

BAB 4

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dipaparkan oleh peneliti, jawaban atas rumusan masalah dan tujuan penelitian ini dirangkum menjadi:

a. Proses produksi konten video memerlukan sebuah pemahaman dalam menyusun segala proses dari pra-produksi hingga pasca produksi. Berdasarkan hasil penelitian, Radhita mampu dalam melaksanakan proses produksi konten video di Instagram *reels*. Dimulai dengan proses pra- produksi yang membutuhkan ide, *drafting* serta alat-alat yang diperlukan untuk keperluan melaksanakan proses produksi. Dengan berjalannya proses pra-produksi, maka tujuan untuk memproduksi konten video yang akan dilakukan oleh Radhita akan dapat terlaksana hingga berlanjut pada tahap pasca-produksi konten video.

b. Pengembangan pesan informasi secara struktur pesan mengacu pada tingkat efektifitas pesan yang akan disusun dan dikembangkan pada keunggulan informasi tersebut serta format pesan mengacu pada point- point informasi yang akan disampaikan ke audiens. Pemilihan kata yang disesuaikan dengan konteks informasi yang akan disampaikan ke audiens. yang dilakukan oleh Radhita sangat diperlukan agar informasi yang akan disampaikan bisa tersampaikan dengan jelas serta tidak menimbulkan miskomunikasi dalam menyebarkan edukasi kecantikan.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, didapatkan bahwa diperlukan beberapa mengenai pelaksanaan produksi konten video yang telah dilakukan oleh Radhita bisa memberi pengaruh pada komunikasi di media sosial terlebih pada Instagram *reels*. Dengan adanya konten video yang telah diproduksi oleh Radhita bisa dijadikan sebuah program bagi audiens yang tertarik dengan dunia kecantikan serta melakukan produksi konten video. Harapannya adalah agar semakin banyak audiens yang belajar untuk mengemas informasi serta memproduksi konten video dengan memanfaatkan teknologi yang telah diciptakan.

4.3 Batasan Penelitian

Penelitian yang telah diteliti oleh peneliti, meneliti bahwa dalam penelitian ini merujuk hanya berfokus pada satu objek penelitian tanpa ada pembandingan sebagai penguat dalam penelitian ini. Selain itu, penelitian ini dapat terus dikembangkan sesuai dengan perubahan pada fitur Instagram *reels*, dengan harapan perkembangan fitur Instagram *reels* mampu menampilkan performa dalam mengembangkan fiturnya. Dengan begitu, penelitian ini lebih terfokus dan mendalam.

Selain itu, penelitian ini pada subjek penelitian mengacu hanya pada satu subjek tanpa ada subjek lainnya sebagai pendukung penelitian agar penelitian lebih terperinci. Subjek penelitian yang dipilih oleh peneliti berisikan satu

narasumber yang digunakan sebagai hasil wawancara untuk penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Affde. (2020). *Waktu Terbaik untuk Posting di Instagram pada 2021, Menurut 12 Juta Posting*. Affde Marketing. <https://www.affde.com/id/best-time-to-post-on-instagram.html>
- Aida, N. R. (2021, June 24). *Mengenal Apa Itu Instagram Reels, Fitur Baru yang Disebut-sebut Mirip TikTok Halaman all*. KOMPAS.com. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/06/24/073100065/mengenal-apa-itu-instagram-reels-fitur-baru-yang-disebut-sebut-mirip-tiktok>
- Annur, C. M. (2022). *Terpopuler, Facebook Punya 2,89 Miliar Pengguna Aktif di Seluruh Dunia | Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/11/terpopuler-facebook-punya-289-miliar-pengguna-aktif-di-seluruh-dunia>
- Bryson, D. C. (2017). *The Beauty of Understanding: Aesthetic Methods of Theory Evaluation* [The University of Tennessee Knoxville]. https://trace.tennessee.edu/utk_graddiss/4446
- Budiman, S. (2017). *Pengolahan dan analisis data dalam penelitian kualitatif*.
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Kencana.
- Cangara, H. (2004). *Pengantar ilmu komunikasi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Cangara, H. (2018). *Pengantar Ilmu komunikasi* (Edisi Ketiga). Rajawali Press.
- Elli, D. M. (2017). *The phenomenon and rise of Influencer Marketing and how it affects customer opinion and helps or damages brands* [International

Hellenic University].

<https://repository.ihu.edu.gr/xmlui/handle/11544/29197>

Fachruddin, A. (2017). *Dasar-dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter dan Teknik Editing*. Kencana.

Fadhillah, M. R., Mindara, G. P., & Novianti, F. (2017). Produksi Video Promosi Produk Mekari dan Video After Movie Jurnal Partner Awards and Dinner di PT Mid Solusi Nusantara: The Production of Mekari Product Promotion Video and After Movie of Jurnal Partner Awards and Dinner at PT Mid Solusi Nusantara. *Jurnal Sains Terapan*, 7(1), 70–84.

<https://doi.org/10.29244/jstsv.7.1.70-84>

Gdlab. (2021). *Kenapa Sebuah Postingan Bisa Muncul di Instagram Explore Kita? – GDILab*. <https://www.gdilab.com/read/5150/kenapa-sebuah-postingan-bisa-muncul-di-instagram-explore-kita/>

Herawati, E. (2011). Komunikasi dalam Era Teknologi Komunikasi Informasi. *Humaniora*, 2(1), 100–109. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i1.2955>

Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis: Riset komunikasi*. Kencana.

Luttrell, R. (2015). *Social media: How to engage, share, and connect*. Rowman & Littlefield.

Machfoedz, M. (2011). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cakra Ilmu.

<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/10050/komunikasi-pemasaran-modern.html>

Mahanani, M. P., Laraswati, D., Salsadilla, R., Nabilah, H., & Wibowo, H.

(2021). PELATIHAN KONSEP DIRI REMAJA PUTRI UNTUK

MEMBANGUN PEMAHAMAN TENTANG STANDAR

KECANTIKAN. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*,
3(3), 449. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i3.28134>

Redcomm. (2021). *Tingkatan Influencer yang Harus Anda Kenali Agar Tak Salah*

Pilih. Redcomm Indonesia. <https://redcomm.co.id/knowledges/5-tingkatan-influencer-yang-harus-anda-kenali-agar-tak-salah-pilih>

Rizaty, M. A. (2021). *Inilah Negara Pengguna Instagram Terbanyak, Indonesia*

Urutan Berapa? | Databoks.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>

Santana, S. (2007). *Menulis Ilmiah: Metode penelitian Kuantitatif*. Yayasan Obor Indonesia.

Saraccil. (2019, November 1). *Cara Cerdas Menangkis Hoax Kecantikan di Era Digital*. Female Daily.

<https://editorial.femaledaily.com/blog/2019/11/01/cara-cerdas-menangkis-hoax-kecantikan-di-era-digital>

Shaylendra, K. (2013). *Pengertian Wawancara dan Jenis Wawancara*.

https://www.academia.edu/10030585/Pengertian_Wawancara_dan_Jenis_Wawancara

Sumarsono, S. (2004). *Metode riset sumber daya manusia / HM. Sonny*

Sumarsono | OPAC Perpustakaan Nasional RI.

<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=686762>

Yulianita, N., & Leksono, N. (2011). *Corporate and marketing communication*

(Ed. 1., cet. 1). Universitas Mercu Buana.

Mills, Jennifer S dkk (2017). Beauty, Body Image, and the Media. Intech

Morissan (2005). Strategi Mengelola Radio dan Televisi. Tangerang: Randina

Prakasa.

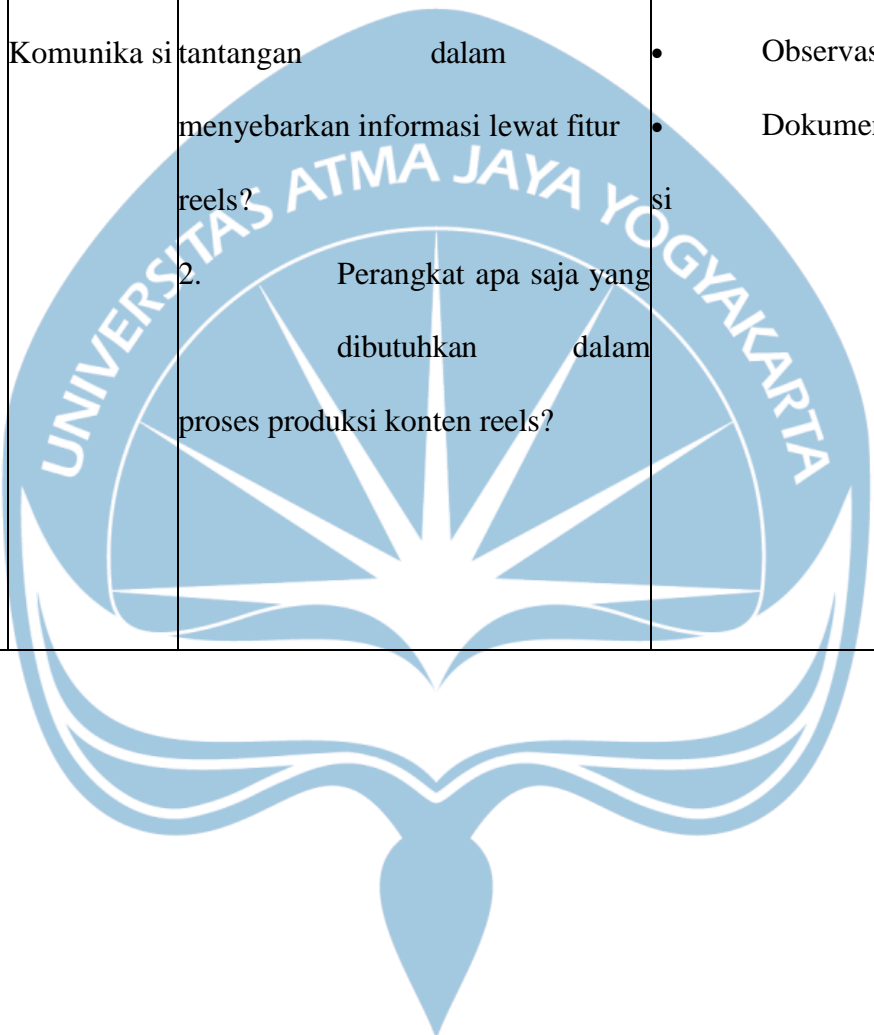


LAMPIRAN

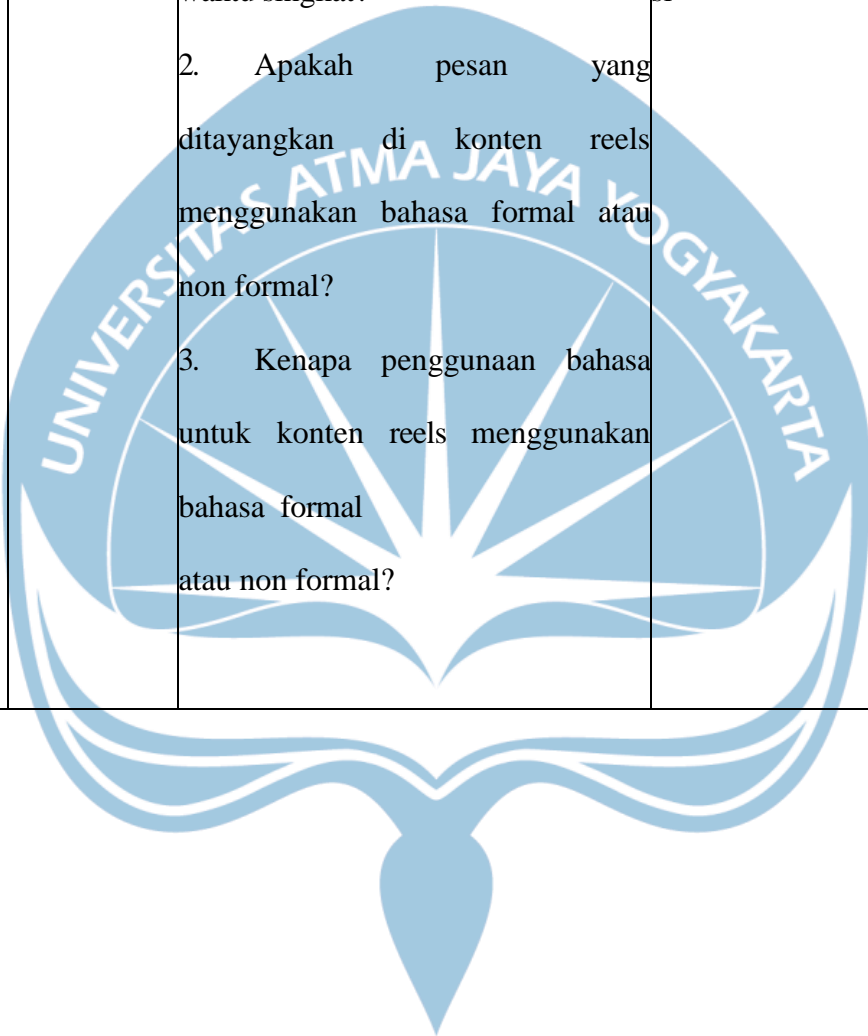
Interview Guide Skripsi

No	Konsep/ Teori	Aspek	Pertanyaan	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1.	Proses Produksi Konten	Ide dalam proses produksi	1. Bagaimana proses produksi yang dilakukan selama memproduksi konten dalam waktu singkat? 2. Bagaimana penentuan ide tema dalam pembentukan konten? 3. Berapa banyak konten yang diproduksi selama adanya fitur reels?	<ul style="list-style-type: none">• Wawancara• Observasi	Radhita Rara

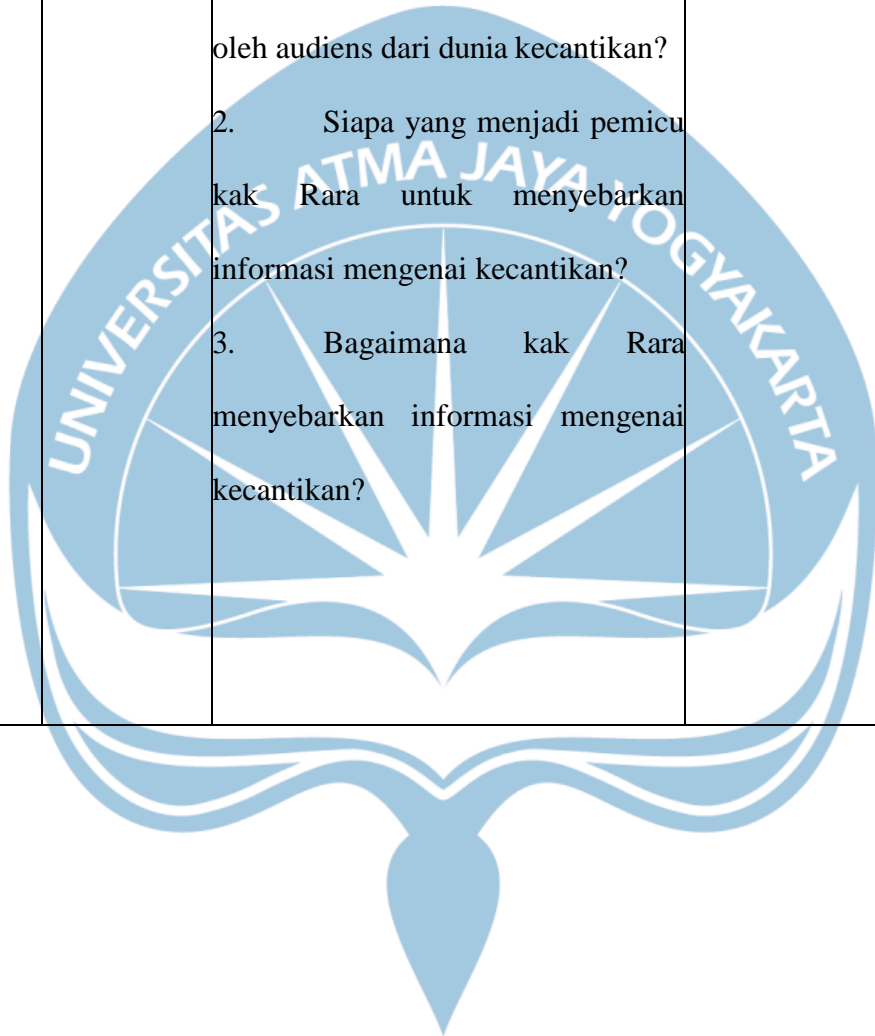
	Media Komunikasi	<p>1. Apa yang menjadi tantangan dalam menyebarkan informasi lewat fitur reels?</p> <p>2. Perangkat apa saja yang dibutuhkan dalam proses produksi konten reels?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Wawancara • Observasi • Dokumentasi 	Radhita Rara
--	------------------	--	---	--------------



		Pengemasan Pesan	1. Bagaimana cara mengemas kalimat yang sesuai agar pesan dapat tersampaikan dengan jelas dalam waktu singkat? 2. Apakah pesan yang ditayangkan di konten reels menggunakan bahasa formal atau non formal? 3. Kenapa penggunaan bahasa untuk konten reels menggunakan bahasa formal atau non formal?	<ul style="list-style-type: none"> • Wawancara • Observasi • Dokumentasi 	Radhita Rara
--	--	---------------------	--	---	--------------



		Kecantikan	<ol style="list-style-type: none">1. Apa yang perlu diketahui oleh audiens dari dunia kecantikan?2. Siapa yang menjadi pemicu kak Rara untuk menyebarkan informasi mengenai kecantikan?3. Bagaimana kak Rara menyebarkan informasi mengenai kecantikan?		
--	--	------------	---	--	--



Tabel Pernyataan Penuntun

Daftar Pertanyaan	
A. Gambaran Umum @lalalaskin_	<ol style="list-style-type: none">1. Kapan @lalalaskin_ dibentuk?2. Siapa yang mengelola akun @lalalaskin_?3. Apa karakteristik yang hendak dibangun di akun @lalalaskin_?
B. Produksi @lalalaskin_	<p>Konten</p> <ol style="list-style-type: none">1. Berapa banyak jumlah konten yang diproduksi di akun @lalalaskin_?2. Bagaimana mengemas konten pada reels agar bisa menarik perhatian audiens?3. Kenapa memilih konten kecantikan untuk diproduksi?4. Dimana produksi konten dibuat?5. Apakah dalam produksi konten menggunakan bumper yang diproduksi sendiri atau menggunakan backsound lagu lain?

Pedoman Wawancara

Daftar Pertanyaan Wawancara

Narasumber: Radhita Rara

Pertanyaan Umum

1. Siapa lalalaskin_?
2. Sejak kapan lalalaskin_ dibentuk?
3. Apa tujuan dibentuknya lalalaskin_?
4. Siapa yang mengelola akun lalalaskin_?

Pertanyaan Pendalaman Proses Produksi Konten

1. Apa yang perlu dipersiapkan dalam memproses sebuah konten di reels?
2. Bagaimana cara mengemas dan peletakan perangkat dalam memproses konten?
3. Kapan deadline atau rutinitas dalam memproduksi dalam?
4. Siapa yang memproses konten untuk lalalaskin_?
5. Dimana dilaksanakannya proses produksi konten?
6. Kenapa memilih ide konten kecantikan?

7. Dari backsound yang dipakai, produksi sendiri atau menggunakan backsound dari lagu yang viral?

Pertanyaan Pendalaman Pengemasan Pesan

1. Pesan dan informasi seperti apa yang harus dan disampaikan dalam pengemasan pesan pada konten reels?
2. Bagaimana step dalam proses mengemas pesan untuk konten reels?
3. Kenapa pesan tersebut penting untuk dikemas terlebih dahulu?
4. Siapa yang mengemas pesan-pesan dari isi konten tersebut?
5. Dimana pengemasan pesan tersebut di produksi?

Pertanyaan Pendalaman Komunikasi Media Massa

1. Mengapa menggunakan media Instagram reels?
2. Apa yang dilihat dari pemanfaatan Instagram reels?
3. Bagaimana dampak yang diberikan dari memanfaatkan fitur Instagram reels?
4. Siapa yang menjadikan kak Rara ingin membagikan informasi mengenai kecantikan?
5. Dimana melihat benefit yang diberikan dari menggunakan fitur Instagram reels?
6. Kapan waktu yang tepat agar informasi yang disebarkan menggunakan

Instagram reels bisa tersebar luas di explore?

Pertanyaan Pendalaman Kecantikan

1. Apa yang perlu dibagikan dari kecantikan?
2. Kenapa penting untuk dibagikan di kecantikan?
3. Siapa yang menarik kak Rara untuk menyebarkan info tentang kecantikan?
4. Sejak kapan kak Rara merasa bahwa kecantikan ini penting dalam edukasi?



TRANSKRIP WAWANCARA

Nama : Radhita Rara
Umur : 29
Tanggal : 28 Januari 2022
Posisi : Pemilik Akun @lalalaskin_

Peneliti (P)
Narasumber (N)

TRANSKRIP WAWANCARA	
P	Boleh perkenalkan terlebih dahulu namanya dan pekerjaan serta posisi pekerjaannya?
N	Oke, namaku Radhita Rara dipanggil Rara. Sekarang bekerja di Sociolla bagian Social Media Executive dan sebagai ibu rumah tangga.
P	Siapa yang pegang dan yang atur postingan di lalalaskin?
N	Jadi yang pegang itu aku sendiri dan aku sendiri yang posting di lalalaskin. Mulai dari bikin konten, bikin caption sampe posting aku sendiri
P	Inspirasi nama lalalaskin nih dari mana?
N	Dapetnya dari nama sendiri kan namaku Rara terus ada juga nama akun kayak lalalalisa, terus ada film lalaland jadi yauda kasi aja nama lalalaskin gitu
P	Dibentuknya lalalaskin tuh ada tujuannya gak?

	<p>banyak explore banyak skincare selain nulis. Terus ya udah sekalian bikin akun Instagram yang bisa nyeritain gimana perkembangan kulitku, terus produk apa yang aku pake nah siapa tau dengan review-review yang aku bikin bisa bantu yang</p> <p>liat postingan aku yang kondisi kulitnya sama kayak aku.</p>
P	<p>Nah, untuk proses bikin kontennya tuh gimana?</p>
N	<p>Kalo prosesnya sendiri kan kayak aku sering kan diminta sama brand untuk bikin konten. Kalo yang diminta oleh brand, mereka punya gambaran gitu mau dibikin gimana. Tapi kalo misal dari yang aku review sendiri tuh aku searching sendiri. Misal nih kan aku bikin di reels Instagram, aku explore dulu nih di Instagram kira-kira mau bikin apa ya. Maksudnya kan banyak kayak misal bikin skincare rutin, night skincare rutin atau day skincare rutin. Nah ya udah berarti aku harus kasih liat tahapannya kayak apa pertama dari cleanser, toner dan segala macam. Kalo udah ada gambarannya, aku take videonya aku ngedit sendiri, ngeditnya juga lewat hp</p> <p>doang semua itu</p>
P	<p>Ohh semua dari hp semua itu?</p>
N	<p>Iya, mulai dari take, ngedit semua</p>
P	<p>Tapi ada gak alat khususnya untuk produksi semua itu?</p>
N	<p>Alat khususnya paling tripod, terus kalo dari background aku pake background dinding aja. Nah dan yang paling penting tuh lighting, aku kadang kalo nunggu cahaya matahari kan lama ya, kadang ada kadang mendung. Tapi kalo untuk foto ada printil properti sendiri untuk memermanis juga estetika dari fotonya itu</p> <p>sama angle fotonya juga. Take video, foto terus udah persiapin captionnya</p>

P Kalo untuk caption sendiri ada cara atau tekniknya sendiri gak?

N Kalo untuk caption aku selalu pengen bikin review yang singkat, padat tapi orang ngerti gitu. Jadi aku bikin per-point secara tekstur seperti apa, secara packing seperti apa, aromanya seperti apa, kandungannya apa aja nah terakhir baru reviewku. Jadi bagi per-point itu kalo ditampilkan caption itu, orang jadi lebih jelas aja gitu kayak misalnya dia mau “ini orang aromanya kayak gimana ya?” jadi orang kan tinggal liat doang captionnya dibagian oramanya. Kan ada juga yang nge-review langsung per-paragraf gitu kan, jadi kita harus ngebaca dari awal. Terus uda upload dan aku uda ada jam-jamnya sendiri untuk upload yang menurutkan rame di Instagram.

P Nah kalo untuk jamnya sendiri tuh jam berapa aja? Dan di hari apa aja?

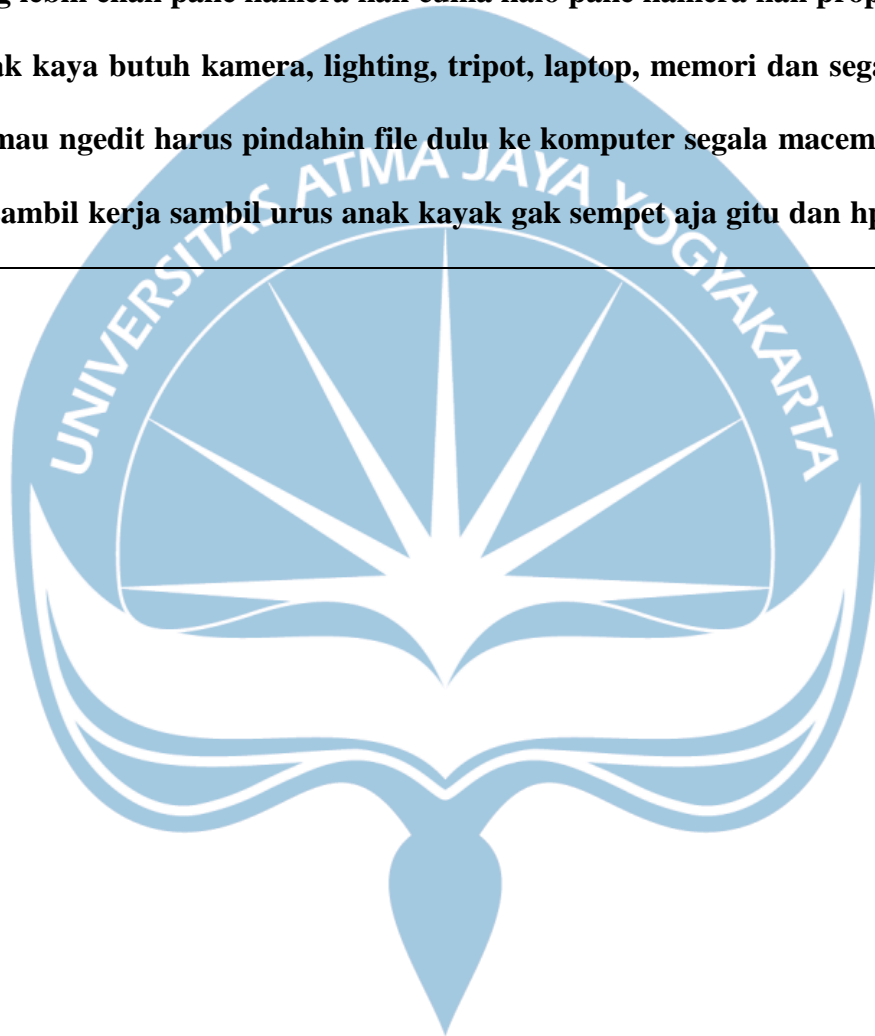
N Kalo di akunku sendiri tuh paling rame jam 6 atau setelah Maghrib, kalo siang tuh jam 12 atau jam-jam orang makan siang. Dari dua jam itu sih yang rame di akunku, tapi emang paling rame tuh jam setelah Maghrib sekitar jam 6 setengah 7 gitu.
Dan kalo diliat dari insight-nya, ada hari-hari tertentu yang rame. Jadi kalau upload tuh ada hastag-nya gitu di hari tertentu kan. Nah kalo misal aku mau upload tekstur dari produk, pake hastag teksturtuesday nah itu posting di hari Selasa aku upload. Tapi kalo secara keseluruhan di Instagramku biasa di weekend sama disekitar hari Kamis.

P Kalo untuk produksinya dilaksanain dimana? Ada studio sendiri gak?

N	Dirumah sendiri sih dan ya gampang aja gitu. Ditambah aku biasa kalo skincare dikamar, yauda aku ada spot tersendiri terus aku taruk aja lighting
P	Kadang pake pencahayaan mahatari gitu kan?

N	Iyaa bener, karena emang pencahayaan matahari sih apalagi sore gitu kan atau pagi jam 7 yang belum terik-teriknya posisi cahayanya gitu
P	Nah, pernah aku liat juga nih salah satu postingan di lalalaskin bikin di air air gitu. Itu gimana prosesnya?
N	Ahh kalo yang itu, pake wadah yang bening gitu terus aku taruk produknya, terus paling gampang airnya dari air keran gitu kan langsung jatuh gitu kan. Misal juga kalo di foto juga keliatan kayak ada buble buble tekstur airnya gitu atau kalo gak pake kran aku pake sumpit terus bikin airnya goyang gitu loh jadi airnya kayak gerak gitu. Terus sekarang juga banyak kan yang jual tray akrilik gitu kan dan itu paling bagus emang
P	Itu hasilnya juga lebih aestetik gitu kan?
N	Heem bener, lebih keliatan juga produknya
P	Nah, kan kak Rara produksinya pake hp aja. Kalo boleh tau spesifik hpnya tuh apa?
N	Iphone 11
P	Kenapa pilih Iphone 11?

N Menurutku sih untuk kamera Iphone memang lebih bagus secara foto atau video, kalo video tuh lebih smooth gitu kan. Jadi untuk harga segitu dengan hasil kamera yang bagus rasanya juga worth it. Dan mikirnya kan juga buat kerjaan juga kan meskipun memang lebih enak pake kamera kan cuma kalo pake kamera kan properti lainnya kan banyak kaya butuh kamera, lighting, tripod, laptop, memori dan segala macam. Jadi kalo mau ngedit harus pindahkan file dulu ke komputer segala macam. Jadi sambil kerja sambil urus anak kayak gak sempet aja gitu dan hp lebih praktis



	gitu habis foto video langsung aja diedit, jadi aku lebih memilih invest di hp gitu
P	Untuk isi dari pesan yang ada di postingan video reels sendiri tuh untuk caption, informasi yang harus disampaikan ke audiens tuh kayak gimana sih?
N	Kayak misal aku review satu produk khusus untuk reels aku lebih nunjukin lebih ke teksturnya, karena itu kelihatannya menyenangkan gitu kalo dilihat, kalo cuma foto tekstur yang cuma gitu aja nah kalo untuk video tuh lebih enak aja gitu. Kaya misalnya serum bisa sambil dituang-tuangin ke botolnya gitu jadi lebih kelihatan atau diusap ke tangan, jadi mereka juga bisa lihat produk itu nyerap ke kulit.
P	Kalo untuk caption sendiri gitu atau untuk teks yang ada di videonya tuh gimana?
N	Nah iya kayak lebih ku bikin lebih padat, misal bahas produk gitu jadi aku bilang manfaatnya ini ini ini dengan kandungan ini terus secara tekstur misal teksturnya gel yang gampang menyerap terus untuk aroma yauda aku tulis aja aromanya gak terlalu tercium terus abis gitu aku tulis reviewnya seperti apa. Nah kalo produk ini paling gak terlihat hasilnya 2 minggu kan, jadi aku kasi reviewnya itu sekitar 2 minggu itu apa aja yang terlihat dari pemakaian produk itu dikulit aku gitu. Jadi aku bikinnya per point-point gitu supaya lebih jelas dan orang-orang lebih enak bacanya
P	Kalo untuk nulis gitu, kak Rara ada bikin notesnya lebih dulu atau gak?
N	Kalo aku drafting dulu sih untuk caption itu, soalnya kadang kalo pas pake produknya kok ahh rasanya cekit-cekit ya ohh yauda aku tulis di notes aja dulu produk ini terasa cekit-cekit diawal pemakaian setelahnya uda enggak lagi. Jadi kalo aku merasa ada perubahan nih, misal noda hitamnya kok makin mudar pake produk ini yauda aku langsung tulis sesuai kayak yang aku rasain dari produk itu,

jadi ketika mau upload aku uda ada point-point yang mau aku sampein ke followers kan, jadi memang harus ada drafting-nya dulu.



P	Jadi wajib banget gitu ya nulis draft sebelumnya?
N	Heem, jadi ketika aku mau upload tinggal mengembangkan aja dari situ secara keseluruhan perubahan di kulit gimana. Semisal dalam produk tersebut dirasa cekit-cekit, nah penyebab cekit-cekitnya tuh dari mana? Biasanya bisa dari kandungan skincarenya tersebut, bisa dari reaksi skincare yang mulai bekerja ke kulit, bisa juga karena kandungan yang dipakai tuh gak cocok untuk kulit kita. Di caption nanti ditulis dari hasil drafting itu dikembangin dan dikasi penjelasan bahwa kandungan A ini bisa bereaksi apa aja di kulit yang jenis kulitnya apa.
P	Kak Rara sendiri kenapa milih fitur Instagram reels?
N	Kalo dari yang aku lihat semenjak adanya reels, dia menjangkau lebih banyak orang. Jadi untuk Instagram, reachnya lebih menjangkau lebih luas jadi gak cuma followers doang yang ngeliat. Meskipun di fitur feeds, story emang feeds lebih menjangkau lebih luas lagi. Jadi aku dalam seminggu ada upload 1 atau 2 reels yang aku upload dan itu juga bisa menaikkan engagement dari Instagram aku juga dengan meng-upload reels itu
P	Uda dari kapan kak Rara pake Instagram reels?
N	Uda dari 2021 tuh kan ya reels muncul, kalo dilihat dari postingan aku tuh di Juni 2021 aku pakenya.
P	Nah, aku mau tanya nih kenapa kok memilinya kecantikan? Apa karena kerja di Sociolla?
N	Sebagian emang karena kerjaan sih, karena sebelumnya juga aku uda skincare'an

	<p>gitu kan nah pas aku masuk Sociolla aku harus mengexplore banyak soal skincare gak cuma produknya aja tapi kandungannya juga terus manfaatnya juga untuk apa, jenis kulit ada apa aja, kulit jenis ini harusnya memakai produk apa aja terus dengan kandungan tersebut manfaatnya apa dan cocok untuk jenis kulit apa dan pada akhirnya di kerjaan itu mencoba banyak untuk di review dan akhirnya dari produk terus ku review jadi explore banyak skincare lain termasuk produk-produk lokal. Nah pas aku pake Instagram itu untuk review ternyata brand lokal tuh banyak banget yang keluari produk-produk wah keren juga nih dan jadi makin semangat untuk explore produk-produk baru</p>
P	Uda dari kapan kak Rara uda mulai tertarik sama dunia kecantikan itu sendiri?
N	<p>Hmmm, aku uda tertarik uda dari pas kuliah bareng sama temenku namanya Loni dan dia juga salah satu yang ngedukung aku untuk buat bikin akun Instagram karena dia duluan yang bikin dan tau aku kerja di Sociolla dia bilang “Kenapa gak bikin aja akun Instagram buat review gitu?” Terus aku liat juga punya dia eh menarik juga meskipun awalnya mikir cuma foto-foto terus bikin caption aja kan dan akhirnya aku bikin.</p>
P	<p>Selain itu, ada gak pemicu lain yang awalnya kak Rara bikin konten kecantikan ini?</p>

N Hmm awalnya ya cuma karena itu aja sih. Ohh ada pemicu lainnya, jadi dulunya aku pernah kena fungal acne kan dan ternyata fungal acne ini berhasil sembuh, disaat itu aku memakai beberapa produk terus aku mikir wah bagus nih kayaknya diangkat di Instagram dan bertepatan juga fungal acne lagi banyak dibahas waktu itu. Jadi diawal bikin akun lalalaskin_ aku ngebahasnya itu, aku pake produk apa



	<p>aja selama kena fungal acne dan ternyata banyak yang tertarik juga dengan informasi mengenai fungal acne itu.</p>
P	<p>Kak Rara uda dari kapan kena fungal acne?</p>
N	<p>Hmmm, sekitar 2020 kalo gak salah</p>
P	<p>Jadi itu yang menjadi pemicu banget kak Rara ngangkat tentang kecantikan gitu ya?</p>
N	<p>Heem dan disaat itu juga orang-orang merasa ahh cuma pake ini itu ini itu padahal enggak, harus tau ke dermatolog juga harus ke spesialisnya tapi harus disambi dengan produk yang bisa nyembuhin jadi yauda, aku kasi info ke mereka kalo kalian tuh juga ke dokter kulit dan dibarengin dengan skincare yang cocok untuk jerawat model kayak gitu.</p>
P	<p>Kak Rara sendiri pernah gak ngerasa pas share soal kecantikan itu terkhusus di Instagram <i>reels</i> itu kan ada keterbatasan durasi terus informasinya ditangkep berbeda sama audiens?</p>
N	<p>Hmmm sejauh ini belum ada sih</p>
P	<p>Jadi sebisa mungkin untuk mengemas informasi yang kak Rara bikin sesuai dengan kaidahnya?</p>

N	<p>Heem bener, terus kan reels itu kuncinya 3 detik pertama sudah harus bisa menarik perhatian si audiens. Jadi diawal video tuh bikin aku pake yang ini biar nantinya orang muter reelsnya itu, jadi dari awal uda harus memperlihatkan apa yang mau disampaikan ke audiens gitu.</p>
P	<p>Nah, kalo boleh tau kan kak Rara uda cobain segala macam produk. Uda pernah gak kerjasama bareng brand gitu kayak paid promote atau PR package gitu?</p>

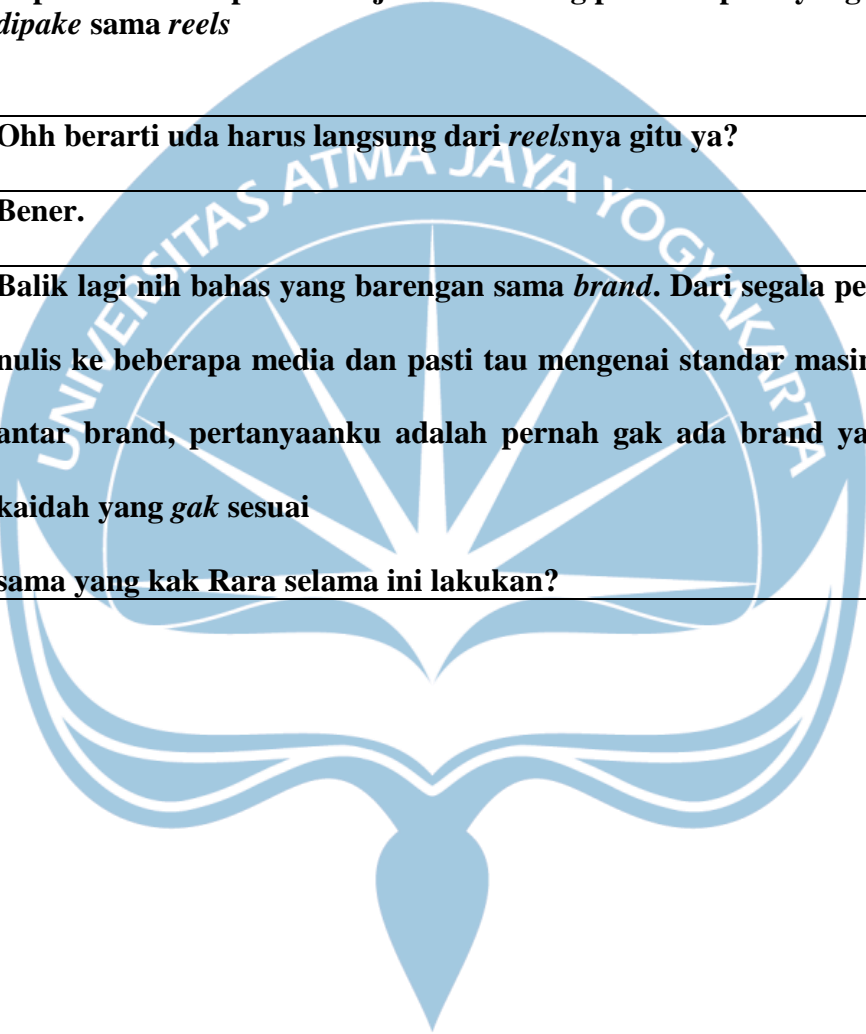


N	Hmmm ada, kalo untuk sekarang kebanyakan yang <i>paid</i> ya terus kalo ada yang kirimin PR ya okee, ada juga yang aku beli karena aku cocok terus aku review tuh ada. Tapi emang sekarang kebanyakan yang <i>paid</i> yang aku upload untuk saat ini.
P	Dan gitu pasti ada range harga kan tuh ya, kalo boleh tau <i>range</i> harga <i>paid promote</i> -nya kak Rara sekarang berapa?
N	Kalo untuk <i>followers</i> yang sekarang aku kasi <i>range</i> harga 300.000-500.000 lah
P	Nah, aku mau tanya balik lagi nih soal produksi. Kak Rara ada template <i>backsound</i> tersendiri atau gak untuk konten reels itu? Atau malah ada bikin sendiri <i>backsound</i> -nya?
N	Ohh ya untuk <i>backsound</i> aku ambilnya dari <i>top music</i> yang ada di <i>reels</i> , soalnya kalo pake <i>top music</i> itu kan <i>reach</i> nya lebih besar. Kayak misal sekarang lagi banyak dipake kayak dari Korea tuh dari Treasure, aku lebih memilih pake lagu gitu. Kalo <i>collabs</i> pun gak dipermasalahkan dengan <i>brand</i> , jadi ya bebas mereka tuh cuma terima jadi aja terus minta <i>draft</i> -nya. Jadi ya emang aku lebih pake <i>top-music</i> di <i>reels</i> karena emang lebih <i>reach</i> lebih luas
P	Kalo pake lagu-lagu mereka itu, ada nyinggung nih sama undang-undang tentang hak cipta atau katakan lah <i>credit</i> lagu pernah <i>gak</i> kena <i>banned</i> ?

N Belum sih, karena kan yang di reels itu kan memang langsung dari Instagram jadi pengguna langsung *pake* aja dan secara dari Instagram uda langsung muncul pemilik lagunya jadi otomatis kan langsung di *reels*.

Tapi dulu itu pernah sempat dipermasalahkan karena dulu kan belum ada reels dan kita yang masukin sendiri kan? Nah memang dulu memang lebih susah untuk *pake* lagu-lagu dari luar karena memang ada pemberitahuan kalo ini lagunya orang.





	Tapi karena aku pake <i>reels</i> jadi uda emang pake template yang uda dipake sama <i>reels</i>
P	Ohh berarti uda harus langsung dari <i>reels</i> nya gitu ya?
N	Bener.
P	Balik lagi nih bahas yang barengan sama <i>brand</i> . Dari segala pengalaman nulis ke beberapa media dan pasti tau mengenai standar masing-masing antar brand, pertanyaanku adalah pernah gak ada brand yang diluar kaidah yang <i>gak</i> sesuai sama yang kak Rara selama ini lakukan?

N	<p>Biasanya sih kalo kerja sama brand aku kan ada <i>T&C</i> sendiri kan, antara yang paid yang berbayar atau yang cuma kirimin <i>PR Package</i>. Kalo untuk <i>PR Package</i> atau yang tidak berbayar memang secara tanggal posting, konten apa yang diupload, mau konten <i>feed</i> atau <i>story</i> atau <i>reels</i> itu kita yang tentukan dan mereka <i>gak</i> boleh kasih <i>brief</i>. Nah kadang biasanya meskipun aku uda kasi <i>T&C</i> itu mereka masih kayak kasi <i>brief</i> kaya misal aku harus <i>pake</i> baju putih, harus tampilin muka, harus bikin <i>before after</i> sedangkan di <i>T&C</i> aku uda jelas bikin untuk <i>PR Package</i> aku <i>tuh</i> aku yang <i>tentukan</i> kayak gitu sih kadang “ini brand gimana sih?”. Skincare kan kita biasa paling tidak 2 minggu kan, minimal ya itu ada juga yang <i>sampe</i> sebulan tapi umumnya ambil 2 minggu pemakaian untuk bisa di <i>review</i> tapi kadang brand itu ada yang minta di cepet-cepetin kayak kurang dari 2 minggu kan itu kurang keliatan hasilnya. Ya jadinya kalo gitu jatuhnya bukan <i>full review</i> jatuhnya cuma <i>first impression</i> aja, gitu sih kadang ada brand yang aneh-aneh</p>
P	<p>Tapi pada akhirnya kak Rara tetep bikin sesuai sama standarnya kak Rara atau</p>

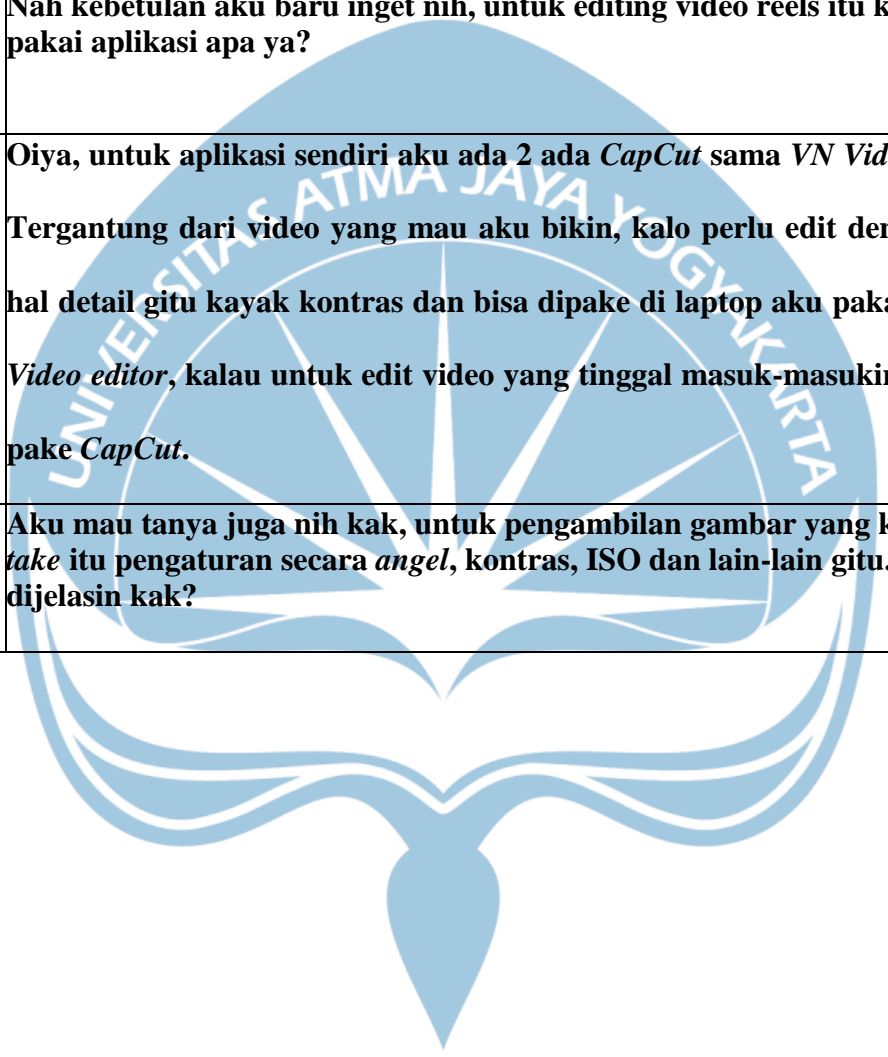
	ikutin permintaan dari <i>brand</i> gitu?
N	<p>Hmm biasa kalo gitu uda <i>deal-deal'an</i> dari awal sih. Tapi kalo uda kayak gitu banyak ini itu segala macem, aku jarang ambil sih kayak mereka minta kurang dari 2 minggu aku bilangnya gak bisa <i>full review</i> aku tetap posting yang <i>first impression doang</i> gitu.</p>
P	Oiya kak Rara uda berapa banyak <i>brand</i> yang <i>collab</i> gitu?
N	<p>Wah gak keitung sihh, kayaknya uda diatas 50 <i>brand</i>. Soalnya kan yang kita tau <i>brand-brand gede</i> lokal, nah semenjak aku bikin yang <i>lalalaskin_</i> ini tuh lebih banyak <i>brand</i> yang <i>gak</i> terlalu orang tau tapi ternyata ada gitu.</p>
P	<p>Semisal ada <i>brand</i> yang minta kurang dari 2 minggu nih, terus kak Rara bikin hasil kontennya gimana?</p>

N Hmmm kalo itu produk itu emang tidak semua terlihat jelas gitu kan, apalagi di kamera bikin *before after* nah untuk akunku sendiri kalo di *T&C* ku bener-bener terlihat aku bakal upload *before after* tapi *brand* *gak* bisa minta. Karena *gak* semua produk itu terlihat banget kan ya apalagi di kamera, mungkin misalnya “ohh produk ini bisa untuk melembapkan kulit, bisa bikin kulit terasa kenyal” kan itu *gak* bisa terlihat kamera, jadi emang *brand* juga sudah tau kalo itu *gak* semua produk bisa terlihat signifikan gitu jadi sudah sama-sama saling paham gitu aja sih dan di *T&C* juga *gak* akan upload *before after* kalo bener-bener *gak* terlihat signifikan kecuali ketika aku *pake* produk itu terus noda hitam dikulit kelihatan nah baru deh aku masukin juga tuh ke kontennya itu. Jadi memang *gak* semua produk itu bisa terlihat perubahannya tapi rata-rata produk *tuh* bisa bikin kulit jadi lembab, kulit jadi kenyal dan itu *gak* keliatan tapi tetap dijelasin di caption.

P	<p>Pernah <i>gak</i> ketika pake produk itu malah hasilnya jadi <i>breakout</i> atau berkomedo,</p> <p>nah si brand ini minta untuk <i>gak</i> minta <i>gak</i> tunjukkan <i>negatif impression</i>?</p>
N	<p>Nah <i>alhamdulillah</i> sampe sekarang belum pernah sih yang sampe <i>breakout</i> semuka, tapi ketika pake produk itu terus timbul jerawat aku langsung bilang ke brandnya kayak minta waktu apakah benar produk ini nih yang bikin aku jerawat gitu kan atau mungkin bisa aja aku makan sesuatu akhirnya aku jerawat atau aku alergi atau kalo lagi mens jadi jerawatnya gampang keluar gitu. Biasa aku minta waktu sama brand untuk cari tau dulu ini karena apa jerawatnya jadi uda komunikasi dulu sama brandnya, dan rata-rata mereka ya paham gitu toh kalau pun brand bilang “ohh gapapa kalo ada jerawatnya” cuma kalo aku nulis caption memang dengan sejujur-jujurnya tapi tidak menjatuhkan brand. Misalnya gini, jujur aja selama 2 minggu ini aku sempat awalnya mengalami jerawat tapi akhirnya aku melanjutkan produk ini setelah sebulan dan hasilnya blablabla gitu.</p> <p>Terus aku juga jelasin pada akhir resultnya tidak cocok atau cocok gitu.</p>
P	<p>Ohh iya aku juga mau tanya soal backsound kayak pertanyaan awal tadi.</p> <p>Kak Rara ada <i>gak</i> <i>website</i> atau aplikasi tersendiri untuk bikin <i>list</i> lagu apa aja nih yang bisa <i>dipake</i>? Selain liat di <i>reels</i> atau mungkin TikTok gitu?</p>

N	Selama ini belum ada sih, cuma pake TikTok sama Instagram <i>reels</i> aja <i>doang</i> untuk lihat <i>trend</i> lagu.
P	Tapi sejauh ini pernah ada kepikiran untuk bikin <i>backsound</i> sendiri?
N	Belum sih sejauh ini. Nah kadang aku takutnya kalo <i>pake</i> lagu yang <i>gak</i> ada di <i>reels</i> itu dan otomatis <i>pake</i> nama akun kita kan dan malah jadi <i>gak nge-reach</i> banyak orang sih jadi aku lebih milih lagu yang uda ada disitu aja





P	Nah kebetulan aku baru inget nih, untuk editing video reels itu kak Rara pakai aplikasi apa ya?
N	Oiya, untuk aplikasi sendiri aku ada 2 ada <i>CapCut</i> sama <i>VN Video editor</i> . Tergantung dari video yang mau aku bikin, kalo perlu edit dengan hal-hal detail gitu kayak kontras dan bisa dipake di laptop aku pakainya <i>VN Video editor</i> , kalau untuk edit video yang tinggal masuk-masukin aja aku pake <i>CapCut</i> .
N	Aku mau tanya juga nih kak, untuk pengambilan gambar yang kak Rara <i>take</i> itu pengaturan secara <i>angel</i> , kontras, ISO dan lain-lain gitu. Boleh dijelasin kak?

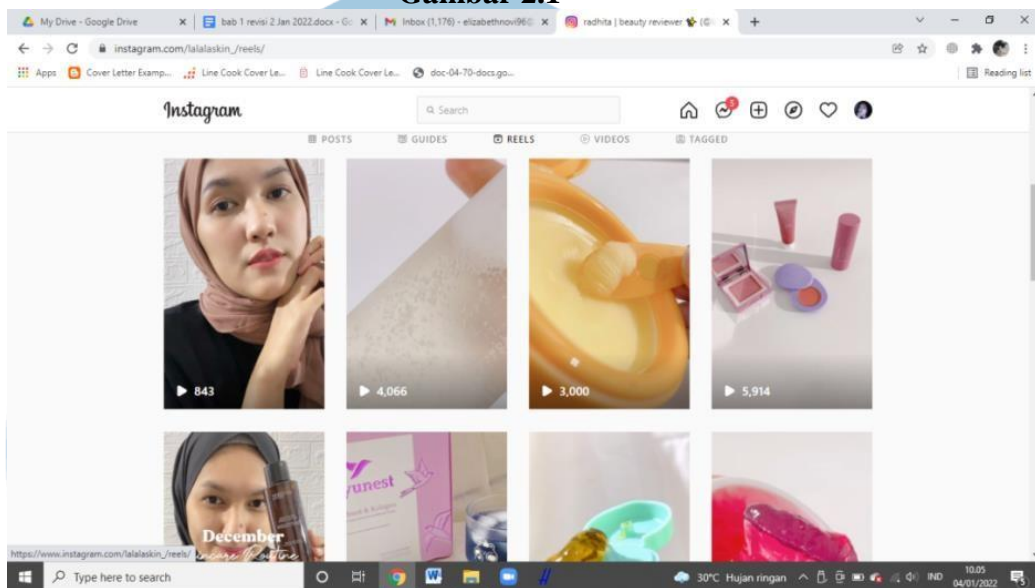
P	<p>Untuk <i>angel</i> biasa aku atur dari pencahayaan yang bagus di sisi mana dulu, kalo misal aku <i>pake</i> cahaya matahari aku ikutin aja cahaya matahari nya lagi di arah timur atau barat. Dan tadi aku uda jelasin kalo aku seringnya <i>take</i> pas pagi sekitar jam 7 berarti di arah timur kan, jadi <i>angel</i> yang aku pilih di barat yang agak berlawanan gitu biar <i>gak backlight</i>. Kalo untuk pengaturan ISO karena aku <i>pake</i> handpone, jadi aku atur cahayanya di bagian titik paling terang yang ditangkap sama kamera ku ubah tuh pilih ke titik yang masuk kamera agak sedikit gelap, jadi nanti pas aku <i>edit</i> di aplikasi aku bisa lebih enak aja atur keterangan, kontrasnya tinggal dinaikin seberapa banyak. Terus semisal aku <i>pake</i> cahaya matahari aku atur ikut arah mata angin tadi itu, sedangkan <i>kalo pake lighting</i> gitu karena hasil cahayanya berbeda sama cahaya matahari aku atur hampir sama kayak aku atur <i>pake</i> cahaya matahari cuma bedanya jarak antara produk yang mau <i>take</i> sama handpone aku biar hasilnya <i>gak</i> terlalu kasar gitu.</p>
N	Kak Rara pernah <i>gak take</i> di malam hari gitu?
P	Pernah, itu ya biasa karena kerjaan dan harus <i>take</i> cepet jadi harus ada <i>lighting</i> itu

	penting banget sih.
N	Ohh okee kalo gitu, terima kasih banyak kak Rara untuk penjelasannya dan waktu yang sudah diberikan. Aku rasa cukup segitu aja wawancaranya.
P	Oke siap, makasih juga semoga menjawab dan bantu juga yaa



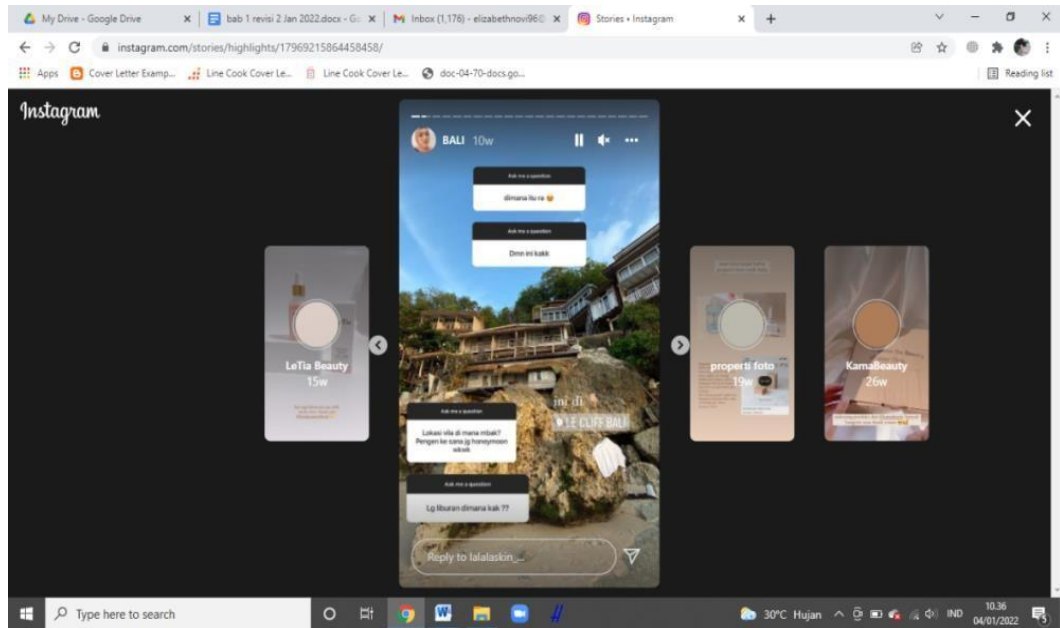
LAMPIRAN DOKUMENTASI

Gambar 2.1



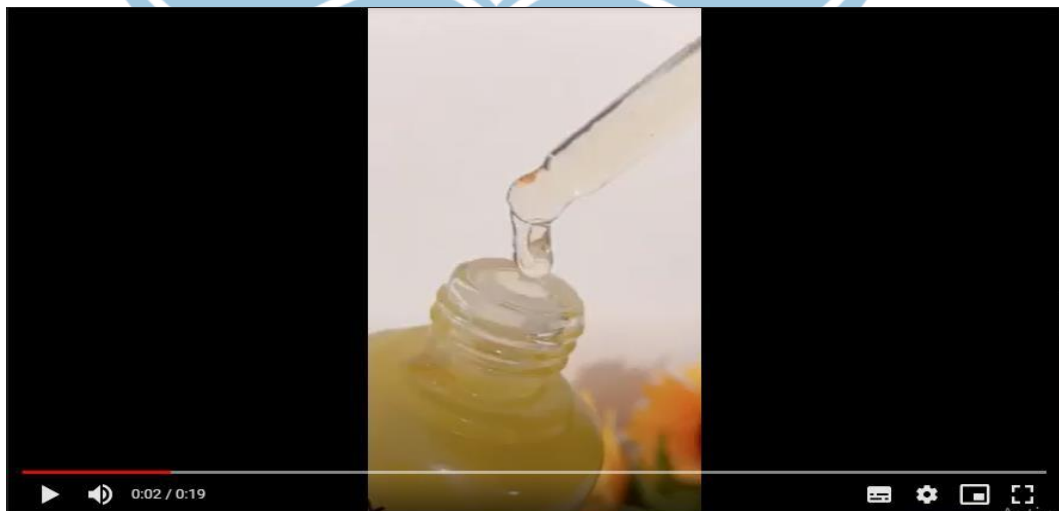
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2022

Gambar 2.2



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2022

**Gambar 3.1
Produksi Konten**



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2022