang menarik, sekaligus mendukung narasi yang

ingin disampaikan pada masing-masing *video*. Dengan perencanaan visual yang matang dan pelaksanaan teknis yang presisi, proses produksi ini diharapkan menghasilkan konten *video* yang berkualitas tinggi serta efektif dalam menarik perhatian audiens, khususnya di platform Instagram Reels.

4.5. Tahap Pasca Produksi

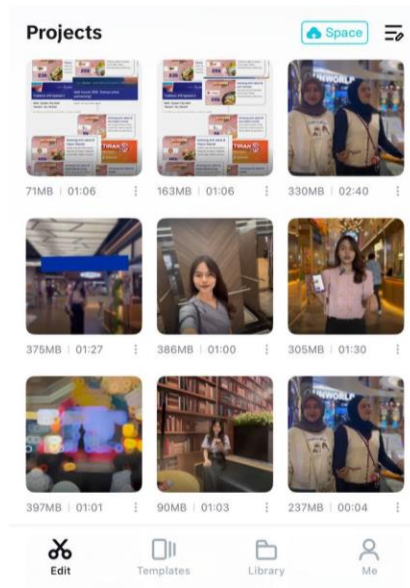
Tahap selanjutnya setelah produksi adalah pasca produksi, tahap ini merupakan tahap *editing video* setelah pengambilan *video* yang telah dilakukan saat tahap produksi. Setelah melalui tahap *editing video* tersebut melalui tahap *review* oleh klien, hingga akhirnya *video* direvisi dan dipublikasi.

4.5.1 Proses *Editing Video*

Tahap selanjutnya adalah melakukan klasifikasi dan seleksi terhadap *Footage video* yang memiliki kualitas terbaik. *Video* yang telah terpilih kemudian memasuki tahap penyuntingan menggunakan aplikasi CapCut. Proses *editing* ini memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia di dalam aplikasi, dengan tujuan mengoptimalkan tampilan visual dan alur narasi *video*. Adapun tahapan yang dilakukan dalam proses penyuntingan *video* adalah sebagai berikut:

1. Menggabungkan *video* sesuai dengan alur cerita yang telah dimuat pada *Standar Sequence Guide (SSG)*.
2. Memasukkan *subtitle* dan sesuaikan dengan setiap klip *video* agar sesuai.
3. Penentuan jenis font dan komponen hiasan pada setiap klip *video* agar menarik.
4. Memasukkan *background* dan lagu yang cocok untuk setiap konten.
5. Menambah sound effect pada beberapa klip *video* agar tidak monoton.
6. Memasukkan template header dan footer Queen City Mall dan SRLand Properties sesuai SOP Perusahaan
7. Menambahkan *barcode download* Aplikasi MySRLand

8. Menambahkan *end tag* dan slogan Queen City Mall

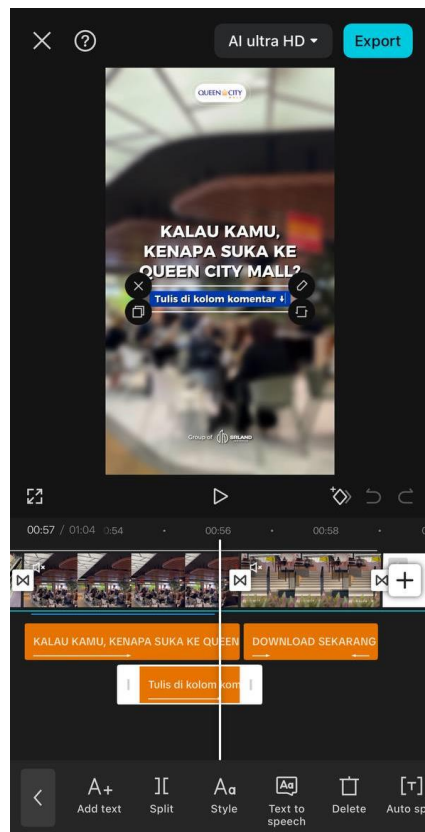


Gambar 4. 15 Hasil Proses Edit Konten Menggunakan Aplikasi CapCut

Proses penyuntingan konten *video* untuk produk Tugas Akhir, dilakukan berbagai langkah teknis yang bertujuan untuk menciptakan *video* yang interaktif, komunikatif, dan memiliki nilai visual yang kuat. Salah satu fitur yang dimanfaatkan dalam proses *editing* adalah fitur *overlay* pada aplikasi CapCut. Fitur ini digunakan untuk menambahkan elemen visual tambahan, seperti teks, gambar, animasi, maupun *video* lain yang diletakkan di atas *Footage* utama. Penggunaan *overlay* memungkinkan penyunting untuk menyisipkan elemen pendukung narasi, seperti pop-up informasi, ilustrasi hadiah, logo aplikasi, atau instruksi penggunaan aplikasi MySRLand. Teknik ini tidak hanya memperkaya tampilan visual, tetapi juga memperjelas isi pesan yang disampaikan kepada audiens. Dengan pengaturan yang tepat, *overlay* menjadi elemen penting dalam membangun visual yang komunikatif dan mendukung tujuan promosi konten secara efektif di platform Instagram Reels.

Pemilihan jenis font dan animasi teks merupakan elemen penting dalam proses penyuntingan *video*, karena berkontribusi langsung terhadap penyesuaian tone komunikasi visual yang ingin disampaikan kepada audiens. Dalam produksi konten *video* ini, digunakan font Montserrat, yang dipilih berdasarkan standar identitas visual (SOP) Queen City Mall. Font Montserrat dipilih karena memiliki karakter yang modern, bersih, dan mudah dibaca, sehingga efektif digunakan dalam berbagai kebutuhan teks dalam *video*, baik sebagai *subtitle* maupun *highlight* pesan utama. Gaya tipografinya yang profesional namun tetap dinamis sangat mendukung estetika visual konten serta menciptakan kesan yang konsisten dengan citra *brand* Queen City Mall.

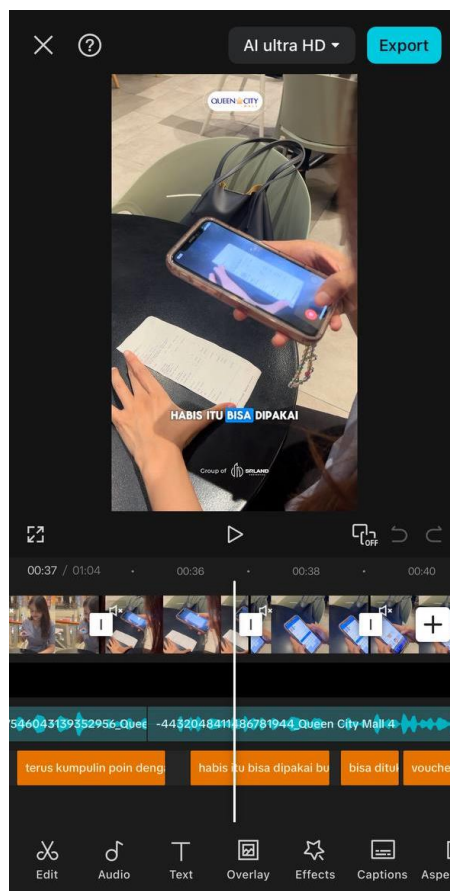
Sebagai upaya untuk menyampaikan pesan, animasi teks juga digunakan secara selektif, seperti efek muncul perlahan (*fade in*), geser (*slide*), atau perbesaran (*scale*) sesuai kebutuhan narasi. Penggunaan font Montserrat dengan variasi ketebalan—misalnya regular untuk informasi pendukung dan bold untuk pesan utama—membantu mengarahkan perhatian audiens dan memperkuat struktur komunikasi visual dalam setiap *video* yang diproduksi.



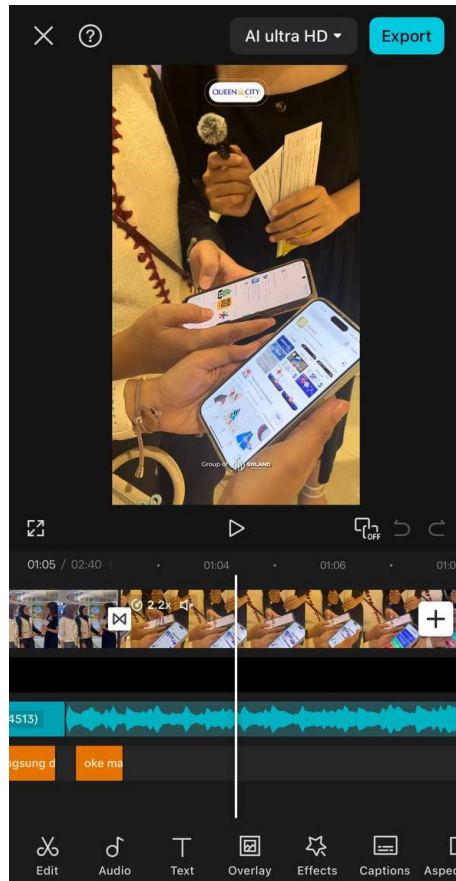
Gambar 4. 16 Editing dengan Font Montserrat

Tidak hanya berfokus pada aspek visual dan desain, setiap konten *video* yang diproduksi dalam tugas akhir juga memuat strategi yang mengacu pada penerapan teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Pada tahap *Interest*, konten dikemas sedemikian rupa agar mampu memicu ketertarikan audiens terhadap program loyalitas MySRLand, seperti dengan menampilkan demonstrasi langsung penggunaan aplikasi, tampilan hadiah utama, serta promo *tenant* yang sedang berjalan.

Selanjutnya, pada segmen yang memperlihatkan pengalaman pengguna dan bagi-bagi *voucher* langsung di mall, teori AIDA diterapkan secara intens pada tahap *Desire* dan *Action*, di mana testimoni maupun reaksi positif dari pengunjung digunakan untuk mendorong audiens agar tertarik mengunduh aplikasi dan segera menggunakannya. Dengan demikian, setiap *video* tidak hanya bersifat promosi, tetapi juga dirancang untuk memberikan bukti nyata (*proof of benefit*) yang mendukung pengambilan keputusan oleh calon pengguna aplikasi.



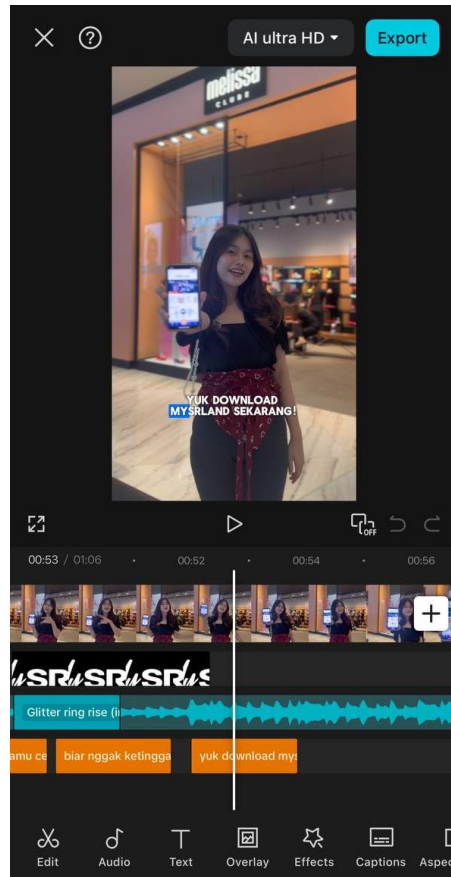
Gambar 4. 17 Editing dengan Menampilkan Cuplikan Program Tukar Struk di Aplikasi MySRLand



Gambar 4. 18 Editing dengan Menampilkan Pengunjung yang Download Langsung Aplikasi MySRLand

Sebagai penutup dari setiap konten *video*, disisipkan *elemen call to action* yang bertujuan untuk mendorong audiens agar segera mengunduh dan menggunakan aplikasi MySRLand. Ajakan ini disampaikan secara verbal oleh *talent* maupun secara visual melalui *overlay barcode* MySRLand yang muncul konsisten di akhir setiap *video*. *Overlay* tersebut menampilkan logo MySRLand beserta tulisan “*Download Sekarang*”.

Call to action secara verbal disampaikan langsung oleh *talent* di akhir *video* dengan nada ajakan yang persuasif dan antusias. *Talent* mengajak penonton untuk segera mengunduh dan mencoba aplikasi MySRLand, biasanya dengan kalimat yang lugas dan mudah diingat seperti: “*Yuk, download aplikasi MySRLand sekarang!*” Dengan penyampaian yang bersahabat dan ekspresi yang meyakinkan, *Call to action* ini dirancang untuk menciptakan kedekatan emosional dengan audiens dan mendorong aksi langsung setelah menonton konten.

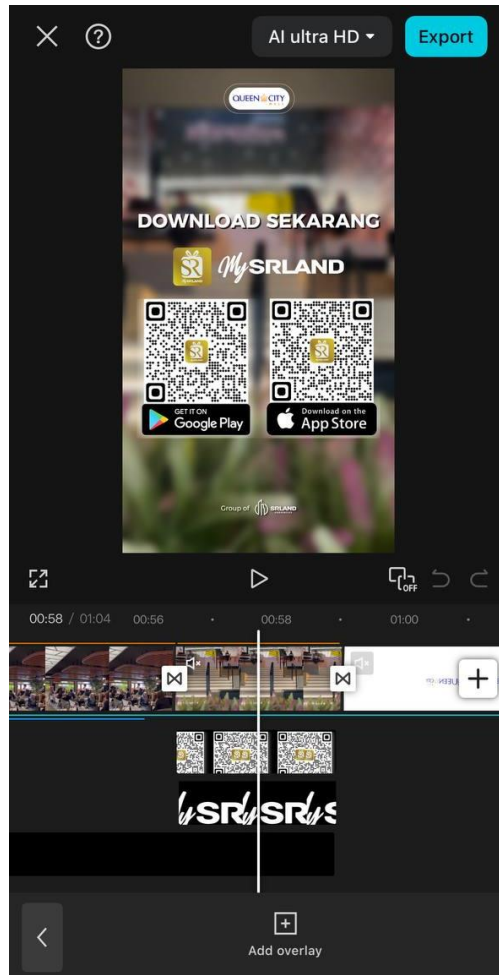


Gambar 4. 19 Video penutup dengan Call To Action langsung disampaikan talent

Selanjutnya, secara visual, elemen *call to action* diperkuat dengan penambahan tampilan *overlay* grafis yang informatif dan menarik di akhir setiap *video*. Elemen utama dari grafis ini adalah *barcode* (QR code) yang mengarah langsung ke halaman unduhan aplikasi MySRLand di platform *Apple Store* dan *Google Play Store*. QR code ini ditampilkan secara konsisten sebagai bagian penutup setiap konten, menjadikannya sebagai sinyal ajakan yang mudah dikenali oleh audiens.

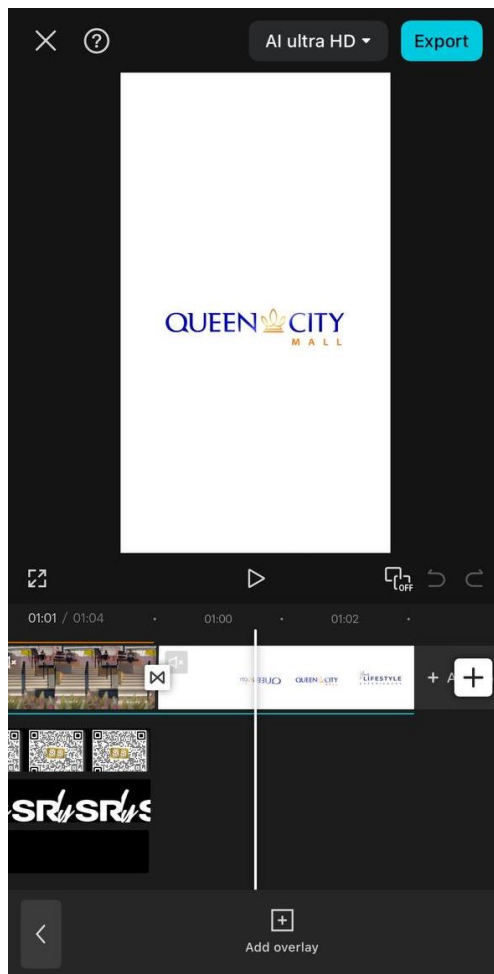
Tampilan grafis ini dirancang dengan latar belakang (*background*) yang diberi efek blur halus. Efek ini digunakan agar grafis tetap menonjol dan mudah dibaca, tanpa mengganggu visual utama dari *video* sebelumnya. Selain QR code, elemen grafis ini juga dilengkapi dengan teks ajakan singkat seperti “*Download Sekarang*”. Untuk memperkuat identitas *brand*, pada tampilan ini juga ditambahkan logo aplikasi MySRLand, yang ditempatkan secara strategis di dekat QR code agar menciptakan visual yang kuat antara

ajakan unduh dan aplikasi itu sendiri. Penggunaan logo membantu meningkatkan pengenalan merek dan memperkuat kredibilitas ajakan tersebut. Penempatan *barcode* bertujuan untuk mempermudah audiens dalam memindai kode tersebut secara langsung.

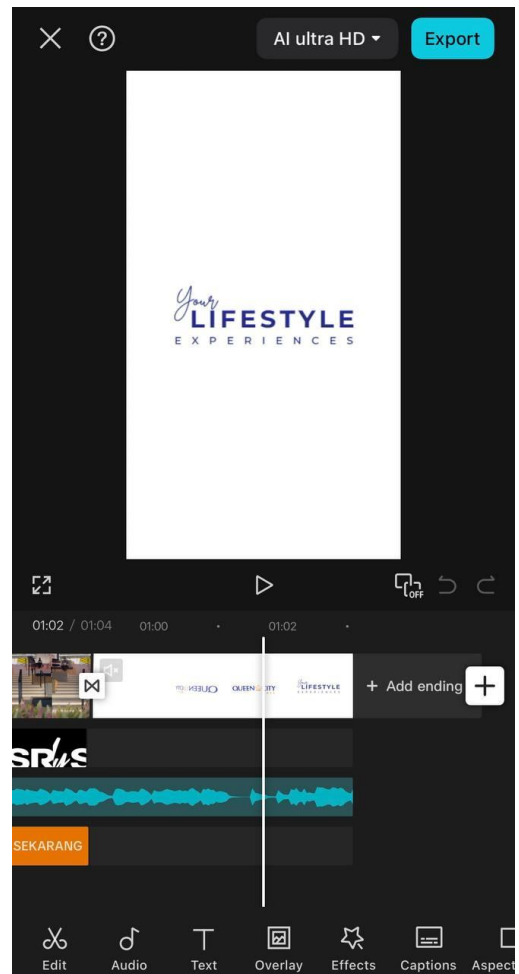


Gambar 4. 20 Video Penutup dengan call to action dimuat dalam grafis overlay

Video dilanjutkan dengan transisi menuju *end tag* yang menampilkan logo Queen City Mall dan slogan “*Your Lifestyle Experiences*” sebagai penegasan identitas *brand* mall secara keseluruhan. Penggunaan bumper dan *end tag* ini tidak hanya berfungsi sebagai elemen penutup, tetapi juga sebagai pengingat visual yang memperkuat pesan promosi yang telah disampaikan di sepanjang *video*



Gambar 4. 22 Video penutup yang memuat logo Queen City Mall



Gambar 4. 21 Video penutup yang memuat slogan Queen City Mall

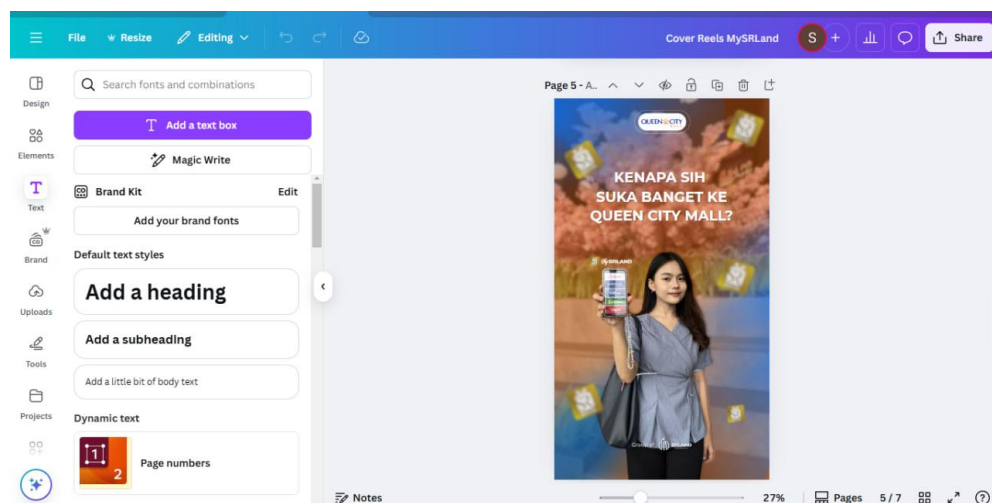
4.5.2 Proses Pembuatan Cover Reels Instagram dan Caption

Untuk mendapatkan perhatian audiens adalah dengan visualisasi *cover* yang menarik dan *caption* yang interaktif. Pembuatan *cover* menggunakan aplikasi edit Canva dengan dua komponen yaitu gambar dan tulisan yang mencerminkan setiap kontennya.

1. Desain Cover

Cover *video* dibuat menggunakan aplikasi Canva, yang menawarkan beragam elemen desain secara praktis. Font Montserrat dipilih karena tampilannya

modern dan mudah dibaca, mendukung penyampaian pesan utama secara jelas. Elemen visual seperti latar warna mencolok dan posisi teks yang strategis digunakan untuk menarik perhatian audiens dan memperkuat fokus pesan dalam konten. Pemilihan warna, elemen visual dalam *video*, termasuk desain *cover*, disesuaikan dengan identitas *brand* Queen City Mall. Warna biru dan oranye, yang merupakan warna korporat Queen City Mall, digunakan secara konsisten untuk menciptakan tampilan yang selaras dengan karakter visual perusahaan.



Gambar 4. 23 Aplikasi Canva untuk desain cover

2. Caption Konten

Pembuatan *caption*, penyesuaian dilakukan berdasarkan konten yang ditampilkan agar relevan dan menarik bagi audiens. Selain itu, penggunaan tagar seperti #QueenCityMall, #yourlifestyleexperiences, dan #srlandproperties diselaraskan dengan identitas *brand* dan lokasi, sehingga memperkuat jangkauan serta keterkaitannya dengan tema promosi mall dan aplikasi MySRLand. Tagar-tagar ini juga berfungsi untuk menghubungkan konten secara strategis dalam satu ekosistem promosi yang kohesif dan mudah ditemukan melalui pencarian. Selain itu, salah satu hal yang membedakan konten ini dari konten-konten internal Queen City Mall adalah adanya penyebutan kolaborasi dalam *caption*, yakni melalui kalimat yang

menjelaskan bahwa “*Video ini merupakan hasil kolaborasi dengan Prodi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro*”. Kalimat tersebut menjadi penanda bahwa konten ini tidak diproduksi oleh tim internal mall, melainkan merupakan hasil kerja sama eksternal dengan institusi pendidikan.

Caption tidak hanya berfungsi sebagai deskripsi, tetapi juga sebagai alat untuk memperkuat *branding*, meningkatkan *engagement*, dan mengarahkan audiens pada aksi spesifik, yaitu mengunduh aplikasi MySRLand serta berkunjung ke Queen City Mall.

Tabel 4. 10 Caption Konten

1. Kejutan MySRLand Kembali Lagi	2. Belanja Asik, Hadiah Fantastik!
Kejutan MySRLand Kembali Lagi! 🎉🎁 Masih ingat keseruan kejutan MySRLand sebelumnya? Kali ini, MySRLand kembali dengan lebih banyak keuntungan buat kamu!  Kumpulkan poin dari struk belanja  Tukarkan dengan <i>voucher</i> eksklusif  Cek event & promo menarik  Dapatkan kesempatan memenangkan <i>grand prize</i> liburan impian! Jadi, tunggu apa lagi? <i>Download</i> MySRLand di Google Play Store atau Apple Store sekarang dan rasakan pengalaman belanja yang lebih menyenangkan di Queen City Mall! #MySRLand <i>Video ini merupakan hasil kolaborasi dengan Prodi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro</i> — Queen City Mall @queencitymall	Belanja Asik, Hadiah Fantastik! 🛍️🎁 Sekarang belanja gak cuma bikin senang, tapi juga penuh kejutan! Belanja di mall-mall SRLand favorit kamu, setiap struk belanja bisa jadi peluang dapetin keuntungan besar! Tinggal upload struk kamu di aplikasi MySRLand, dapetin poin dan bisa kamu tukar jadi <i>voucher</i> dari <i>brand</i> favoritmu. Yang paling fantastik... poin kamu bisa bawa pulang <i>GRAND PRIZE</i> LIBURAN IMPIAN dan segudang hadiah menarik lainnya, yuk <i>download</i> MySRLand sekarang! 🎁🌴 📍 Available at: • Queen City Mall Semarang • Pacific Mall Tegal • Kediri Mall • Lawu Plaza Madiun Yuk, buruan belanja sekarang juga— biar gak cuma happy, tapi juga HOKI! <i>Video ini merupakan hasil kolaborasi dengan Prodi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro</i>

“Your Lifestyle Experiences” Jl. Pemuda. 35. Semarang City Central Java, Indonesia · Part of @srlandproperties @pacificmalltegal.official @kedirimallofficialaccount @plazalawumadiun — #QueenCityMall #yourlifestyleexperiences #shoppingexperiences #srratu #queency #semarang #srlandproperties #srland #malldisemarang #mallsemarang #mustvisitsemarang	— Queen City Mall @queencitymall “Your Lifestyle Experiences” Jl. Pemuda. 35. Semarang City Central Java, Indonesia · Part of @srlandproperties @pacificmalltegal.official @kedirimallofficialaccount @plazalawumadiun — #QueenCityMall #yourlifestyleexperiences #shoppingexperiences #srratu #queency #semarang #srlandproperties #srland #malldisemarang #mallsemarang #mustvisitsemarang
3. Rahasia Belanja Untung Pakai MySRLand	4. Queen City Mall Selalu Punya Event Seru Buat Kamu
Rahasia Belanja Untung Pakai MySRLand 🎁 Belanja kini gak cuma soal isi kantong belanja, tapi juga isi poin di aplikasi! Upload struk kamu lewat MySRLand, dan kumpulin poinnya buat ditukar jadi <i>voucher</i> dari <i>brand-brand</i> favoritmu! Dan yang paling seru—poin kamu bisa bawa kamu liburan GRATIS lewat undian <i>Grand prize</i> Liburan Impian! Yuk buruan <i>download</i> MySRLand dan siap-siap panen hadiahnya! 🎁🎉 Video ini merupakan hasil kolaborasi dengan Prodi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro — Queen City Mall @queencitymall “Your Lifestyle Experiences” Jl. Pemuda. 35. Semarang City Central Java, Indonesia · Part of @srlandproperties @pacificmalltegal.official	Cek jadwal event seru di aplikasi MySRLand sekarang juga! Karena Queen City Mall selalu punya event kece yang nggak boleh kamu lewatin! Weekend bingung mau ke mana? Ke Queen City Mall aja! Minggu ini warga Kota Semarang dan sekitarnya udah siap seru-seruan di Semarang Education Expo x Pets'Taria Pasti banyak banget aktivitas menarik buat kamu, keluarga, dan kesayangan kamu! Explore. Learn. Play. All in One Place! 📍 Atlas Atrium - Queen City Mall, Semarang 📅 24 – 27 April 2025 Ayo, buruan cek jadwal lengkapnya di aplikasi MySRLand dan jangan lupa datang ke Queen City Mall ya! Jangan lupa <i>download</i> aplikasi MySRLand sekarang juga!

@kedirimallofficialaccount @plazalawumadiun — #QueenCityMall #yourlifestyleexperiences #shoppingexperiences #srratu #queency #semarang #srlandproperties #srland #malldisemarang #mallsemarang #mustvisitsemarang	Video ini merupakan hasil kolaborasi dengan Prodi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro — Queen City Mall @queencitymall “Your Lifestyle Experiences” Jl. Pemuda. 35. Semarang City Central Java, Indonesia . Part of @srlandproperties @pacificmalltegal.official @kedirimallofficialaccount @plazalawumadiun — #QueenCityMall #yourlifestyleexperiences #shoppingexperiences #srratu #queency #semarang #srlandproperties #srland #malldisemarang #mallsemarang #mustvisitsemarang
5. Shopping Day with MySRLand	6. Update Berita Terbaru Langsung di MySRLand
Shopping Day with MySRLand! 🛍️ Mulai belanja kamu dengan mudah dan praktis bareng MySRLand. Cari promo, pilih tempat makan, cari produk favorit, sampai belanja fashion—semua bisa dari satu aplikasi 📱 Scroll, klik, dan nikmati pengalaman belanja yang lebih seru dan efisien. MySRLand bikin pengalaman belanjamu jadi lebih menyenangkan! Jangan lupa <i>download</i> aplikasi MySRLand sekarang juga! Video ini merupakan hasil kolaborasi dengan Prodi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro — Queen City Mall @queencitymall “Your Lifestyle Experiences” Jl. Pemuda. 35. Semarang City Central Java, Indonesia	Update Berita Terbaru Langsung di MySRLand! Capek ketinggalan event seru, promo, atau berita penting lainnya dari Queen City Mall? Tenang, sekarang queenciars nggak perlu khawatir lagi! Semua update paling fresh dari Queen City Mall kini tersedia dalam genggamamu! Bukan cuma buat ngumpulin poin! MySRLand juga kasih informasi super lengkap buat mall favorit kamu! Jadi, pastikan kamu selalu update biar nggak ketinggalan keseruannya! Yuk, buruan <i>download</i> MySRLand sekarang dan jadi yang pertama tahu semua yang lagi happening di Queen City Mall! Video ini merupakan hasil kolaborasi dengan Prodi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro —

. Part of @srlandproperties @pacificmalltegal.official @kedirimallofficialaccount @plazalawumadiun — #QueenCityMall #yourlifestyleexperiences #shoppingexperiences #srratu #queency #semarang #srlandproperties #srland #malldisemarang #mallsemarang #mustvisitsemarang	Queen City Mall @queencitymall “Your Lifestyle Experiences” Jl. Pemuda. 35. Semarang City Central Java, Indonesia . Part of @srlandproperties @pacificmalltegal.official @kedirimallofficialaccount @plazalawumadiun — #QueenCityMall #yourlifestyleexperiences #shoppingexperiences #srratu #queency #semarang #srlandproperties #srland #malldisemarang #mallsemarang #mustvisitsemarang
7. Temukan Penawaran Terbaik dari Tenant Favoritmu di MySRLand	8. Kenapa Sih Suka Banget ke Queen City Mall?
Temukan Penawaran Menarik dari Tenant Favoritmu di MySRLand! 😊 Belanja makin seru dengan kejutan promo dari <i>tenant-tenant</i> favoritmu! Mulai dari diskon fashion, cashback resto, sampai deal eksklusif cuma buat pengguna MySRLand. Makin simple sambil keliling mall bisa buka aplikasinya dan temukan semua penawaran terbaik langsung dari smartphone kamu! Yuk, buruan <i>download</i> MySRLand sekarang dan nikmati semua keuntungannya! 📱🎉 <i>Video</i> ini merupakan hasil kolaborasi dengan Prodi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro — Queen City Mall @queencitymall “Your Lifestyle Experiences” Jl. Pemuda. 35. Semarang City Central Java, Indonesia . Part of @srlandproperties	Kenapa Sih Suka Banget Ke Queen City Mall? 😊 Mau belanja, kulineran, nonton, atau seru-seruan bareng temen, semua bisa kamu lakuin di sini! 😊 Tapi bukan cuma itu loh, struk belanja kamu juga bisa dikumpulin poin lewat aplikasi MySRLand loh! Poinnya bisa ditukar jadi <i>voucher</i> belanja dan diskon menarik! 🎁🌟 Kalau kamu, kenapa suka ke Queen City Mall? Tulis di kolom komentar ya💬 😊👉 <i>Video</i> ini merupakan hasil kolaborasi dengan Prodi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro — Queen City Mall @queencitymall “Your Lifestyle Experiences” Jl. Pemuda. 35. Semarang City Central Java, Indonesia . Part of @srlandproperties

@pacificmalltegal.official @kedirimallofficialaccount @plazalawumadiun — #QueenCityMall #yourlifetstyleexperiences #shoppingexperiences #sriratu #queency #semarang #srlandproperties #srland #malldisemarang #mallsemarang #mustvisitsemarang	@pacificmalltegal.official @kedirimallofficialaccount @plazalawumadiun — #QueenCityMall #yourlifetstyleexperiences #shoppingexperiences #sriratu #queency #semarang #srlandproperties #srland #malldisemarang #mallsemarang #mustvisitsemarang
9. Surprise! Hadiah Spesial Buat Kamu yang Udah Download MySRLand	
 Surprise! Hadiah Spesial Buat Kamu yang Udah <i>Download</i> MySRLand!!  Lagi asyik jalan-jalan di mall, tiba-tiba diajak ngobrol dan dapet hadiah?!  Lihat gimana reaksi para pengunjung saat dikasih surprise spesial di Queen City Mall! Jangan lupa <i>download</i> MySRLand sekarang – siapa tahu kamu yang selanjutnya kita temui dan dapet hadiah!   Video ini merupakan hasil kolaborasi dengan Prodi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro — Queen City Mall @queencitymall “Your Lifestyle Experiences” Jl. Pemuda. 35. Semarang City Central Java, Indonesia . Part of @srlandproperties @pacificmalltegal.official @kedirimallofficialaccount @plazalawumadiun — #QueenCityMall #yourlifetstyleexperiences #shoppingexperiences #sriratu #queency #semarang #srlandproperties #srland #malldisemarang #mallsemarang #mustvisitsemarang	

4.5.2 Publikasi Tugas Akhir

Publikasi konten adalah bagian utama dalam penerapan rancangan yang telah dibuat pada bab sebelumnya. Konten akan dipublikasi melalui akun Instagram @queencitymall dengan menggunakan fitur kolaborasi sesuai dengan isi konten dengan akun @srlandproperties, @lawuplazamadiun, @pacificmalltegal.official, @kedirimallofficialaccount, dan akun *talent*

@estaandin untuk lebih banyak mendapatkan jangkauan. Video konten yang telah dipublikasi dapat diakses pada tautan dibawah.

Tabel 4. 11 Jadwal dan Tautan Publikasi Konten

No.	Konten	Tanggal Publikasi	Tautan Video
1.	Kejutan MySRLand Kembali Lagi	24 Maret 2025	https://www.instagram.com/queencitymall/reel/DHlAboBTZNh/
2.	Belanja Asik, Haidah Fantastik!	13 April 2025	https://www.instagram.com/srlandproperties/reel/DIX9dExM-G/
3.	Rahasia Belanja Untung Pakai MySRLand	21 April 2025	https://www.instagram.com/queencitymall/reel/DIshYN4T7P_/
4.	Queen City Mall Selalu Punya <i>Event</i> Seru Buat Kamu	25 April 2025	https://www.instagram.com/queencitymall/reel/DI3VTo9Tu0l/
5.	Shopping Day with MySRLand	2 Mei 2025	https://www.instagram.com/queencitymall/reel/DJJdDHUzgTk/
6.	Update Berita Terbaru Langsung di MySRLand	9 Mei 2025	https://www.instagram.com/p/DJZMmXNTEa/
7.	Temukan Penawaran Terbaik dari <i>Tenant</i> Favoritmu di MySRLand	15 Mei 2025	https://www.instagram.com/queencitymall/reel/DJqxWSqTNWi/

8.	Kenapa Sih Suka Banget Ke Queen City Mall	19 Mei 2025	https://www.instagram.com/queencitymall/reel/DJ_rYDrzeyx/
9.	<i>Surprise!</i> Hadiah Spesial Buat Kamu yang Udah <i>Download</i> MySRLand	23 Mei 2025	https://www.instagram.com/p/DJ0qB50zVQT/

4.6. Hasil Review Pihak Klien Queen City Mall

Proyek Tugas Akhir ini melibatkan Queen City Mall sebagai klien utama. Dalam pelaksanaannya, penulis selaku pelaksana proyek meminta tanggapan dari pihak klien terkait hasil konten yang telah diproduksi. Pihak yang bertanggung jawab atas publikasi konten di platform media sosial Queen City Mall adalah Robby Antony Diska, selaku *Social Media Specialist* dari SRLand Properties.

Robby Antony Diska menyatakan bahwa ia merasa sangat puas terhadap hasil konten yang diproduksi, khususnya dalam hal penyampaian informasi terkait pemahaman lebih lanjut mengenai Aplikasi MySRLand melalui akun Instagram *@queencitymall*. Beliau menilai bahwa pesan yang disampaikan dalam setiap *video* sangat relevan, mengingat selama ini belum terdapat konten yang membahas secara rinci fitur-fitur dalam Aplikasi MySRLand. Oleh karena itu, konten yang dihasilkan dinilai sangat bermanfaat bagi audiens Queen City Mall.

Pengambilan gambar dinilai menghasilkan visual yang memuaskan, profesional, dan sesuai dengan gaya *branding* Queen City Mall yang mengedepankan kesan elegan. Narasi yang disampaikan juga dinilai kuat dan didukung dengan proses penyuntingan yang kreatif serta selaras dengan citra korporat Queen City Mall, yakni *simple, lifestyle*, dan elegan. Selain itu, penulisan *caption* juga dinilai efektif dalam mendorong interaksi dengan audiens. Namun demikian, pihak klien juga memberikan masukan perbaikan, khususnya terkait

durasi konten. Mereka menyarankan agar durasi *video* tidak terlalu panjang agar pesan dapat tersampaikan dengan lebih efektif dan tetap mempertahankan perhatian audiens sepanjang *video* berlangsung.

Selanjutnya, Hermy Juniarti selaku *Head of Brand Management* SRLand Properties turut menyampaikan kepuasannya terhadap seluruh konten yang telah dibuat. Beliau menyebutkan bahwa variasi konten yang dihasilkan sangat beragam dan merupakan inovasi baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Oleh karena itu, dalam proses peninjauan, beliau menilai bahwa konten tersebut tidak memerlukan banyak revisi dan dapat langsung dilanjutkan ke tahap publikasi.

Tabel 4. 12 Perbandingan Jumlah Pengguna Aplikasi MySRLand Sebelum dan Setelah Unggah Konten

Sebelum Unggah Konten			Setelah Unggah Konten		
Periode	Pengguna Baru	Pengguna Aktif	Periode	Pengguna Baru	Pengguna Aktif
Februari	115	66	April	173	96
Maret	144	83	Mei	188	113
Total	259	149	Total	361	209

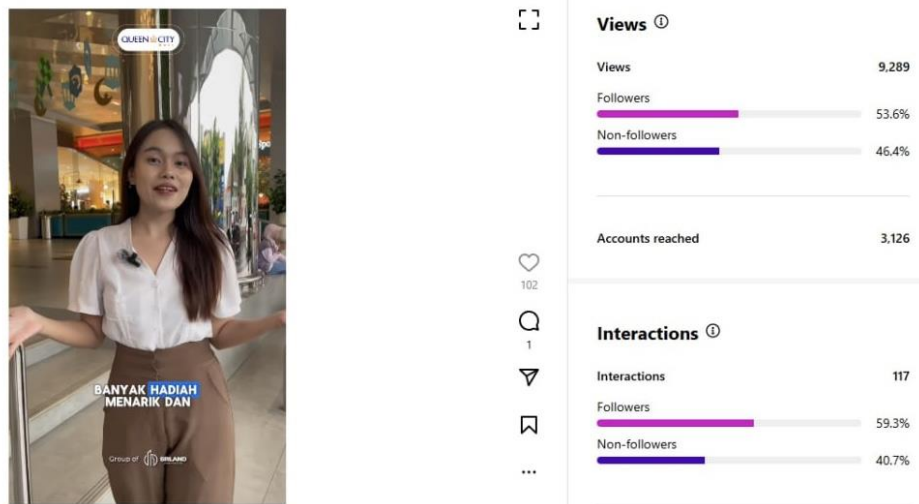
Berdasarkan data pada Tabel 4.12, terjadi peningkatan jumlah pengguna aplikasi MySRLand setelah dilakukan pengunggahan konten kolaboratif. Pada periode sebelum konten (Februari–Maret 2025), total pengguna baru tercatat sebanyak 259 pengguna dan pengguna aktif sebanyak 149 pengguna. Setelah konten diunggah (April–Mei 2025), jumlah pengguna baru meningkat menjadi 361 pengguna dan pengguna aktif menjadi 209 pengguna. Dalam konteks ini, pengguna merujuk pada individu yang telah mengunduh aplikasi MySRLand dan melakukan proses registrasi. Sementara itu, pengguna aktif adalah mereka yang tidak hanya telah terdaftar, tetapi juga telah menukarkan poin dalam program loyalitas yang tersedia di dalam aplikasi. Kenaikan jumlah pengguna tercatat sebanyak 102 pengguna baru (39,38%) dan 60 pengguna aktif (40,27%).

Peningkatan ini menunjukkan bahwa strategi kolaborasi konten yang dilakukan mampu menarik minat pengguna baru dan mendorong keterlibatan yang lebih tinggi dari pengguna aktif. Dukungan data ini juga sejalan dengan tanggapan dari Merrvke Angela, selaku penanggung jawab program loyalitas pelanggan MySRLand, yang menyatakan bahwa kolaborasi konten memberikan dampak signifikan, khususnya di kalangan pengunjung Queen City Mall. Ia menyebutkan bahwa periode April hingga Mei 2025 menunjukkan lonjakan jumlah pengguna yang mencolok dibandingkan bulan-bulan sebelumnya. Aplikasi MySRLand tercatat menambahkan 361 pengguna baru selama periode tersebut, mengindikasikan efektivitas strategi konten dalam meningkatkan performa aplikasi. Pada setengah periode kedua berjalan, jumlah pengunduh dan pengguna aktif hampir mencapai dua kali lipat dibandingkan periode sebelumnya. Berdasarkan data tersebut, pihak perusahaan optimistis apabila terus melakukan promosi secara konsisten, target penggunaan aplikasi akan tercapai hingga akhir periode pada penghujung tahun 2025.

4.7. Hasil Evaluasi Publikasi Konten

Evaluasi terhadap konten Reels Instagram yang telah diproduksi dan dipublikasikan merupakan tahap penting dalam menilai efektivitas strategi promosi digital yang dilakukan melalui akun @queencitymall. Dalam proyek tugas akhir ini, penulis telah memproduksi sembilan konten *video* Reels yang masing-masing memiliki tujuan spesifik untuk memperkenalkan fitur-fitur aplikasi MySRLand, meningkatkan kesadaran pengguna, serta mendorong pertumbuhan unduhan aplikasi di Queen City Mall. Selanjutnya untuk melihat performa konten yaitu 9 *video* sebagai berikut :

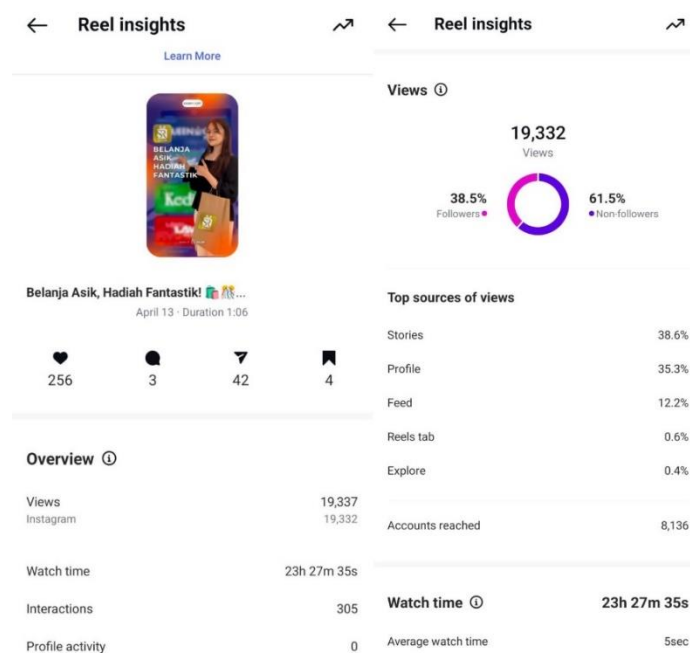
4.7.1. Kejutan MySRLand Kembali Lagi : Pengenalan Aplikasi MySRLand



Gambar 4. 24 Insight Video Konten 1

Video dipublikasikan pada 23 Maret 2024 dan review pada 27 Mei 2025. Hasil evaluasi publikasi konten video ini mendapat sebanyak 9.289 viewers, 102 likes, 1 komentar, 12 share, dan 2 saves.

4.7.2. Belanja Asik, Hadiah Fantastik : Keuntungan Aplikasi Terutama Hadiah Grand prize



Gambar 4. 25 Insight Video Konten 2

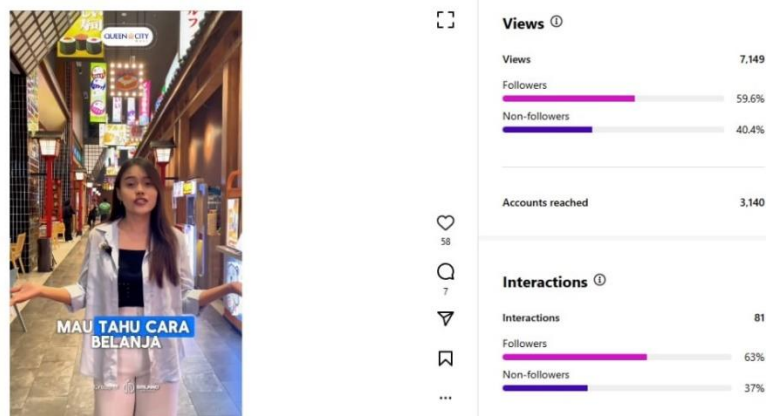
Video dipublikasikan pada 13 April 2024 dan review pada 27 Mei 2025. Pada video ini, pihak klien menggunakan fitur *collaboration post* dengan akun perusahaan yaitu @srlandproperties, serta akun mall cabang yaitu @kedirimallofficialaccount, @pacificmalltegal.official, da @lawuplazamadiun. Alasan menggunakan fitur *collaboration post* pada konten ini karena pada video menyebutkan bahwa aplikasi MySRLand tidak hanya bisa digunakan di Queen City Mall saja. Namun, dapat digunakan pada mall lain dibawah naungan @srlandproperties.



Gambar 4. 26 Komentar Audiens pada Konten 2

Hasil evaluasi publikasi konten video ini mendapat jangkauan paling tinggi yaitu sebanyak 19.337 viewers, 256 likes, 3 komentar, 42 share, dan 4 save. Audiens juga memberikan komentar positif secara tersirat bahwa video konten ini merupakan konten yang informatif, contoh komentarnya “Menarikkk nih”.

4.7.3. Rahasia Belanja Untung Pakai MySRLand : Fitur Tukar Struk Menjadi Poin



Gambar 4. 27 Insight Video Konten 3

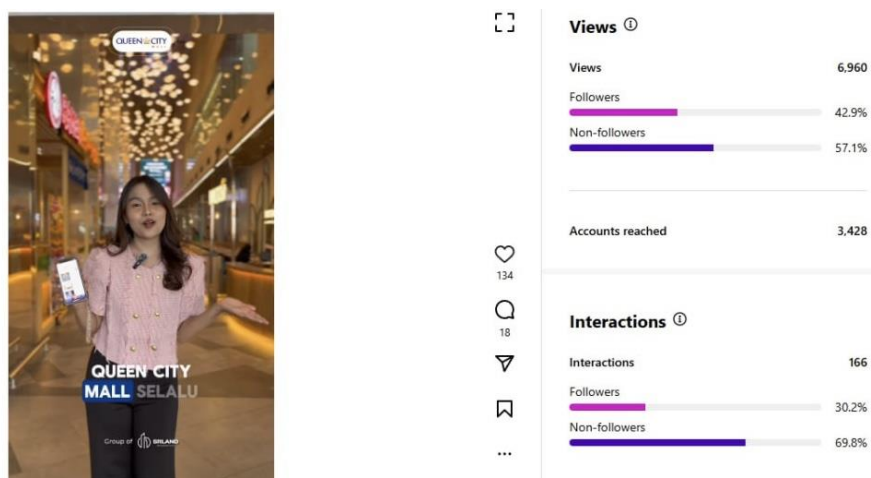
Video dipublikasikan pada 21 April 2024 dan review pada 27 Mei 2025. Pada video ini, pihak klien menggunakan fitur *collaboration post* dengan akun perusahaan yaitu @srlandproperties sebagai upaya untuk meningkatkan jangkauan konten. Hasil evaluasi publikasi konten video ini mendapat sebanyak 7.149 viewers, 58 likes, 7 komentar, 12 share, dan 4 save.



Gambar 4. 28 Komentar Audiens Video Konten 3

Audiens memberikan komentar positif secara tersirat bahwa audiens tertarik untuk belanja di Queen City Mall. Contoh komentarnya meliputi “Bener-bener untung belanja di srland apalagi kalo pake apknya”, “cuss belanja ke queencity”, dan “wajib Cobain nihh”.

4.7.4. Queen City Mall Selalu Punya Event Seru Buat Kamu : Fitur Cek Event Melalui Aplikasi.



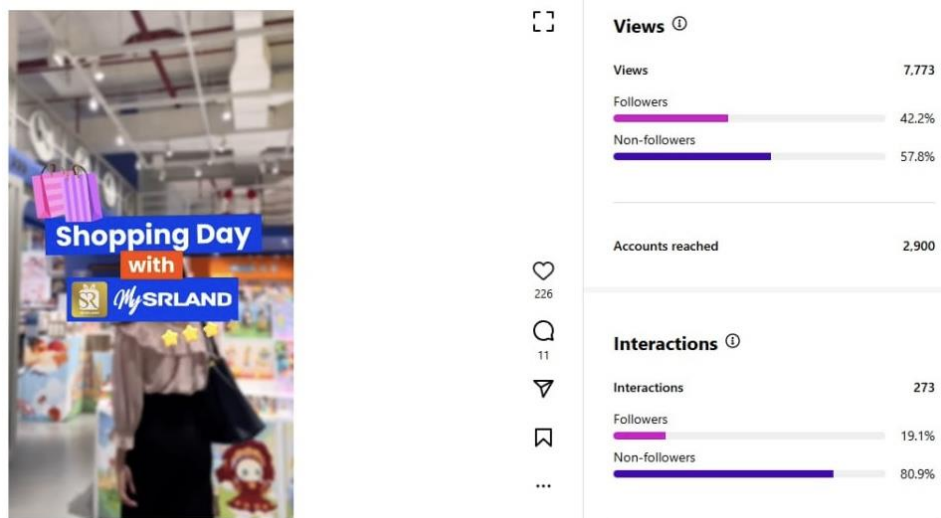
Gambar 4. 29 Insight Video Konten 4

Video dipublikasikan pada 25 April 2024 dan review pada 27 Mei 2025. Pihak klien menggunakan fitur *collaboration post* dengan akun perusahaan yaitu @srlandproperties, dan akun *talent* @estaandin sebagai upaya untuk meningkatkan jangkauan konten. Hasil evaluasi publikasi konten mendapat sebanyak 6.960 *viewers*, 134 *likes*, 18 komentar, 11 *share*, dan 3 *save*.



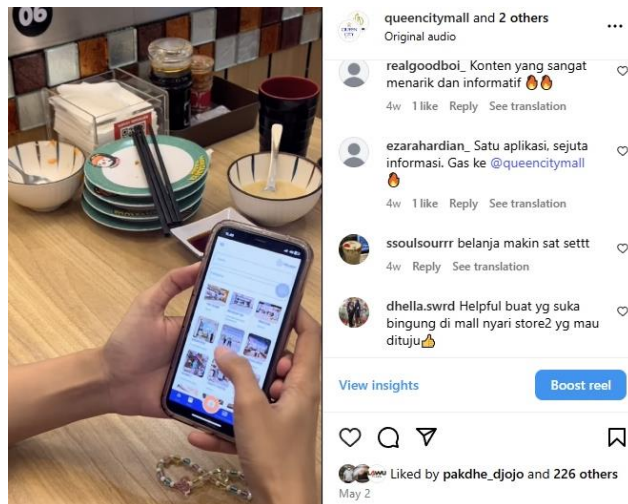
Audiens memberikan komentar positif secara tersirat bahwa konten informatif sehingga membuat audiens tertarik untuk datang pada event di Queen City Mall. Contoh komentarnya meliputi “Informatif banget! Jadi pengen ke queen city deh!!”, “wihh gass mumpung weekend ini lagi free”, dan “wah pasti seruu!! gas langsung ke queen city”.

4.7.5. *Shopping Day with MySRLand*: Panduan Belanja Menggunakan Fitur Cek Tenant.



Gambar 4. 31 Insight Video Konten 5

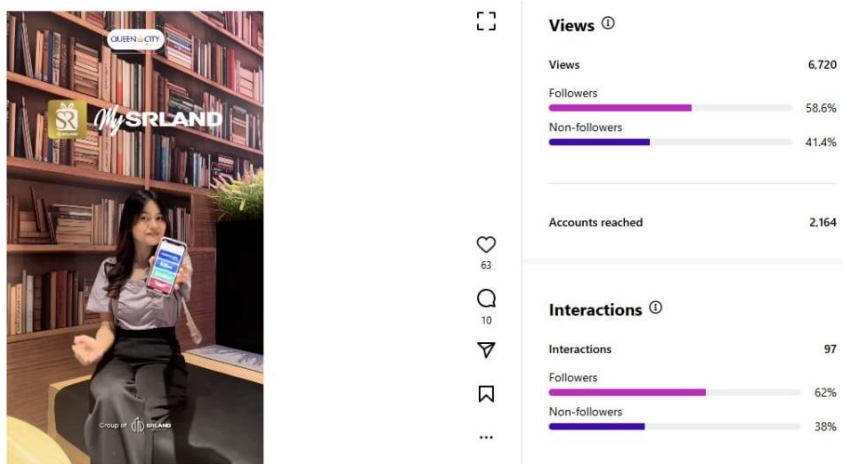
Video dipublikasikan pada 2 Mei 2024 dan review pada 27 Mei 2025. Pihak klien menggunakan fitur *collaboration post* dengan akun perusahaan yaitu @srlandproperties, dan akun *talent* @estaandin sebagai upaya untuk meningkatkan jangkauan konten. Hasil evaluasi publikasi konten mendapat sebanyak 7.773 *viewers*, 226 *likes*, 11 komentar, 29 *share*, dan 7 *save*.



Gambar 4. 32 Komentar Audiens pada Video Konten 5

Audiens memberikan komentar positif secara tersirat bahwa konten informatif sehingga membuat audiens tertarik untuk datang di Queen City Mall karena panduan belanja praktis. Contoh komentarnya meliputi “wihh mau belanja di queen city jadi praktiss bangett”, “Konten yang sangat menarik dan informatif”, dan “Satu aplikasi, sejuta informasi. Gas ke @queencitymall”.

4.7.6. Update Berita Terbaru Langsung di MySRLand: Fitur Cek Berita Melalui Aplikasi



Gambar 4. 33 Insight Video Konten 6

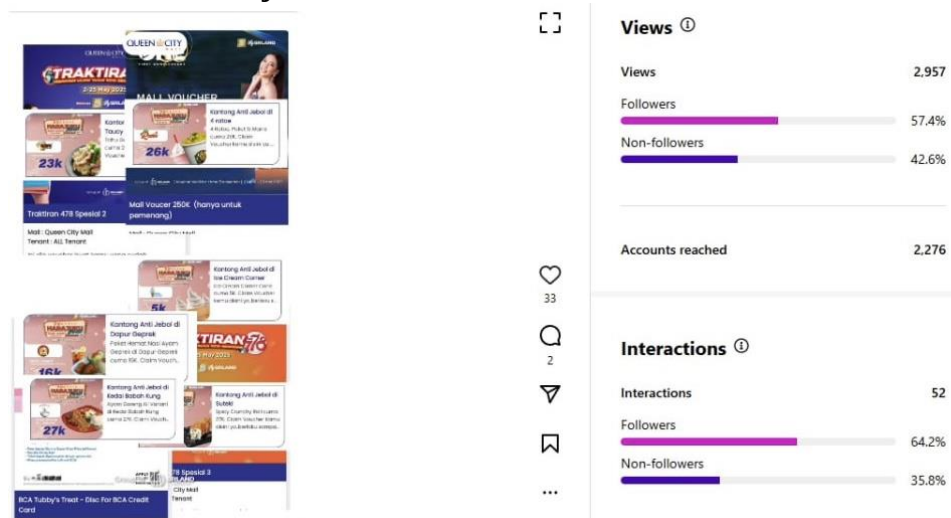
Video dipublikasikan pada 9 Mei 2024 dan review pada 27 Mei 2025. Pihak klien menggunakan fitur *collaboration post* dengan akun perusahaan yaitu @srlandproperties, dan akun *talent* @estaandin sebagai upaya untuk meningkatkan jangkauan konten. Hasil evaluasi publikasi konten mendapat sebanyak 6.720 viewers, 63 likes, 10 komentar, 20 *share*, dan 4 *save*.



Gambar 4. 34 Komentar Audiens pada Video Konten 6

Audiens memberikan komentar positif secara bahwa konten informatif. Contoh komentarnya meliputi “inovasinya keren2, salut buat qcm”, “informatif dan sangat bermanfaat”, “jadi ga bakal ketinggalan gebrakan2 terbarunya queen city nih”, “informatif dan sangat bermanfaat”, dan “wihhh keren bgt infonyaa, semakin inovatif nihhh”

4.7.7. Temukan Penawaran Terbaik dari *Tenant Favoritmu* di MySRLand : Fitur Tukar Poin Menjadi *Voucher*



Gambar 4. 35 Insight Video Konten 7

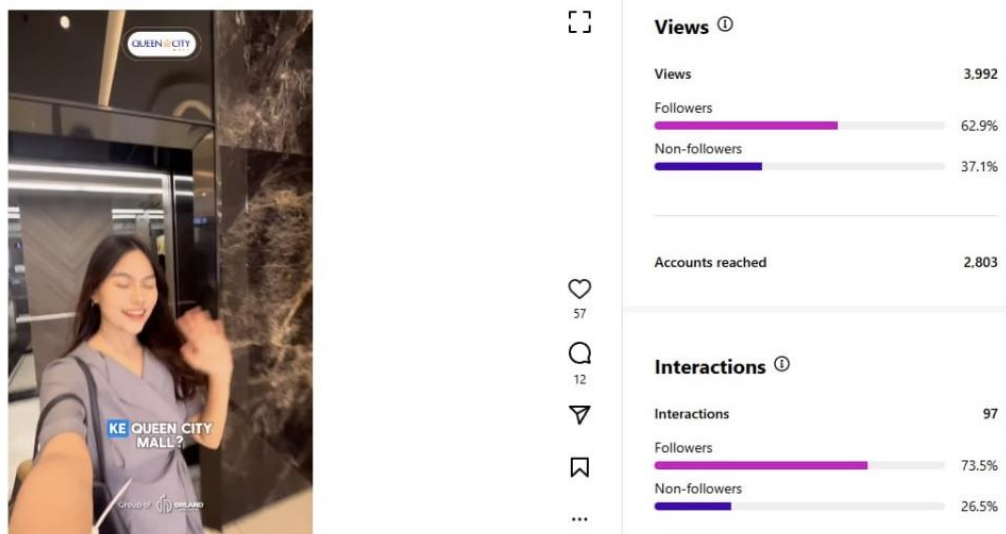
Video ini dipublikasikan pada 15 Mei 2024 dan review pada 27 Mei 2025. Pada video ini, pihak klien menggunakan fitur *collaboration post* dengan akun perusahaan yaitu @srlandproperties sebagai upaya untuk meningkatkan jangkauan konten. Hasil evaluasi publikasi konten video ini mendapat sebanyak 2.957 viewers, 33 likes, 2 komentar, 12 share, dan 5 save.



Gambar 4. 36 Komentar Audiens pada Video 7

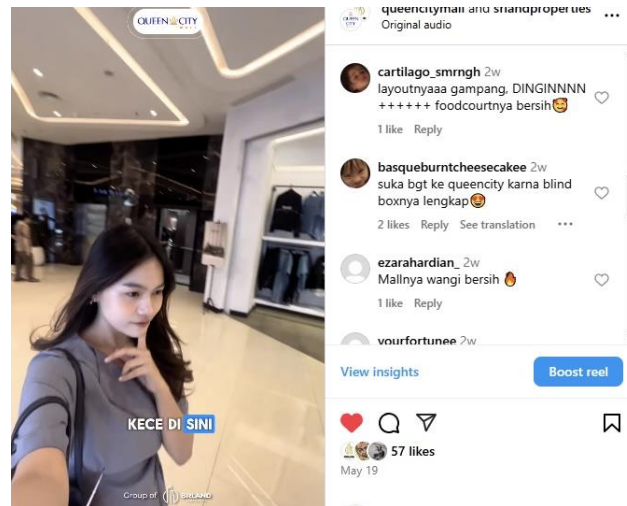
Audiens memberikan komentar positif secara bahwa konten informatif menyampaikan *voucher* yang sedang berlangsung di Queen City Mall. Contoh komentarnya meliputi “aaa nicee infoo” dan “siap hunting promo disini”.

4.7.8. Kenapa Sih Suka Banget Ke Queen City Mall : Kelebihan Belanja di Queen City Mall



Gambar 4. 37 Insight Video Konten 8

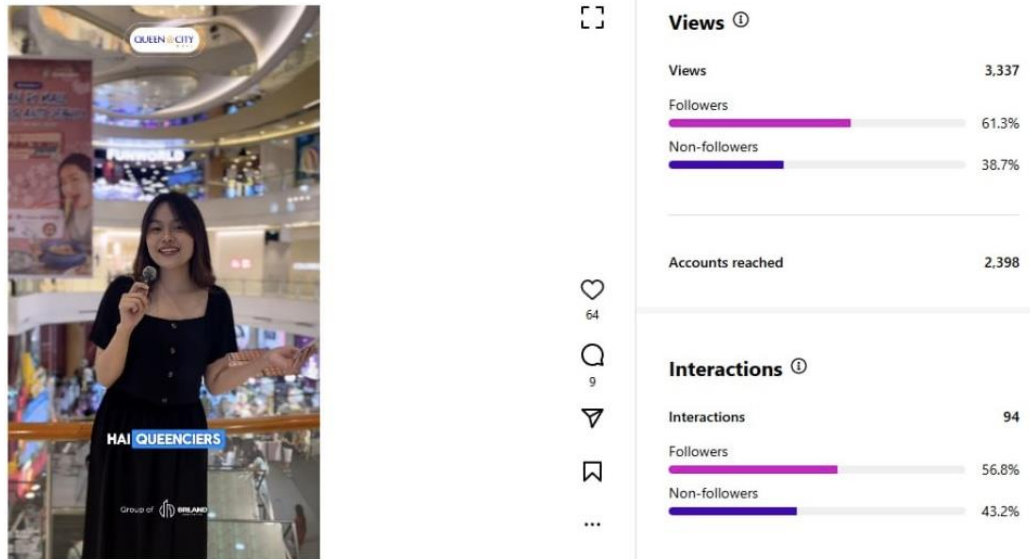
Video dipublikasikan pada 19 Mei 2024 dan review pada 27 Mei 2025. Pihak klien menggunakan fitur *collaboration post* dengan akun perusahaan yaitu @srlandproperties sebagai upaya untuk meningkatkan jangkauan konten. Hasil evaluasi publikasi konten mendapat sebanyak 3.992 *viewers*, 57 *likes*, 12 komentar, 24 *share*, dan 4 *save*.



Gambar 4. 38 Komentar Audiens pada Video Konten 9

Audiens memberikan komentar positif tentang alasan mereka suka berkunjung ke Queen City Mall. Konten ini berhasil meraih interaksi dengan audiens melalui contoh komentar seperti “layoutnyaaa gampang, DINGINNNN +++++ foodcourtnya bersih”, “Mallnya wangi bersih”, “*tenant* kulinernyaaa mantap bgt banyak pilihan”, “*tenant* kulinernya lengkapp banget, dan selalu bersihh gais”, “banyak banget pilihan *tenantnyaa*”, dan “tiap minggu eventnya macem”, jd bolak-balik mulu ke queen city mall”.

4.7.9. Surprise! Hadiah Spesial Buat Kamu yang Udah *Download* MySRLand : Konten Hiburan Bagi Pengunjung Queen City Mall



Gambar 4. 39 Insight Video Konten 9

Konten tersebut menggunakan fitur *collaboration post* dengan akun perusahaan yaitu @srlandproperties sebagai upaya untuk meningkatkan jangkauan konten. Hasil evaluasi publikasi konten mendapat sebanyak 3.337 *viewers*, 64 *likes*, 9 komentar, 17 *share*, dan 4 *save*.



Gambar 4. 40 Komentar Audiens pada Video Konten 9

Audiens juga memberikan komentar positif tentang ketertarikan dan antusias berkunjung ke Queen City Mall dan menggunakan Aplikasi MySRLand. Konten berhasil meraih interaksi dengan audiens melalui contoh komentar seperti

“mauu jugaa dong *vouchernyaa*”, “aku udaa *downloaddd* mau jg dongg”, dan “bagi bagi *voucher* lagi dongg minn”

Tabel 4. 13 Overview Hasil Publikasi Konten

No.	Konten	Viewers	Likes	Comment	Share	Save
1.	Kejutan MySRLand Kembali Lagi	9.289	102	1	12	2
2.	Belanja Asik, Haidah Fantastik!	19.337	256	3	42	4
3.	Rahasia Belanja Untung Pakai MySRLand	7.149	58	7	12	4
4.	Queen City Mall Selalu Punya <i>Event</i> Seru Buat Kamu	6.960	134	18	11	3
5.	<i>Shopping Day with</i> MySRLand	7.773	226	11	29	7
6.	Update Berita Terbaru Langsung di MySRLand	6.720	63	10	20	4
7.	Temukan Penawaran Terbaik dari <i>Tenant</i>	2.957	33	2	12	5

	Favoritmu di MySRLand					
8.	Kenapa Sih Suka Banget Ke Queen City Mall?	3.992	57	12	24	4
9.	Surprise! Hadiah Spesial Buat Kamu yang Udah <i>Download</i> MySRLand	3.337	64	9	17	4

Tabel tersebut merupakan hasil insight atau *engagement* yang didapatkan secara keseluruhan dari 9 *video reels* yang telah diunggah. Dari hasil analisis 9 *video reels* Instagram yang membahas berbagai topik mengenai pengenalan, fitur, kelebihan, dan hiburan, dapat dilihat bahwa setiap *video* telah berhasil menjangkau audiens dengan tingkat *engagement* yang bervariasi. *Video “Belanja Asik, Hadiah Fantastik”* mencapai *reach* tertinggi sebesar 19.337 viewers, meskipun hanya mendapat 3 komentar. Tingginya *reach* pada *video* ini tidak lepas dari penggunaan fitur *collaboration post* dengan akun @srlandproperties serta tiga akun Instagram mall cabang lain, yang memungkinkan *video* tersebut muncul di beberapa akun sekaligus. Strategi ini secara signifikan memperluas jangkauan audiens lintas pengikut dan meningkatkan performa *engagement*. Keseluruhan data menunjukkan bahwa variasi konten yang diproduksi merupakan konten yang informatif dan relevan, sehingga sangat efektif dalam menarik perhatian serta meningkatkan interaksi dari audiens. Hal ini menegaskan pentingnya strategi konten yang beragam serta pemanfaatan fitur-fitur Instagram untuk memaksimalkan *engagement* dan memperluas jangkauan program loyalitas pelanggan MySRLand.

4.7. Hambatan Tugas Akhir

4.7.1 Hambatan

1. Terdapat hambatan pada tahap produksi yaitu dalam ketidakpastian terkait jadwal *event* yang sedang berlangsung di Queen City Mall. Oleh karena itu penulis harus memastikan selama beberapa kali ke pihak manajemen.
2. Membutuhkan waktu yang cukup lama untuk melakukan *update* pada fitur dan isi aplikasi untuk memasukkan ke dalam konten.
3. Tidak dapat memasukkan *end tag* berupa kolaborasi dengan pihak kampus dalam visual pada *video*.

4.7.2 Solusi

1. Untuk mengatasi hambatan dalam ketidakpastian jadwal event, penulis melakukan komunikasi secara intensif dan berkelanjutan dengan pihak manajemen Queen City Mall. Penulis juga menyesuaikan jadwal produksi secara fleksibel, termasuk dengan melakukan survei lokasi beberapa kali guna memastikan kelancaran pengambilan gambar.
2. Dalam menghadapi keterlambatan *update* fitur dan isi aplikasi, penulis berkoordinasi lebih awal dengan tim pengembang MySRLand serta menyesuaikan isi konten dengan fitur yang telah stabil.
3. Terkait dengan keterbatasan dalam mencantumkan *end tag* visual kolaborasi dengan pihak kampus, solusi yang diambil adalah mencantumkan informasi kolaborasi tersebut secara eksplisit di bagian *caption* Instagram.