

## **BAB III**

### **ANALISIS DAN PERANCANGAN**

#### **3.1 Analisis (*Emphasize*)**

Pencarian dan pengaturan sistematis catatan lapangan, transkrip wawancara, dan informasi lain yang dikumpulkan dikenal sebagai analisis data. Mengorganisir, menganalisis, merangkum, mencari pola, dan menentukan apa yang signifikan dan memerlukan penelitian lebih lanjut merupakan langkah-langkah dalam proses analisis data (Naamy, 2019). Harahap menyatakan dalam (Azwar, 2019) bahwa analisis adalah proses membongkar sesuatu menjadi komponen-komponen dasarnya. Berdasarkan pandangan-pandangan di atas, analisis adalah proses memikirkan suatu topik untuk membongkar menjadi komponen-komponen dasarnya.

Sebelum mengidentifikasi masalah, diperlukan proses memahami permasalahan secara mendalam (*emphasize*), yang memerlukan penggalian informasi melalui wawancara, observasi dan studi literatur. Tahap ini dimaksudkan untuk memperoleh pemahaman tentang kebutuhan dan kesulitan yang dihadapi oleh Owner Mamamoo Rental dalam mengelola konten Instagram.

#### **1. Hasil Wawancara**

Penulis memutuskan untuk melakukan wawancara mendalam dengan Vina Rosadia selaku owner Mamamoo Rental. Penulis melakukan wawancara terbuka tatap muka, dan tujuan wawancara adalah untuk merinci dan memahami masalah yang terjadi terkait Mamamoo Rental.

Metode yang digunakan adalah SWOT dimana tahapannya dijelaskan sebagai berikut:

**a. Kekuatan (Strength)**

Analisis SWOT menggunakan istilah “kekuatan” untuk menggambarkan inisiatif internal yang sukses. Ini dapat dibandingkan dengan proyek lain atau keunggulan eksternal di pasar. Penulis dapat menentukan fitur mana yang sudah sukses dengan melihat area ini. Setelah itu, Penulis dapat menerapkan strategi yang efektif yaitu kekuatan Mamamoo Rental ke area lain yang mungkin memerlukan bantuan lebih, seperti meningkatkan strategi konten.

Untuk mulai menganalisis kekuatan dari Mamamoo Rental, berikut adalah pertanyaan yang dipakai sebagai acuan:

- Apa keunggulan utama dari usaha ini dibandingkan dengan kompetitor?
- Apa yang membuat pelanggan merasa puas dan kembali menggunakan layanan/produk yang ditawarkan?
- Apakah ada hal unik dari cara pelayanan, produk, atau pendekatan ke pelanggan?

**b. Kelemahan (Weakness)**

Inisiatif internal yang dijalankan dengan buruk sering kali dianggap sebagai kelemahan dalam analisis SWOT. Adalah ide yang baik untuk menganalisis kekuatan sebelum kelemahan guna menetapkan

dasar kesuksesan atau kegagalan. Menemukan kelemahan internal memberi penulis sebuah titik awal saat berusaha memperbaiki proyek-proyek tersebut.

Penulis dapat mulai mengidentifikasi kelemahan Mamamoo Rental dengan mengajukan pertanyaan tertentu, sama seperti saat menganalisis kekuatan:

- Apa saja keterbatasan atau kendala internal yang dihadapi saat ini?
- Apakah ada aspek layanan atau produk yang menurut pelanggan masih perlu ditingkatkan?
- Bagaimana tantangan dalam manajemen stok alat atau suplemen?

### c. Peluang (Opportunity)

Kekuatan dan kelemahan saat ini, serta inisiatif eksternal apa pun yang dapat meningkatkan posisi kompetitif adalah hal-hal yang memberikan peluang dalam analisis SWOT. Ini bisa berupa hal-hal yang terlewatkan pada dua tahap sebelumnya dalam studi hingga area yang ingin Mamamoo Rental perkuat.

Peluang dapat ditemukan dengan berbagai cara, jadi penulis mempertimbangkan pertanyaan-pertanyaan ini sebelum memulai:

- Apakah owner Mamamoo Rental melihat adanya tren atau kebutuhan baru di pasar ibu menyusui dan kesehatan keluarga?

- Apakah ada potensi pengembangan usaha ke segmen pasar lain atau ke wilayah lain?
- Apakah kemitraan dengan instansi kesehatan atau brand lain pernah dipertimbangkan?

#### d. Ancaman (Threats)

Dalam analisis SWOT,ancaman adalah faktor-faktor yang berpotensi menimbulkan masalah. Ancaman berbeda dengan kelemahan karena berasal dari sumber eksternal dan biasanya di luar kendali Mamamoo Rental. Wabah global atau perubahan dalam lingkungan persaingan adalah dua contohnya.

Untuk mengidentifikasi risiko eksternal, penulis mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan berikut:

- Apakah ada persaingan dari usaha sejenis yang cukup mempengaruhi bisnis ini?
- Bagaimana perubahan kebijakan kesehatan atau regulasi produk memengaruhi usaha?
- Apakah kondisi ekonomi atau daya beli pelanggan pernah berdampak besar terhadap usaha?

**Tabel 3.1** Analisis SWOT Hasil Wawancara

No.	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)	Peluang (O)	Ancaman (T)
1.	Brand dipercaya oleh para ibu menyusui karena menyediakan produk	Belum konsisten dalam jadwal upload konten, sehingga <i>awareness</i> audiens tidak	Banyak pelanggan yang mengaku terbantu dengan adanya layanan sewa, sehingga	Adanya kompetitor dengan harga sewa lebih murah, dan lebih dahulu memiliki

No.	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)	Peluang (O)	Ancaman (T)
	berkualitas dan higienis	stabil	potensi <i>word of mouth</i> tinggi.	layanan persewaan pompa ASI
2.	Adanya layanan sewa yang fleksibel sesuai kebutuhan pelanggan (harian, mingguan, dan bulanan)	<i>Copywriting</i> caption kadang masih informatif saja, belum persuasif	Permintaan akan konten edukasi ASI, laktasi, dan nutrisi meningkat seiring kesadaran ibu muda.	Konsumen bisa beralih ke <i>marketplace</i> lain jika brand tidak update
3.	Owner dan admin responsif dalam melayani konsumen melalui WhatsApp dan Instagram	Belum ada kolaborasi dengan influencer/komunitas ibu menyusui		

Berlandaskan analisis SWOT yang telah dilakukan dimohon kelak dapat menjadi dasar guna menentukan strategi yang efisien pada perencanaan konsep media dan konsep kreatif sebuah desain. Maka dari itu, perencanaan diharapkan bisa memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi.

## 2. Hasil Observasi

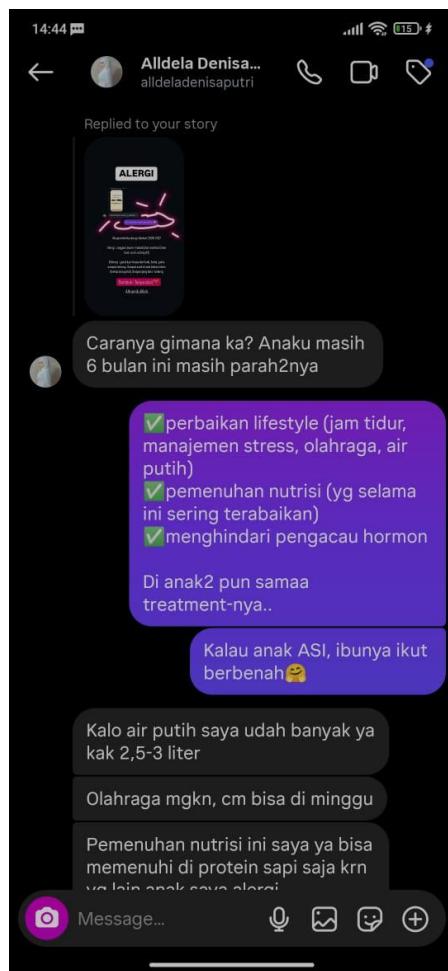
Observasi langsung dilakukan melalui media sosial instagram Mamamoo Rental. Penulis melihat berbagai hal, seperti jenis konten apa saja yang di *upload* pada media sosial instagram Mamamoo Rental berupa *feed*, *story*, *reels*, interaksi konten seperti apa berupa komentar, *likes*, markah dan *share post*. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar

konten instagram Mamamoo Rental adalah berupa konten edukasi, testimoni, promosi, serta *branding*, sementara kurangnya konten yang konsisten membahas terkait produk persewaan pompa ASI serta belum adanya penjadwalan konten yang terstruktur.

Penulis juga melakukan observasi melalui DM Instagram dan *Q&A* dari highlight Mamamoo Rental, mengamati kebutuhan dan pertanyaan-pertanyaan yang sering diajukan oleh pelanggan dari Mamamoo Rental. Berikut adalah salah satu contoh dari beberapa pertanyaan yang bisa menjadi salah satu kunci *main pillar* untuk perancangan konten instagram Mamamoo Rental:



**Gambar 3. 1** Observasi Instagram Mamamoo Rental



**Gambar 3. 2 Observasi DM Instagram Mamamoo Rental**

Dari hasil observasi media sosial Instagram Mamamoo melalui DM dan Q&A tersebut, maka penulis mendapatkan data hasil SWOT sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Analisis SWOT Hasil Observasi Instagram Mamamoo Rental**

No.	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)	Peluang (O)	Ancaman (T)
1.	Tampilan Instagram sudah cukup informatif, terdapat <i>highlight</i> edukasi, testimoni, dan	Visual feed masih kurang konsisten dari segi warna, tipografi, dan gaya ilustrasi	Instagram menyediakan fitur ( <i>Feed, Story, Polling, Live</i> ) yang belum dimaksimalkan	Tren konten cepat berubah (misalnya <i>Reels</i> ), sehingga jika tidak adaptif bisa tertinggal

No.	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)	Peluang (O)	Ancaman (T)
2.	Produk pompa ASI dan vitamin sudah memiliki <i>value</i> tinggi karena relevan dengan kebutuhan target market (ibu menyusui dan keluarga muda)	<i>Engagement</i> ( <i>likes</i> , <i>comments</i> , <i>shares</i> ) masih rendah dibanding potensi audiens.	Potensi kolaborasi dengan komunitas <i>parenting</i> , bidan, dan konselor laktasi	Resiko komentar negatif atau review buruk yang bisa mempengaruhi citra brand
3.		<i>Call-to-action</i> (CTA) di konten sering terlewat sehingga <i>followers</i> tidak diarahkan dengan jelas	Tren <i>content marketing</i> berbasis <i>storytelling</i> lebih disukai audiens <i>parenting</i>	

### 3. Studi Literatur

Informasi yang dikumpulkan dari jurnal, artikel, serta media lainnya, dapat mengurangi jumlah data yang dikumpulkan, meningkatkan kualitas penelitian, dan memperkuat integritas data.

Berikut ini adalah hasil analisis SWOT studi literatur untuk perancangan konten instagram sebagai *brand awareness* Mamamoo Rental:

**Tabel 3.3** Analisis SWOT Studi Literatur Instagram Mamamoo Rental

No.	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)	Peluang (O)	Ancaman (T)
1.	Jumlah varian produk pompa ASI yang	Penjadwalan konten yang masih belum	Data menunjukan pengguna	Persaingan di ranah penyewaan

No.	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)	Peluang (O)	Ancaman (T)
	disewakan, mencapai 200+ merk tersedia di Mamamoo Rental	konsisten dan visual kurang merepresentasik an Mamamoo Rental	Instagram di Indonesia didominasi usia produktif (18- 34 tahun), yang sejalan dengan target market Mamamoo Rental	pompa ASI cukup tinggi, sehingga diperlukan diferensiasi konten
2.	Sistem distribusi produk yang efisien, menjangkau pengiriman luar kota	Pompa ASI yang rusak, mengakibatkan layanan sewa terhambat	Studi menyebutkan <i>brand</i> yang aktif mengedukasi audiens di media sosial lebih dipercaya	Perubahan algoritma instagram yang tidak menentu bisa mengurangi jangkauan organik brand

#### 4. Matriks Strategi SWOT Mamamoo Rental

Menurut (Sunarsi, 2024) Petunjuk umum yang sering diberikan untuk perumusan adalah: Memanfaatkan kesempatan dan kekuatan (O dan S). Analisis ini diharapkan membawa rencana jangka panjang. Atasi atau kurangi ancaman dan kelemahan (T dan W). Analisa ini lebih condong menghasilkan rencana jangka pendek, yaitu rencana perbaikan (short-term improvement plan).

Tahap awal proses penetapan strategi adalah menaksir kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman yang dimiliki organisasi. Hasil analisa dapat menyebabkan dilakukan perubahan pada misi, tujuan, kebijaksanaan, atau strategi yang sedang berjalan. Dalam penyusunan suatu rencana yang baik, perlu diketahui daya dan dana yang dimiliki

pada saat akan memulai usaha, mengetahui segala unsur kekuatan yang dimiliki, maupun segala kelemahan yang ada.

Data yang terkumpul mengenai faktor-faktor internal tersebut merupakan potensi di dalam melaksanakan usaha yang direncanakan. Dilain pihak perlu diperhatikan faktor-faktor eksternal yang akan dihadapi yaitu peluang-peluang atau kesempatan yang ada atau yang diperhatikan akan timbul dan ancaman atau hambatan yang diperkirakan akan muncul dan mempengaruhi usaha yang dilakukan.

**a. Strategi Kekuatan-Kesempatan (S dan O atau Maxi-maxi)**

Adalah Strategi yang dihasilkan pada kombinasi ini adalah memanfaatkan kekuatan atas peluang yang telah diidentifikasi.

**b. Strategi Kelemahan-Kesempatan (W dan O atau Mini-maxi)**

Adalah strategi Kesempatan yang dapat diidentifikasi tidak mungkin dimanfaatkan karena kelemahan strategi.

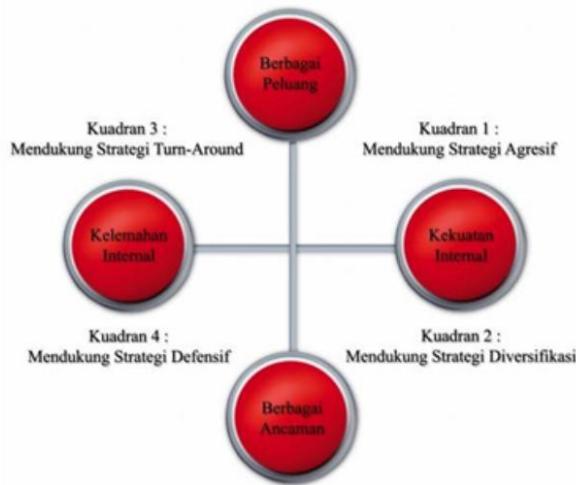
**c. Strategi Kekuatan-Ancaman (S atau T atau Maxi-min)**

Adalah Strategi yang mencoba mencari kekuatan yang dimiliki strategi yang dapat mengurangi atau menangkal ancaman tersebut

**d. Strategi Kelemahan-Ancaman (W dan T atau Mini-mini)**

Merupakan strategi dalam situasi menghadapi ancaman dan sekaligus kelemahan intern, strategi yang umumnya dilakukan adalah “keluar” dari situasi yang terjepit tersebut. Keputusan yang diambil adalah “mencairkan” sumber daya yang terikat pada

situasi yang mengancam tersebut, dan mengalihkannya pada usaha lain yang lebih cerah.



**Gambar 3.3** Kuadran SWOT

**Tabel 3.4** Matriks SWOT Mamamoo Rental

No.	Strategi SO (Strengths- Opportunities)	Strategi WO (Weakness- Opportunities)	Strategi ST (Strengths- Opportunities)	Strategi WT (Weakness- Threats)
1.	Mengoptimalkan kualitas produk & layanan (higienis, fleksibel) dengan memproduksi konten edukasi ASI/laktasi yang terpercaya	Menyusun kalender konten bulanan agar konsistensi posting lebih terjaga	Menonjolkan kualitas produk & higienitas layanan untuk menghadapi kompetitor yang menawarkan harga lebih murah.	Meningkatkan konsistensi & kualitas visual agar tidak tenggelam oleh perubahan algoritma.

No.	Strategi SO (Strengths-Opportunities)	Strategi WO (Weakness-Opportunities)	Strategi ST (Strengths-Opportunities)	Strategi WT (Weakness-Threats)
2.	Memanfaatkan fitur instagram ( <i>Reels, Story, Live</i> ) untuk <i>storytelling</i> tentang manfaat menyewa pompa ASI & nutrisi ibu	Mengembangkan gaya visual <i>feed</i> yang seragam sesuai identitas brand (warna, tipografi)	Menjaga kepercayaan audiens dengan menghadirkan konten testimoni <i>real &amp; review</i> positif secara berkala.	Membuat CTA kuat di setiap konten untuk mengurangi risiko follower pasif.
3.	Berkolaborasi dengan konselor laktasi/komunitas <i>parenting</i> agar memperluas jaringan promosi	Membuat caption persuasif dengan CTA jelas untuk meningkatkan <i>engagement</i>	Menggunakan layanan cepat & responsif untuk meredam potensi review negatif.	Menjalin kerjasama dengan komunitas ibu menyusui agar audiens tetap loyal meskipun ada kompetitor.
4.	Mendorong <i>user-generated content</i> (testimoni video/foto) untuk memperkuat <i>word of mouth</i>	Menggunakan <i>storytelling</i> edukasi & tips <i>parenting</i> sebagai cara bersaing dengan kompetitor	Adaptif terhadap tren konten baru (misalnya <i>Reels</i> dengan tips singkat ASI/laktasi).	Melakukan monitoring kompetitor secara berkala untuk menyesuaikan strategi konten.

Dengan matriks ini, penulis mempunyai arah strategi yang jelas:

- **SO:** Fokus memperluas *brand awareness* dengan kekuatan + peluang.

- **WO:** Perbaikan internal konten agar peluang bisa dimanfaatkan.
- **ST:** Menjaga keunggulan layanan agar tidak kalah dari ancaman kompetitor.
- **WT:** Meminimalisir kelemahan supaya brand tetap relevan meski algoritma & tren berubah.

### **3.1.1 Identifikasi Masalah (*Define*)**

Dalam fase ini melibatkan pengumpulan data verbal dan visual serta perkiraan objek yang akan digunakan dalam perancangan desain. Identifikasi data diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik, meliputi:

#### **1. Data Perusahaan:**

- a. Nama Perusahaan adalah Mamamoo Rental, merupakan usaha yang melayani sewa pompa ASI dan penjualan suplemen Nutrilite.
- b. Lokasi Mamamoo Rental ada di Jl. Vila Bukit Tidar E3 No.210, Jenglong, Tegalweru, Kec. Dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur 65151
- c. Nama pemilik Mamamoo Rental yakni Vina Rosadia, yang mendirikan dan menjalankan usaha ini sejak Januari tahun 2017
- d. Logo dari Mamamoo Rental memiliki makna “Mama Perah” penggambaran dari ibu yang menghasilkan ASI yang berlimpah ruah ditandai dengan jilbab yang memiliki motif warna hitam-putih seperti corak sapi perah yang dikenal sebagai sapi penghasil susu. Adapun makna dalam nama Mamamoo sendiri adalah memiliki dua versi Mamamoo=Mama+mu dan Mama+Moo= Ibu+Suara sapi (perwujudan suara “moo” pada sapi). Keterkaitan antara logo ini

adalah asal ASI yang berasal dari ibu. Berikut adalah logo dari Mamamoo Rental:



### **Gambar 3. 4 Logo Mamamoo Rental**

## **2. Data Produk (*Price List Sewa*)**

a. Produk

Produk yang disewakan oleh Mamamoo Rental antara lain: Pompa

## *ASI, UV Sterilizer, Massager*

Partnership Amway: Nutrilite

#### b. Harga Sewa Produk



**Gambar 3.5** Price List Mamamoo Rental

### **3. Data Pemasaran**

- a. Promosi yang telah dilakukan oleh Mamamoo Rental yakni via Instagram konten, *ads*, *collab post*, *boost post*, dan dari mulut ke mulut.
- b. Segmentasi Pemasaran:

#### **1) Geografi**

Kota Malang dan sekitarnya.

#### **2) Demografi**

**Tabel 3.5** Segmentasi Demografi

No.	Demografi	Kriteria
1.	Jenis Kelamin	Perempuan
2.	Usia	20-35 tahun
3.	Pekerjaan	<i>Working mom, New Mom</i>
4.	Status	Sudah menikah, Pernah menyusui atau memiliki pompa ASI
5.	Kelas Sosial	Menengah

#### **3) Psikografi**

**Tabel 3.6** Data Psikografi Mamamoo Rental

No.	Psikografi	Kriteria
1.	Gaya Hidup	Modern, aktif media sosial
2.	Ketertarikan	Ibu yang memiliki kecemasan akan <i>supply</i> ASI

#### **4) Behaviour**

- Ibu baru yang sedang dalam program hamil
- *Working Mom* yang membutuhkan pumping pada jam kerja

- 5) Target Market Primer:** *New Mom* atau ibu muda yang sedang menyusui
- 6) Target Market Sekunder:** *Working Mom* yang membutuhkan informasi terkait laktasi, dan seputar tips menyusui
- c. Pesaing

**Tabel 3.7** Segmentasi Pesaing

No.	Nama Usaha	Range Harga Produk
1.	Sewa pompa asi Malang	Mulai dari Rp. 150.000
2.	Ansa Baby	Mulai dari Rp. 75.000
3.	Babyboo Rent	Mulai dari Rp. 90.000

Tahap *define* merupakan proses menentukan atau menemukan permasalahan berdasarkan hasil pengumpulan data. Berdasarkan wawancara dan observasi, ditemukan beberapa masalah utama seperti:

1. Konten cenderung acak, kurang membahas seputar penyewaan pompa asi pada instagram Mamamoo Rental
2. Kurang adanya penjadwalan konten yang terstruktur
3. Konten cenderung tidak memiliki identitas visual tetap yang berdampak pada *brand awareness* Mamamoo Rental.

Dengan adanya identifikasi masalah ini bertujuan untuk memberikan sebuah solusi dan strategi dengan perancangan media promosi media sosial Mamamoo Rental dengan berdasarkan pada elemen-elemen desain dan layout serta penggunaan teknik copywriting yang tepat. Perancangan konten pada Instagram yang menarik target audience dengan berdasarkan pada isi konten, penyusunan *content planner, briefing*, serta editing konten yang tepat.

### **3.1.2 Pemecahan Masalah (*ideate*)**

Berdasarkan masalah yang diuraikan dapat disimpulkan menjadi 3 masalah utama yang dihadapi oleh Mamamoo Rental. Munculnya masalah-masalah tersebut perlu dipecahkan agar pelanggan dapat lebih mengenal instagram Mamamoo Rental sebagai tempat penyewaan pompa asi. Salah satu alternatif yang dapat diusulkan adalah dengan merancang konten media sosial instagram sebagai *brand awareness* Mamamoo Rental. Melalui konten tersebut terdapat beberapa jenis yang disajikan berupa *feed*, *story*, dan *reels*. Selain itu, konten tersebut juga dilengkapi dengan foto-foto produk penyewaan pompa ASI yang tersedia di Mamamoo Rental.

## **3.2 Perancangan (*Prototype*)**

### **3.2.1 Konsep Perancangan**

Ide utama dari penelitian ini adalah bagaimana menciptakan konten media sosial di Instagram sebagai kesadaran merek Mamamoo Rental. Segmentasi pasar dan audiens targetnya sebagai berikut:

- Segmentasi target audiens:
  1. Demografis umur: 20-35 tahun
  2. Jenis kelamin: Perempuan
  3. Geografis: Kota Malang dan sekitarnya
  4. Target Primer: Ibu Muda
  5. Target Sekunder: *Working Mom*
- Konsep Media Konten

Media utama dalam perancangan ini adalah konten media sosial instagram dengan fokus pada 6 *Main Pillar*: edukasi, testimoni dan edukasi produk, promosi, *tips and trick*, dan *fun post*



**Gambar 3. 6** Main Pillar Perancangan Konten Mamamoo Rental

1. Content Pillar
  2. Content Format
  3. *Visual Guidelines*
  4. *Content Series Idea*
  5. *Posting Scheduling (Ideal Weekly)*
- Copywriting

Karapenchev dalam (Harmoko, 2023) Keterampilan yang esensial di sektor komunikasi dan pemasaran adalah penulisan konten (*copywriting*). Untuk menciptakan konten berkualitas tinggi, penulis harus mempertimbangkan berbagai elemen. Pertama, konten harus mudah dipahami, ringkas, dan jelas. Kedua,

pemahaman yang mendalam tentang pasar sasaran diperlukan untuk menyesuaikan konten dengan demografi dan persona audiens yang dituju. Semakin baik dan semakin disesuaikan konten yang dibuat, semakin banyak yang dapat kita pelajari dari calon pelanggan. Posisi ketiga adalah penggunaan judul yang menarik. Judul harus menarik agar dapat menarik perhatian pembaca. Yang keempat adalah *call-to-action* (CTA), yang memberitahu pembaca apa yang harus dilakukan selanjutnya. Terakhir namun tidak kalah pentingnya, konten ini menjalin koneksi dengan pembaca melalui penggunaan unsur-unsur narasi.

Tujuan copywriting dalam konten media sosial ini adalah untuk menyampaikan pesan yang jelas, ringkas, dan menarik perhatian audiens. Copywriting akan membantu memperkuat pesan visual dalam konten dan memberi edukasi kepada audiens seputar pompa ASI.

Beberapa prinsip *copywriting* yang diterapkan dalam konten ini adalah sebagai berikut:

### **1. *Empathy First***

Menunjukkan bahwa Mamamoo Rental mengerti *struggle* yang dialami oleh ibu selama menyusui. Menggunakan kalimat yang *relateable*, seperti:

“Capek pumping tapi ASI belum maksimal?”

“Moms, sudah tidak usah khawatir, karena Mamamoo akan selalu *support* dalam perjalanan ASI para *moms*”

## **2. *Educate Softly***

Memberikan informasi yang ringan dan mudah dipahami. Menghindari bahasa teknis berlebihan, menggunakan analogi sederhana, contoh: “ASI itu ibarat ‘emas cair’ buat si kecil, tapi produksinya tetap butuh *booster alami*, lho moms!”. Ajak audiens untuk merasa teredukasi setelah membaca konten

## **3. *Tone Personal & Friendly***

Sapaan langsung seperti “Bunda”, “Moms”, atau memakai emoji hati dan emoji bayi. Menggunakan bahasa yang hangat, seperti sedang mengobrol secara santai “Yuk moms! Kita lihat cara praktis pumping dengan pompa ASI dari Mamamoo Rental”

## **4. *Value-Oriented***

Menulis manfaat utama terlebih dahulu, dan fitur sebagai pendukung. Contoh: “ASI lancar, tubuh tetap fit? Bisa! Coba suplemen Nutrilite dari Mamamoo Rental!”. Memberikan solusi atas *problem* yang sering ibu-ibu hadapi seperti: “Takut alat pumping mahal dan jarang dipakai? Sewa saja di Mamamoo Rental moms!”

## **5. Trust Building**

Menggunakan testimoni, data rekor penjualan terbanyak, atau bukti sosial. Menghindari janji berlebihan, cukup menunjukkan pengalaman pelanggan loyal Mamamoo Rental.

## **6. Call to Action yang hangat dan dekat**

CTA (ajakan) yang bukan sekedar “Beli sekarang” namun lebih ke sisi empati. Contoh:

“Mau konsultasi dulu? DM atau hubungi nomor yang ada di bio ya moms!”

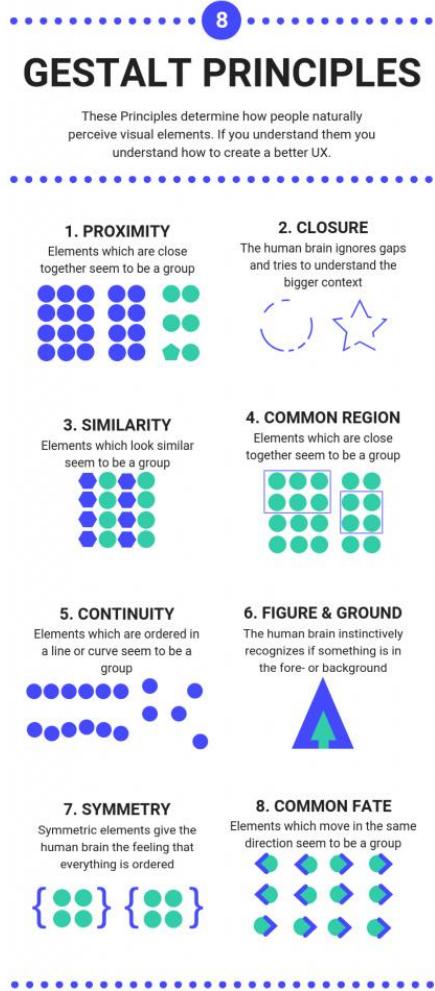
## **7. Consistency in Tone & Branding**

Menggunakan kalimat yang *feminime*, lembut, dan tidak terburu-buru. Tetap menyesuaikan warna kata dengan nuansa visual brand yang *mommy-friendly*.



**Gambar 3.7** Penerapan *Copywriting* pada konten Mamamoo Rental

- *Layout*



**Gambar 3. 8 Prinsip Layout Gestalt**

Tata letak atau layout sangat penting untuk menyusun komposisi teks dan gambar di media, baik sebagai komponen utama maupun tambahan. Layout, menurut (Rustan, 2008) , adalah desain untuk mengatur ruang. Pada media tertentu untuk meningkatkan ide atau kesan yang ingin disampaikan. Prinsip Gestalt sangat relevan untuk desain ini karena menjelaskan bagaimana orang cenderung melihat objek visual sebagai keseluruhan, bukan bagian-bagiannya. Prinsip

ini membantu menyampaikan pesan dengan cepat karena adanya hubungan yang terjalin antara semua komponen yang disusun secara terstruktur. Pesan visual dapat disampaikan secara kuat dengan elemen pendukung di sisi kiri atau kanan dan fokus utama di tengah halaman.

Penempatan elemen-elemen ini tidak hanya memperkuat pesan utama tetapi juga memastikan mata pembaca mengikuti alur yang diinginkan oleh desainer. Ini membuat pesan lebih mudah diterima.

- Warna

Untuk menciptakan suasana yang sesua dengan tema “*mommy-friendly*”, penggunaan warna dalam perancangan ini mengadaptasi teori warna analog dan monokromatik.



**Gambar 3.9** Color Palette Mamamoo Rental

Skema warna analog adalah warna-warna yang bersebelahan di *color-wheel*, menggunakan warna merah maroon (kode hex: #841205) yang memiliki arti anggun, kebijaksanaan, dan kedewasaan. Warna merah peach (kode hex: #F16D5E ) diambil

dari logo utama Mamamoo Rental memiliki arti kehangatan, kelembutan, dan antusiasme.

Selain itu pemakaian warna monokromatik seperti putih bersih (kode hex: #FFFFFF) memiliki arti kebersihan yang terinspirasi dari sterilisasi pompa ASI Mamamoo Rental. Dan warna turunan ke putih susu (kode hex: #F8F5EA) dimana mewakili warna dari ASI ibu.

- Tipografi



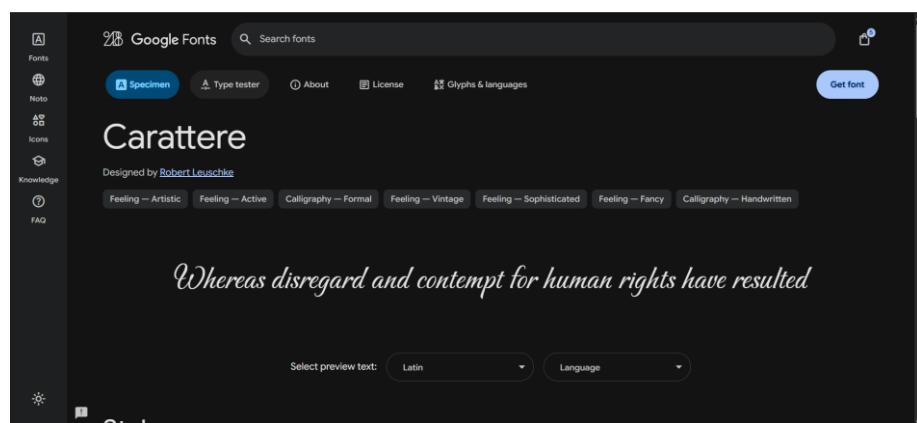
**Gambar 3. 10** Font Nunito

Pemilihan font *rounded sans-serif*, yaitu Nunito adalah bentuk hurufnya bulat lembut, memberikan kesan ramah, *friendly*, dan *approachable* sesuai dengan citra brand Mamamoo sebagai sahabat ibu menyusui. Gaya *sans-serif* membuat tipografi utama pada konten terlihat modern dan tidak kuno. Dengan tingkat keterbacaan yang tinggi, baik untuk teks berukuran besar maupun sedang, tetap nyaman dibaca di layar ponsel. Nunito dipakai untuk judul konten (*headline*) dan *Subheadline*.



**Gambar 3. 11** Font Helvetica Neue

*Font Helvetica-Neue yang digunakan sebagai *font* untuk deskripsi atau *body text* dan *captions* memiliki karakteristik *classic sans-serif* dimana desain huruf yang bersih, netral, dan *timeless*. Keseimbangan proporsi dari Helvetica Neue memiliki spasi antar huruf (*kerning*) yang presisi, membuatnya sangat enak dibaca dalam teks yang panjang. Serta memiliki kesan *Modern-Professional Look* lebih formal dibandingkan dengan nunito, namun tetap tidak kaku. Kombinasi Nunito dan Helvetica Neue menciptakan harmoni visual antara *friendly* dan *professional*.*



**Gambar 3. 12** Font Carattere

*Font Carratere* digunakan sebagai alternatif *font*, penggunaanya adalah untuk memberikan kesan feminim pada postingan-postingan khusus seperti promosi bulanan, dll. *Font* ini terkesan luwes dan cantik, menggambarkan konten yang anggun namun tetap terbaca.

### 3.2.2 Content Plan

Berdasarkan konsep perancangan yang telah dijabarkan, penulis menjelaskan proses perancangan yang melalui beberapa tahapan. Pada tahap *prototype*, proses ini mencakup menentukan *main pillar content*, penyusunan kalender konten, *brief* desain, hingga pembuatan desain konten, yaitu sebagai berikut:

- Menentukan *main pillar content*

Sebelum menentukan *main pillar content*, penulis merangkum kembali semua kebutuhan dan hasil dari observasi Instagram @mamamoo\_rental. Berikut adalah tabel *brainstorming*nya:

**Tabel 3.8** Menentukan *Main Pillar Content*

<b>Tujuan Akun Instagram @Mamamoo_Rental</b>	
1.	Sebagai brand awareness
2.	Mengedukasi ibu menyusui tentang penggunaan pompa ASI
3.	Mendorong penyewaan produk
4.	Membangun kepercayaan melalui testimoni
5.	Menjaga interaksi dan engagement di media sosial

<b>Analisis Target Audience</b>	
1.	<i>Working Mom</i> dan <i>New Mom</i>
2.	Pemula dalam penggunaan pompa ASI
3.	Sibuk dan ingin solusi praktis
4.	Butuh edukasi dan validasi dari pengalaman orang lain

5.	Berada di usia 20–35 tahun, aktif di media sosial, khususnya Instagram
----	--

<b>Brainstorming Ide Konten Berdasarkan Kebutuhan Audiens</b>	
1.	<p><b>Edukasi</b>            Kebutuhan: Ibu butuh pemahaman tentang ASI, menyusui, dan manajemen laktasi.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Infografis “Manfaat Memompa ASI dengan Rutin”</li> <li>• Edukasi waktu-waktu terbaik pumping</li> <li>• Penjelasan tentang istilah-istilah laktasi: let-down reflex, power pumping, dll</li> <li>• Mitos vs Fakta seputar menyusui</li> </ul> <p>Tujuan: Menumbuhkan trust, positioning sebagai brand yang mengedukasi</p>
2.	<p><b>Testimoni</b>            Kebutuhan: Ibu ingin validasi bahwa produk ini bermanfaat dan dipakai oleh orang lain.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuplikan video/quote dari customer</li> <li>• Before-after penggunaan pompa</li> <li>• Cerita real mom: "Awalnya bingung pumping, tapi setelah sewa Mamamoo..."</li> </ul> <p>Tujuan: Meningkatkan kredibilitas, trust, dan konversi</p>
3.	<p><b>Edukasi Produk Pompa ASI</b>            Kebutuhan: Banyak ibu belum tahu perbedaan pompa manual, elektrik, hospital grade</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perbandingan tipe pompa: single vs double, hospital grade vs portable</li> <li>• Tutorial penggunaan pompa tertentu</li> <li>• “Highlight” fitur pompa dari brand tertentu (Spectra, Medela, Mom Uung, dll)</li> <li>• Cara membersihkan pompa yang benar</li> </ul> <p>Tujuan: Memberikan kejelasan produk, mendorong pemesanan.</p>
4.	<p><b>Promosi</b>            Kebutuhan: Ibu senang promo, hemat biaya, dan merasa diuntungkan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• “Promo Mingguan/Minggu Ini” – Reels atau carousel</li> <li>• Diskon untuk pemesanan 2 minggu+</li> <li>• Bundling pompa + cooler bag + botol</li> <li>• Referral program (“ajak teman, dapat diskon”)</li> </ul> <p>Tujuan: Konversi penjualan, urgency, customer loyalty</p>
5.	<p><b>Tips and Trick</b>            Kebutuhan: Ibu ingin solusi praktis dalam menyusui &amp; pumping</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tips meningkatkan produksi ASI</li> <li>• Tips pumping saat kerja</li> <li>• Tips mengatur jadwal pumping</li> <li>• Hack menyimpan ASIP agar awet</li> </ul> <p>Tujuan: Meningkatkan engagement, value-added content</p>
6.	<p><b>Fun Post</b></p> <p>Kebutuhan: Ibu juga butuh hiburan dan merasa relate</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meme tentang kehidupan ibu menyusui</li> <li>• “Expectations vs Reality” saat pumping</li> <li>• Polling: “Lebih suka pumping pagi atau malam?”</li> <li>• Reels lucu dengan audio viral tentang ibu &amp; ASI</li> </ul> <p>Tujuan: Meningkatkan reach dan interaksi</p>

*Main pillar content* dari Mamamoo Rental terdiri dari 6, yaitu edukasi, testimoni, edukasi produk pompa ASI, promosi, *tips and trick*, dan *fun post*. Edukasi (*awareness*) membahas seputar pengetahuan terkait ibu menyusui, cara pakai pompa ASI yang benar, sakit yang terjadi pada saat ibu menyusui, kendala dan solusi saat menyusui, dsb. Edukasi produk pompa ASI menjelaskan tentang bagaimana cara memilih pompa ASI yang cocok untuk *new moms*, cara menyuci pompa ASI yang benar, penjelasan terkait perawatan pompa ASI agar tidak mudah rusak dan berjamur, dsb. Pada konten promosi berisi terkait promosi bulanan, *event* tertentu seperti promo hari ibu dan hari perempuan, *giveaway*, promo tanggal kembarnya, dsb. Seputar *tips and trick* membahas terkait sharing pengalaman owner yang memiliki tips khusus dalam mencuci selang pompa ASI yang berjamur. Dan yang terakhir adalah konten *fun post* dimana audiens bisa berinteraksi langsung dengan konten berupa

*polling*, Q&A, *Sharing*, dsb. Memaksimalkan fitur pada media sosial instagram yang berada di *Story* dan bawah *caption feed*.

- Penyusunan kalender konten

Setelah menentukan *main pillar content*, selanjutnya penulis menyusun kalender konten (*content planner*) yang terbagi menjadi sekitar 4 bulan dengan fokus sebagai *brand awareness*, edukasi, dan *trust* serta peningkatan penyewaan maka frekuensi unggahan yang disarankan yaitu 3-5 konten dalam seminggu, sehingga total sekitar 16-20 kontennya terupload dalam sebulan.

INSTAGRAM CONTENT PLANNER - Mamamoo Rental											
	Period	Tanggal	Tema/ide	Judul	Kategori	Target	Status	Brief	Design	Caption	Keterangan
M E I	Week 1	Day 1	Education	Kenapa ibu perlu pompa ASI meski bisa menyusui secara langsung?	Carousel Feeds	1 Hari	Tulis ...				
		Day 2	Testimony	What Mom Says Mamamoo_Review	Motion Video Reels Sto	1 Hari	Done ...				
		Day 3	Tips	5 Tips ASI lancar untuk New Mom	Carousel Feeds	1 Hari	Done ...				
	Week 2	Day 4	Education	Spill rekomendasi jadwal pumping	Reels Stories	2 Hari	Done ...				
		Day 5	Promotion	Promo Mamamoo Sewa Pompa ASI 1 Minggu GRATIS 2 Hari	Single Post (Feed)	1 Hari	Done ...				
		Day 6	Fun Post	Tebak gambar: Alat ini untuk apa ya?	Stories Single Post (Feed)	1 Hari	Done ...				
		Day 7	Testimony	Pompa asi bisa disewa?	Reels Stories	2 Hari	Done ...				
	Week 3	Day 8	Education	Manual VS Elektrik, mana pompa ASI yang cocok buat Moms?	Carousel Feeds	1 Hari	Done ...				
		Day 9	Engagement	Q&A Mamamoo Rental	Reels Stories	2 Hari	Done ...				
		Day 10	Promotion	Paket Bundling Pompa+Nutritie dengan harga Khusus!	Single Post (Feed) Stories	1 Hari	Done ...				
		Day 11	Tips	Waktu terbaik untuk mempompa ASI dalam sehari	Carousel Feeds	1 Hari	Done ...				
		Day 12	Fact/Myth	Perangganda I'm not failing for Apa itu Mastitis? Penyebab dan Pencegahan untuk busui	Reels Stories	1 Hari	Done ...				
J U N I	Week 4	Day 13	Education	Sharing Yuk Mom! – Cinta Lucu Saat Pompa ASI	Carousel Feeds	1 Hari	Done ...				
		Day 14	Promotion	Last Call Promo Akhir Bulan	Single Post (Feed) Stories	1 Hari	Done ...				
		Day 15	Fun Post	Polling: Moms tm pompa Manual atau Elektrik?	Stories Single Post (Feed)	1 Hari	Done ...				
		Day 16	Education	4 Hal yang Wajib Dicuci Setelah Pakai Pompa ASI	Carousel Feeds	1 Hari	Done ...				
		Day 17	Trending	Best Product Mamamoo Rental	Reels	2 Hari	Done ...				
	Week 1	Day 18	Tips	Checklist persiapan ibu menyusui	Carousel Feeds	1 Hari	Done ...				
		Day 19	Education	Apakah Ibu Menyusui Boleh Minum Vitamin?	Single Post (Feed) Stories	1 Hari	Done ...				
		Day 20	Engagement	Sharing Yuk Mom! – Cinta Lucu Saat Pompa ASI	Single Post (Feed) Stories	1 Hari	Done ...				
		Day 21	Information	Mamamoo Rental Siap Kirim ke Seluruh Indonesia!	Single Post (Feed)	1 Hari	Done ...				
		Day 22	Information	Mamamoo Rental Siap Kirim ke Seluruh Indonesia!	Single Post (Feed)	1 Hari	Done ...				
J U L I	Week 2	Day 23	Education	Kenapa ASI Disebut "Cairan Emas"?	Carousel Feeds	1 Hari	Done ...				
		Day 24	Branding	Checklist Persiapan Pumping di Kantor	Carousel Feeds	1 Hari	Done ...				
		Day 25	Promotion	Pompa ASI spesial kebutuhan	Reels Stories	2 Hari	Done ...				
		Day 26	Engagement	Cashback Spesial untuk Penyewaan Pertama ASI Langsun vs. ASIP!	Single Post (Feed) Stories	1 Hari	Done ...				
		Day 27	Testimony	Testimoni Ibu A (Ibu Iota) – Sewa Pompa di Mamamoo Rental	Single Post (Feed) Stories	1 Hari	Done ...				
	Week 3	Day 28	Promotion	Promo Mamamoo Hampir Berakhir	Motion Video Stories	2 Hari	Done ...				
		Day 29	Education	ASI vs Susu Formula – Bukan Perang, Tapi Pilihan	Single Post (Feed) Stories	1 Hari	Done ...				
		Day 30	Tips	Cara Simpan ASIP Saat Listrik Padam	Carousel Feeds	1 Hari	Done ...				
		Day 31	Engagement	Mommy Paing Sulit Pompa Kapan?	Single Post (Feed)	1 Hari	Done ...				
		Day 32	Education	Kenapa Pompa ASI itu Penting?	Carousel Feeds	1 Hari	Done ...				
A U G	Week 1	Day 33	Promotion	Manfaat Nutritie Lechin E	Carousel Feeds	1 Hari	Done ...				
		Day 34	Promotion	Pompa ASI best seller 2025 (Edisi Kelas Hospital Grade)	Single Post (Feed) Stories	1 Hari	Done ...				
		Day 35	Promotion	SI SAKTI yang lagi Hit	Stories Single Post (Feed)	1 Hari	Done ...				
		Day 36	Tips	Tips UV Sterilizer selalu bersih	Carousel Feeds	1 Hari	Done ...				
		Day 37	Engagement	Q&A Perawatan Pompa ASI	Reels	2 Hari	Design ...				
	Week 2	Day 38	Tips	Tips Simpan Pompa ASI yang sudah tidak dipergunakan	Carousel Feeds	1 Hari	Done ...				
		Day 39	Branding	Kualitas Sterilisasi di Mamamoo Rental	Reels	2 Hari	Design ...				
		Day 40	Education	Kenapa harus Nutritie?	Single Post (Feed) Stories	1 Hari	Done ...				
		Day 41	Testimony	Testimoni Sewa Pompa ASI Yaramaharanii	Single Post (Feed) Stories	1 Hari	Done ...				
		Day 42	Recommendation	Rekomendasi Pompa ASI favorit owner Mamamoo Rental	Carousel Feeds	1 Hari	Design ...				
	Week 3	Day 43	Education	Simp Pump VS Dual pump versi owner	Carousel Feeds	1 Hari	Design ...				
		Day 44	Education	Penyebab ASI sendi (Faktor Internal)	Stories	1 Hari	Design ...				
		Day 45	Recommendation	Rekomendasi Pompa ASI Hospital Grade	Reels Motion Video	2 Hari	Design ...				
		Day 46	Education	All about Nutritie	Carousel Feeds	1 Hari	Design ...				

A G U S T U S	Week 1	Day 46	Education	All about Nutritte	Carousel Feeds	-	1 Hari	Design	
		Day 47	Engagement	Q&A Nutritte Vitamin anak tap hari sebanyak ini?	Stories	Single Post (Feed)	-	1 Hari	Design
		Day 48	Education	Cara konsumsi Nutritte Hi Protein	Single Post (Feed)	Stories	-	1 Hari	Design
		Day 49	Promotion	Pompa ASI Handfree Favorit 2025	Carousel Feeds	-	1 Hari	Design	
	Week 2	Day 50	Education	Kenapa harus Salmon Nutritte?	Single Post (Feed)	Stories	-	1 Hari	Design
		Day 51	Testimony	Testimoni Mamamoo rental (review pelayanan)	Single Post (Feed)	Stories	-	1 Hari	Design
		Day 52	Tips	Gimana ngilangin jamur di pompa ASI?	Stories	-	1 Hari	Design	
		Day 53	Education	Nutritte untuk ASI dan anak	Carousel Feeds	-	1 Hari	Design	
	Week 3	Day 54	Promotion	New Product Pompa ASI	Single Post (Feed)	Stories	-	1 Hari	Design
		Day 55	Promotion	UV Sterilizer Termurah	Single Post (Feed)	Stories	-	1 Hari	Design
		Day 56	Education	Benefit Pakai UV Sterilizer Spectra	Carousel Feeds	-	1 Hari	Design	
		Day 57	Tips	Tips meningkatkan LDR. Let Down Reflex	Carousel Feeds	-	1 Hari	Design	
	Week 4	Day 58	Tips	Tips Cuci Steri Botol/Pompa ASI	Carousel Feeds	-	1 Hari	Design	
		Day 59	Engagement	Standar kelayakan Pompa ASI di Mamamoo Rental	Single Post (Feed)	Stories	-	1 Hari	Design
		Day 60	Testimony	Testimoni Pelanggan Luar kota Mamamoo Rental	Stories	-	1 Hari	Design	

**Gambar 3. 13 Content Planner Mamamoo Rental**

- **Menyusun *Copywriting***

Pada tahap ini penulis melakukan penyusunan konten yang dimulai dengan riset audiens untuk memahami kebutuhan, karakter, dan permasalahan target pasar. Selanjutnya adalah menentukan tujuan konten agar pesan yang disampaikan sesuai dengan arah komunikasi Mamamoo Rental. Setelah itu, dibuat kerangka pesan (*headline*, *body copy*, dan *call to action*) dengan prinsip *copywriting* yang menarik perhatian dan relevan. Penyesuaian gaya bahasa dilakukan agar sesuai dengan karakter Mamamoo Rental dan platform media sosial yang digunakan. Terakhir, dilakukan proses *briefing* desain untuk memastikan *copywriting* singkat, jelas, dan mendukung visual konten secara baik.

INSTAGRAM CONTENT	
	Judul
	Kenapa ibu perlu pompa ASI meski bisa menyusui secara langsung? <span style="color: purple;">C</span>
	What Mom Said #Mamamoo_Review <span style="color: grey;">A</span>
	5 Tips ASI lancar untuk New Mom <span style="color: purple;">C</span>
	Spill rekomendasi jadwal pumping <span style="color: blue;">F</span>
	Promo Spesial: Sewa Pompa ASI 1 Minggu GRATIS 2 Hari! <span style="color: red;">S</span>
	Tebak gambar: Alat ini untuk apa ya? <span style="color: green;">S</span>
	Pompa asi bisa disewa? <span style="color: blue;">F</span>
	Manual VS Elektrik: mana pompa ASI yang cocok buat Moms? <span style="color: purple;">C</span>
	Q&A Mamamoo Rental <span style="color: blue;">F</span>
	Paket Bundling Pompa+Nutrilite dengan harga Khusus! <span style="color: red;">S</span>
	Waktu terbaik untuk mempompa ASI dalam sehari <span style="color: purple;">C</span>
	Propaganda I'm not falling for <span style="color: blue;">F</span>

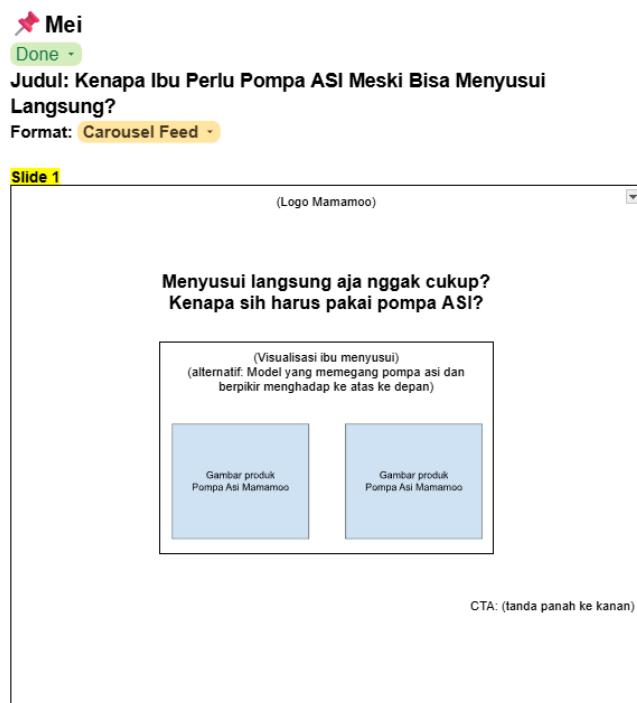
Gambar 3. 14 Copywriting Judul Konten per hari

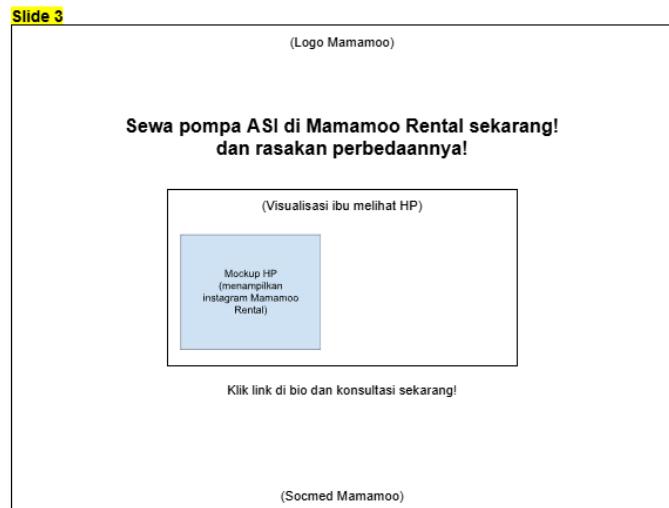
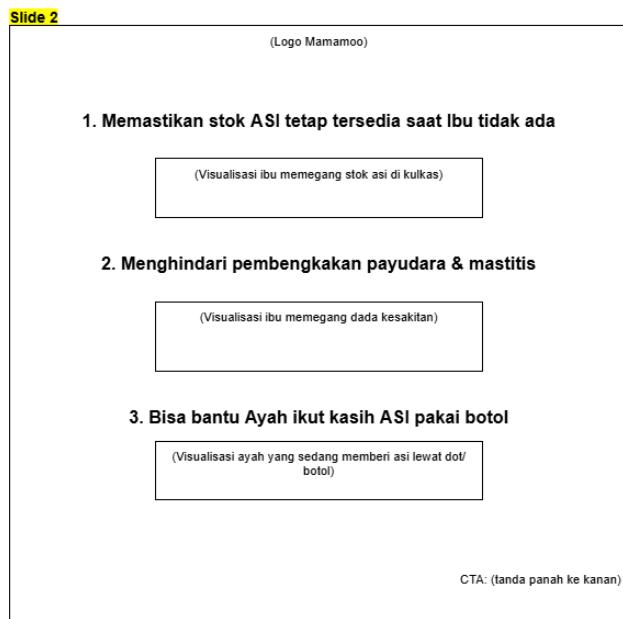


Gambar 3. 15 Penerapan *Copywriting* pada Brief

- *Brief* desain

Setelah menyusun *copywriting*, pada tahap ini penulis melakukan *layouting* dan sketsa awal dalam penempatan desain serta menjadi acuan sebelum ke tahap editing. Referensi pose, referensi konten, durasi dan banyaknya slide *feed carousel* digambarkan pada tahap ini.





**Gambar 3. 16 Briefing Konten Feed Carousel**

- Pengambilan foto produk dan model

Penulis melakukan pengambilan foto-foto produk pompa ASI yang termasuk dalam *best product* Mamamoo Rental sebagai penggambaran secara nyata bahwa Mamamoo adalah tempat yang

menyewakan pompa ASI. Pengambilan foto model dengan berbagai pose juga dilakukan pada tahap ini, penulis memilih model yang memakai hijab agar konten yang dihasilkan tetap sesuai dengan preferensi owner.



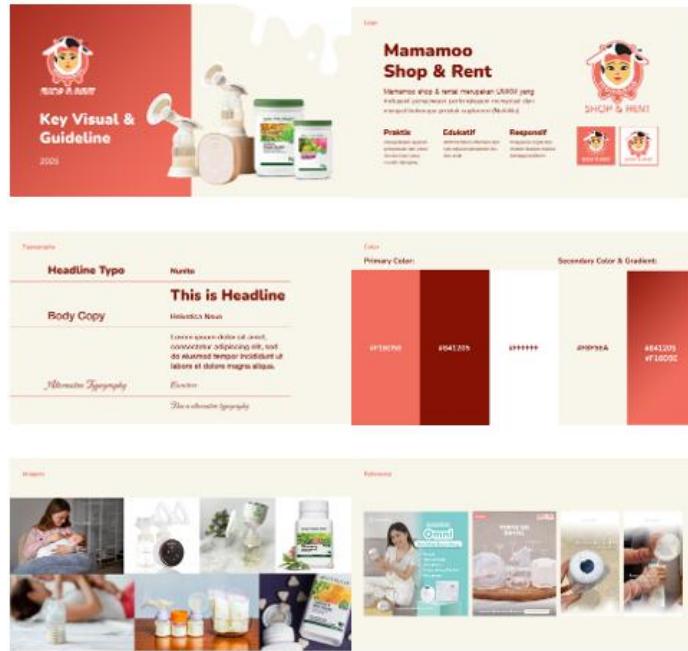
**Gambar 3. 17** Contoh Foto Produk



**Gambar 3. 18** Contoh Foto Model

- Pembuatan *Key Visual*

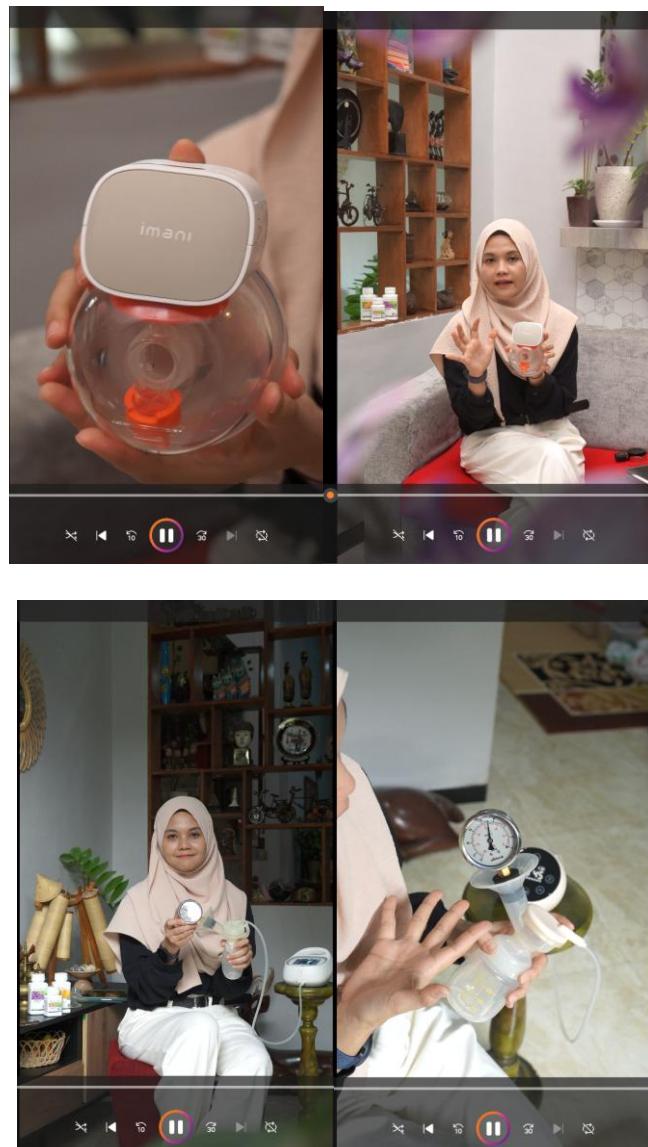
Tahap ini merupakan pembuatan kunci visual yang dijadikan pedoman utama saat perancangan konten. Terdiri dari logo, tipografi, petunjuk warna, *imagery* atau penggambaran, serta referensi konten.



**Gambar 3. 19 Key Visual Mamamoo Rental**

- Pengambilan video untuk reels

Pada tahap ini, penulis melakukan pengambilan video untuk kebutuhan konten *reels* dengan acuan *script* yang disusun pada saat penulisan *copywriting*.



**Gambar 3. 20** Pengambilan Video untuk Reels

### 3.2.3 Visualisasi Konten

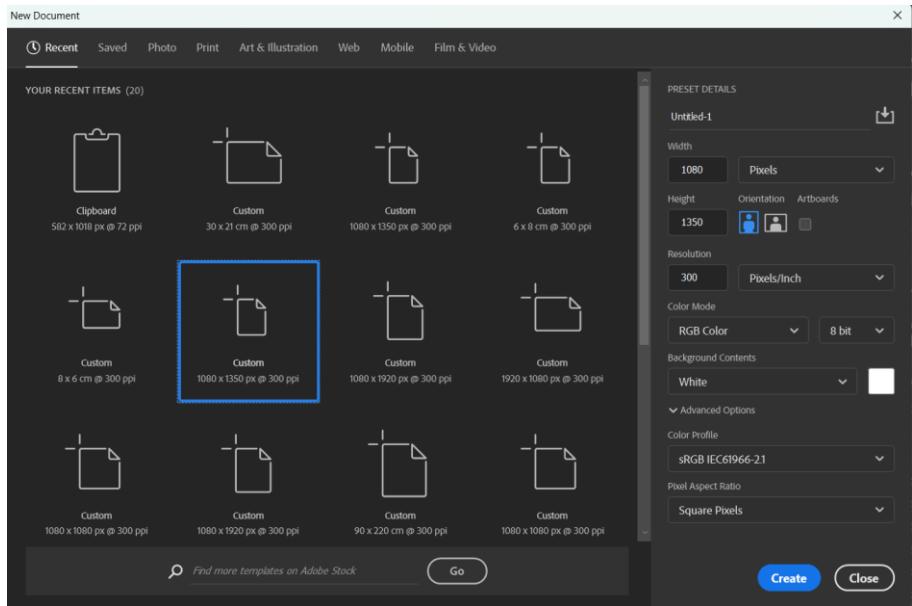
- *Layoutting* desain konten

Langkah selanjutnya yaitu *layoutting* dan *editing* desain konten.

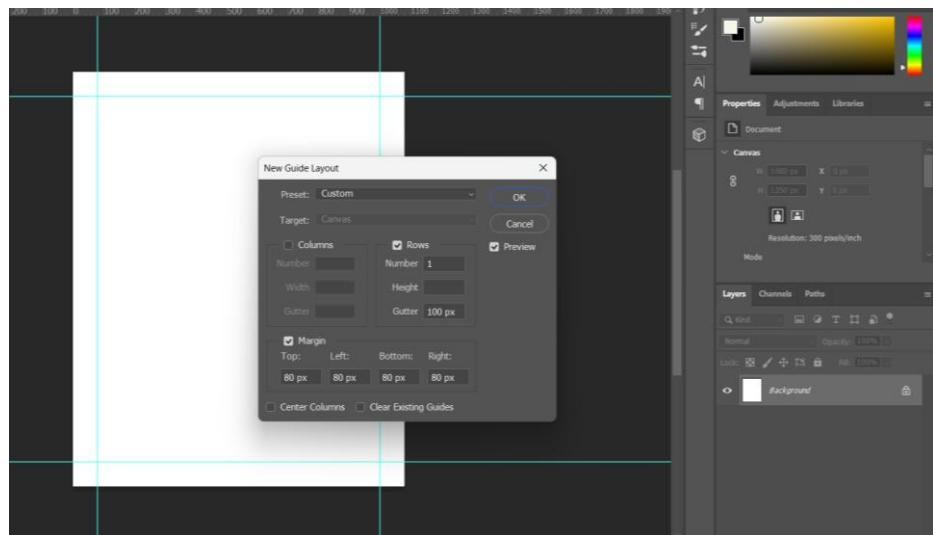
Dengan acuan *brief* yang sudah penulis susun sebelumnya, dapat memudahkan untuk mengerjakan pada tahap ini.

#### 1. Desain *Feed Instagram*

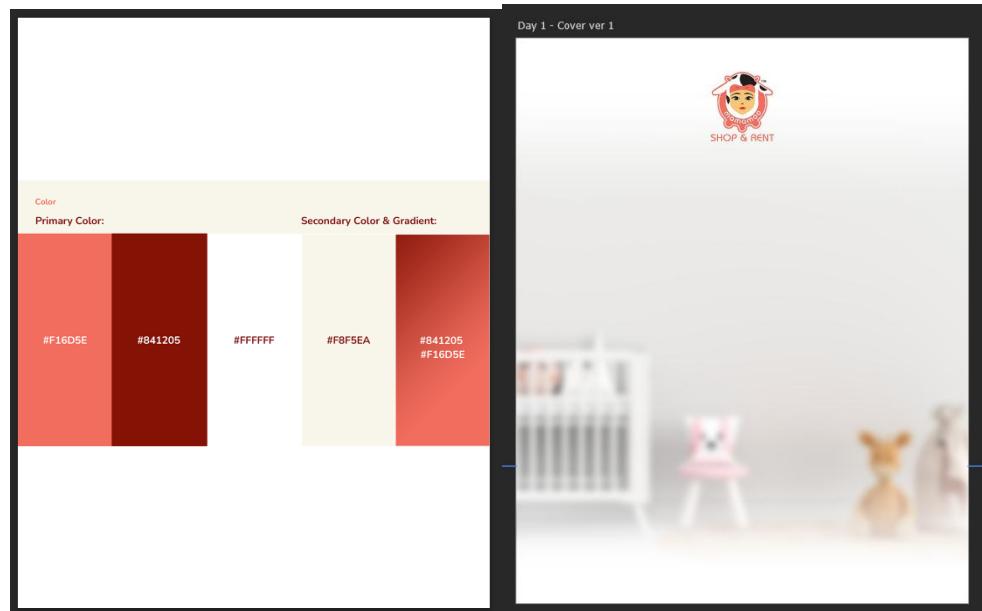
Sebelum melakukan desain, penulis menggunakan acuan *grid* sebagai penanda *safe space* agar desain tetap terbaca dan tidak terpotong.



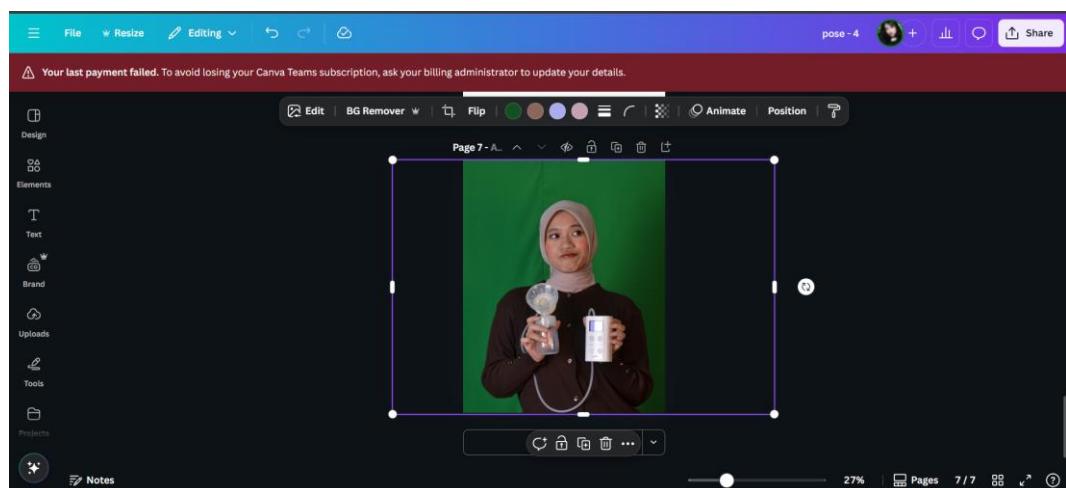
**Gambar 3. 21** Mengatur dimensi Desain Feed Instagram



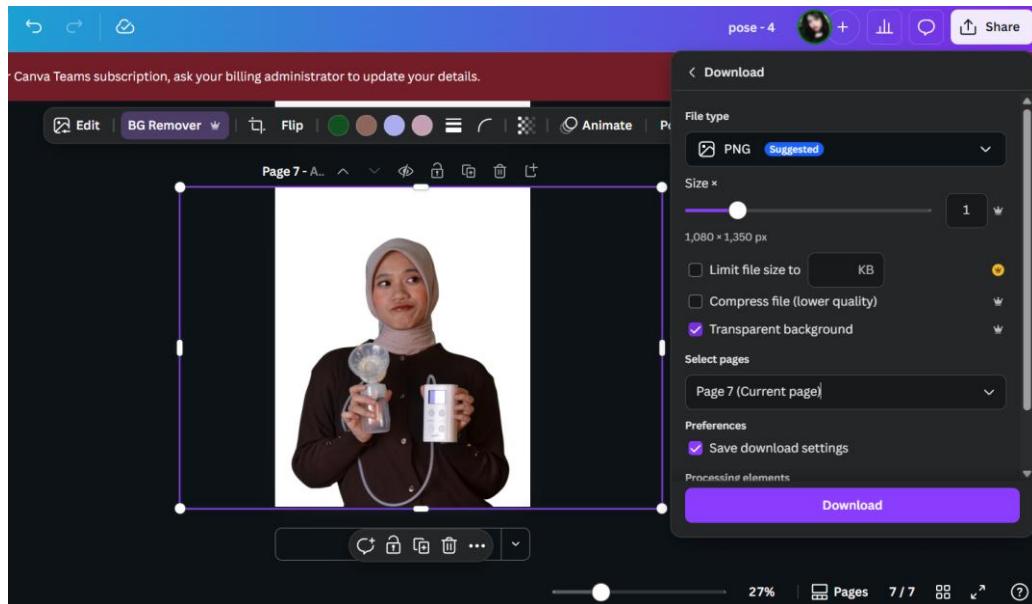
**Gambar 3. 22** Guide Layout Feed



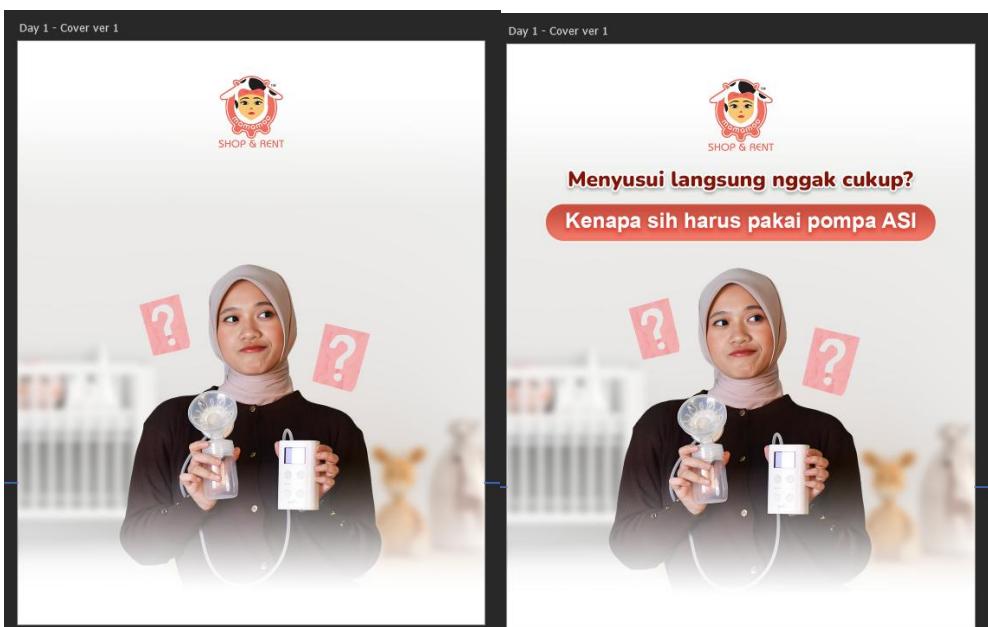
**Gambar 3. 23** Memberi Warna dan Preview background



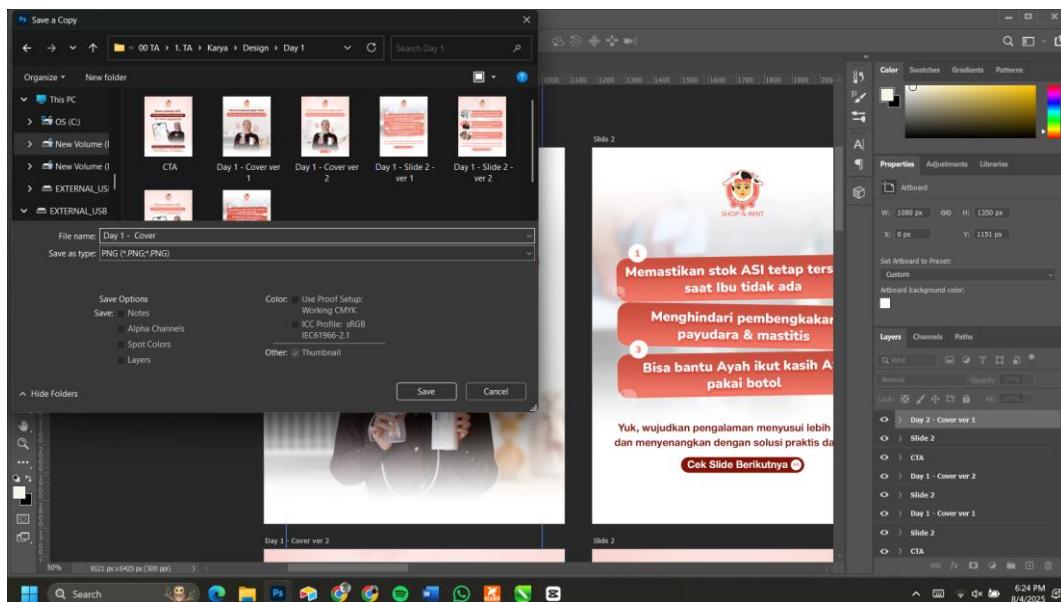
**Gambar 3. 24** Editing Foto di Canva Pro



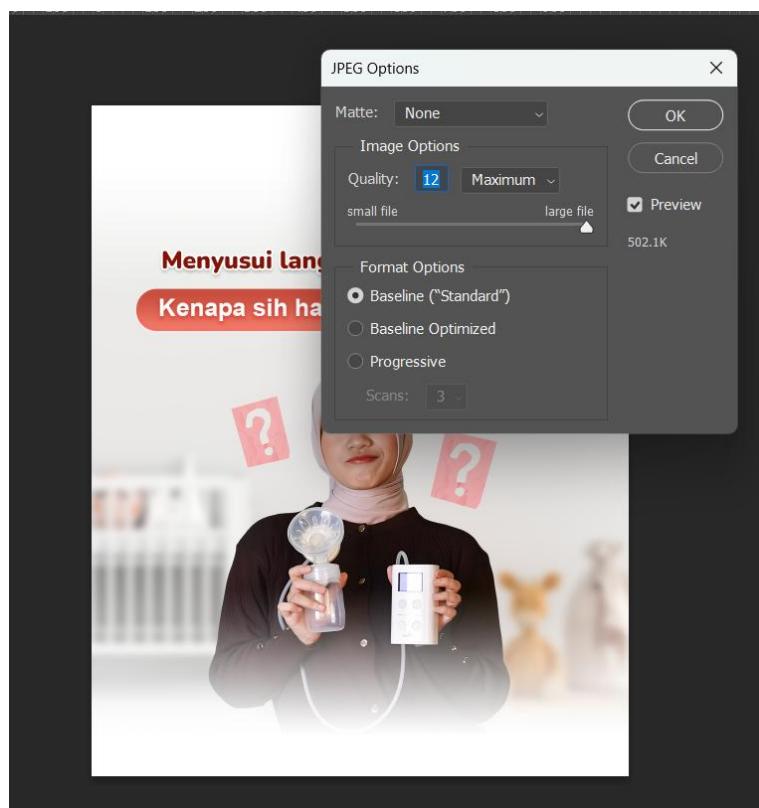
Gambar 3. 25 Download Gambar yang sudah di edit



Gambar 3. 26 Mengisi copywriting sesuai dengan petunjuk Brief

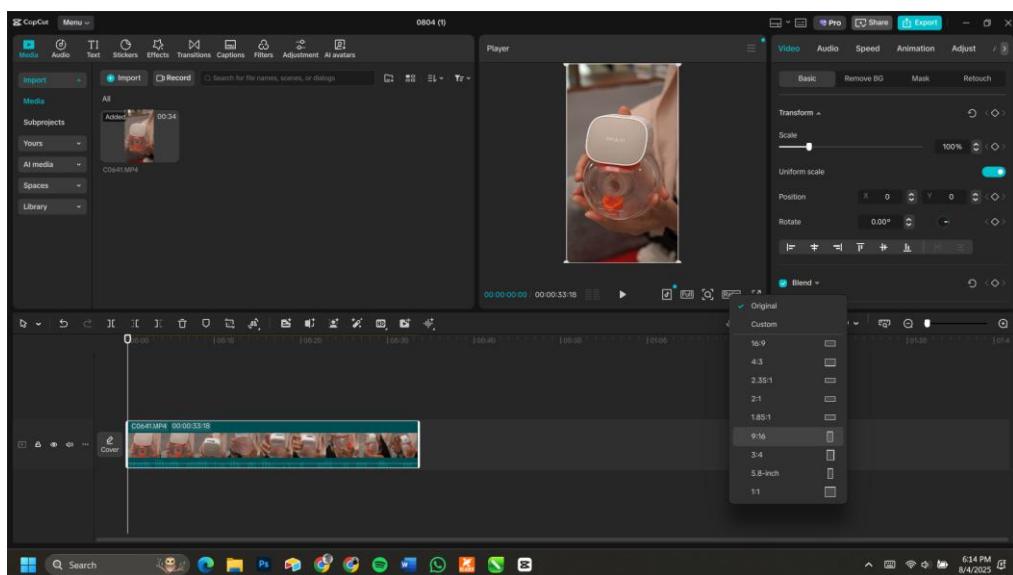


Gambar 3. 27 Export Desain ke format PNG

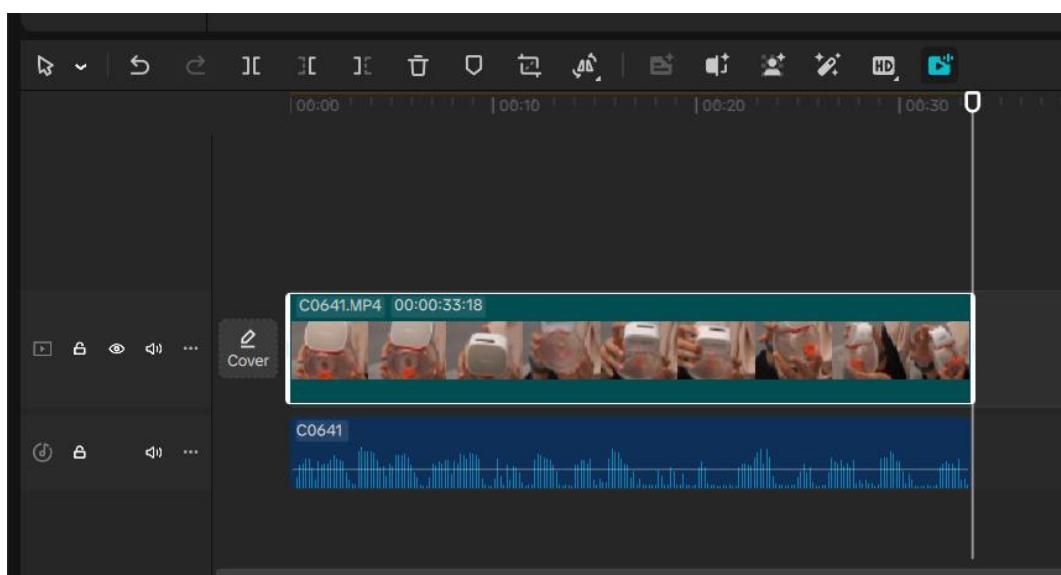


Gambar 3. 28 Memilih resolusi ke maximum

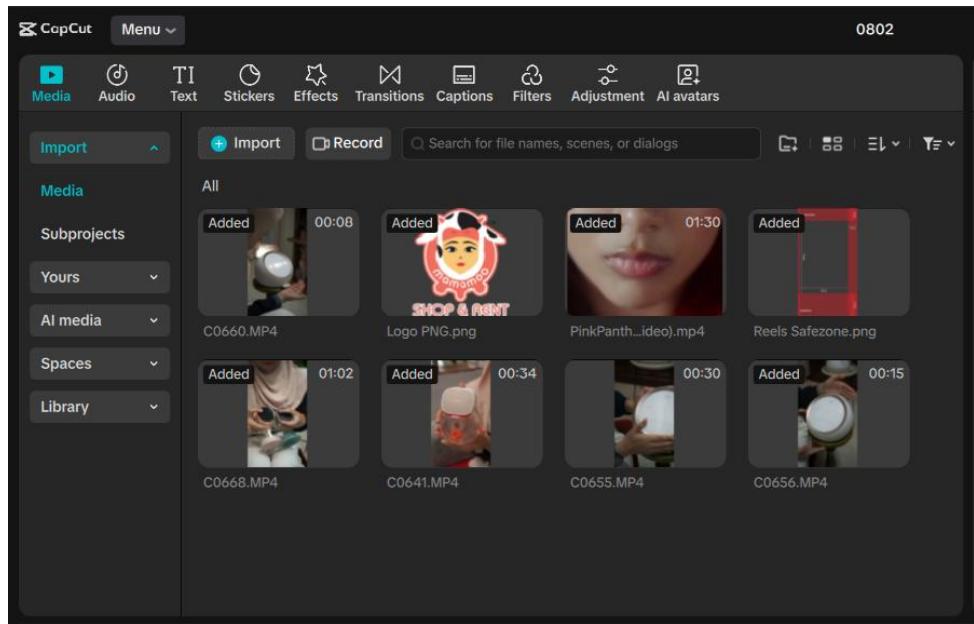
### 3. Editing Reels Instagram



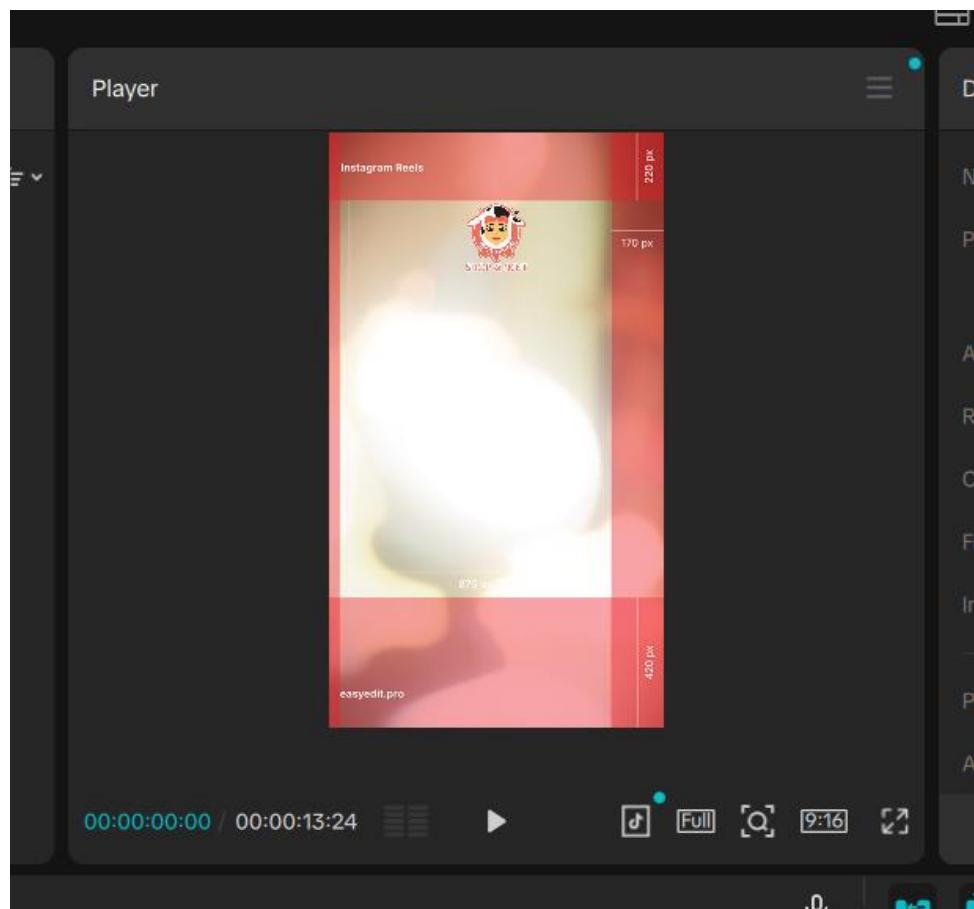
Gambar 3. 29 Mengatur Rasio Video ke 9:16



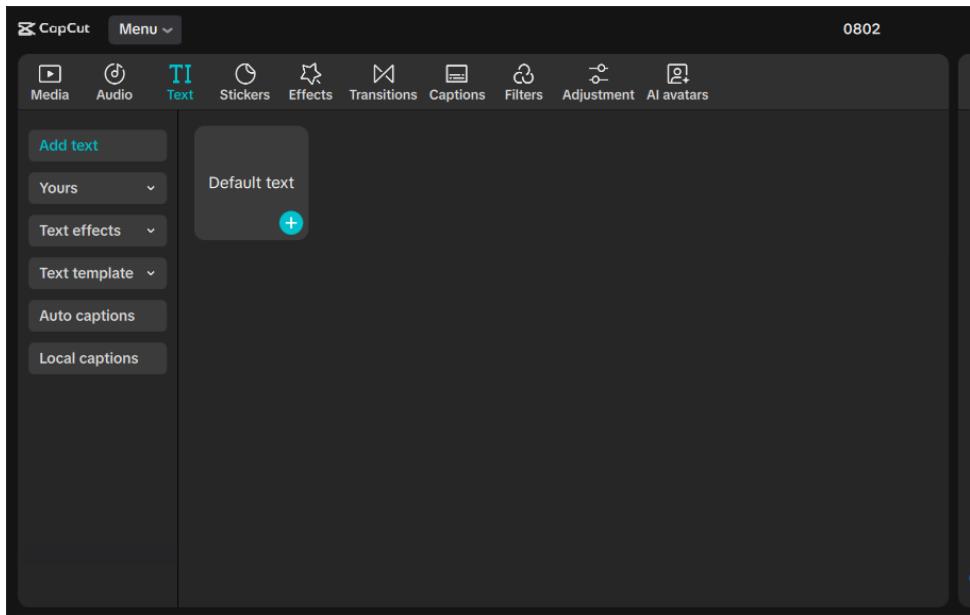
Gambar 3. 30 Extract Audio



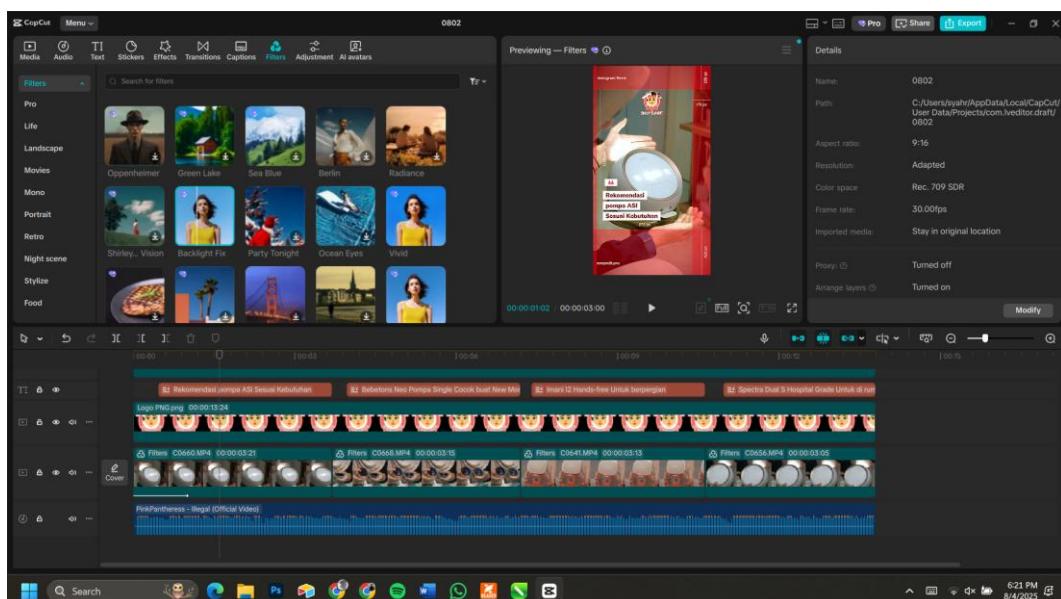
Gambar 3.31 Menambahkan Asset Logo, dll.



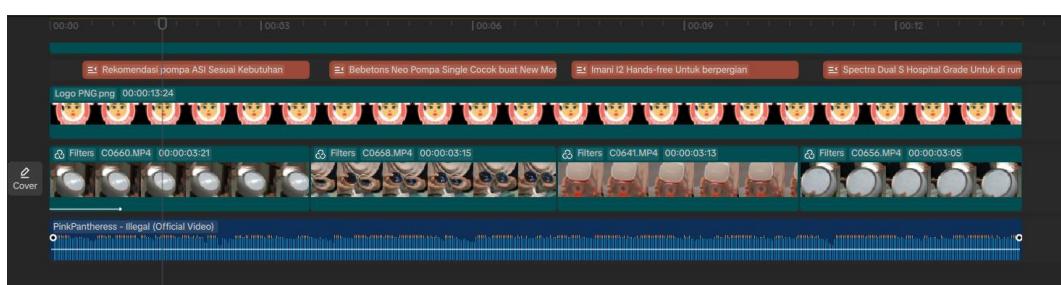
Gambar 3.32 Mengatur Safe Zone Reels



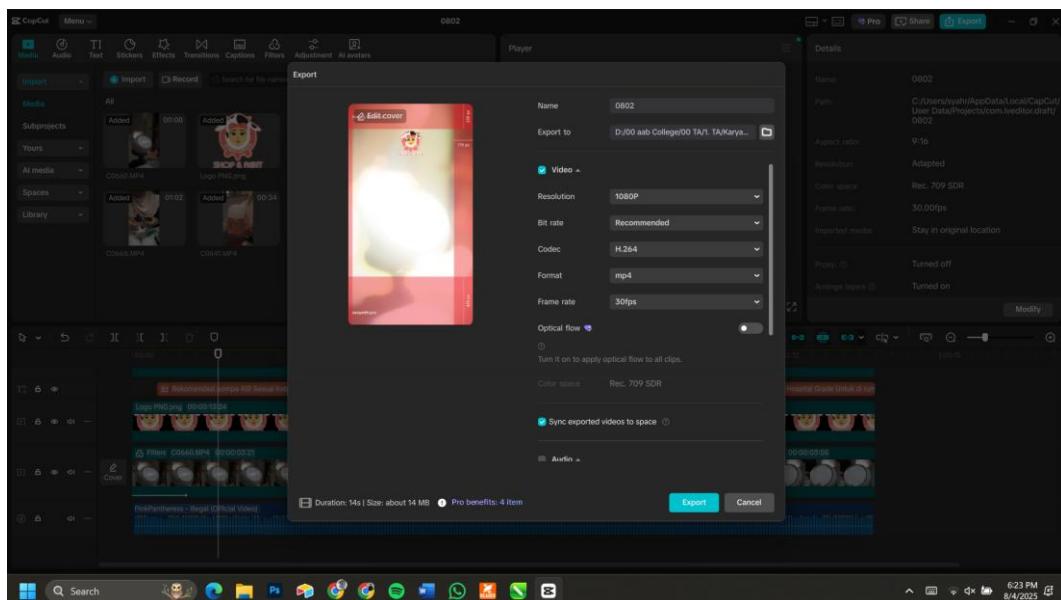
Gambar 3. 33 Memberi Text Sesuai dengan Brief



Gambar 3. 34 Memberikan Efek pada video



Gambar 3. 35 Memberi Lagu Pada Video Reels

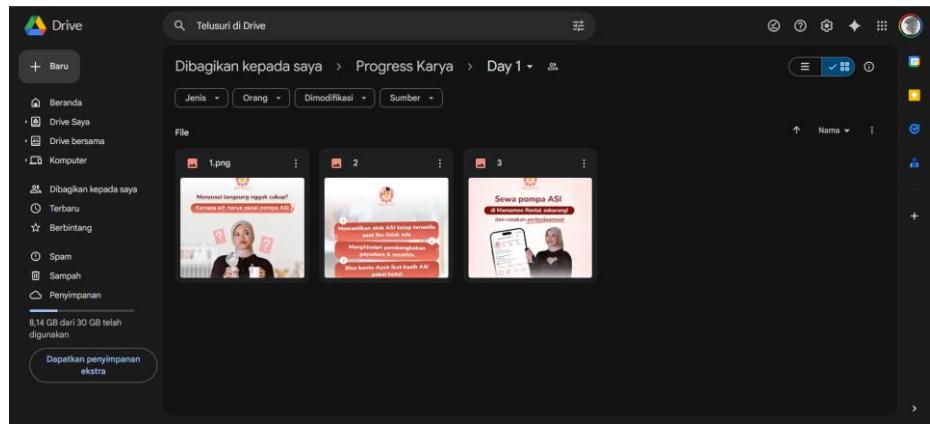


**Gambar 3.36** Export Video Reels dengan format 1080p

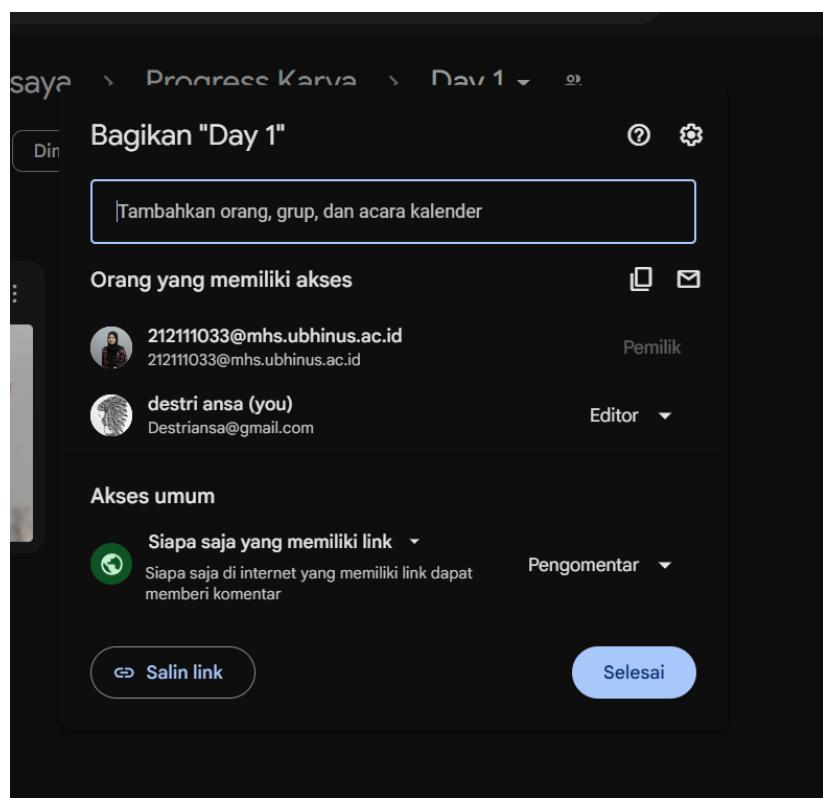
- *Plotting* desain yang sudah selesai pada kalender konten

Setelah desain selesai, penulis lalu mengorganisir kembali file yang ada pada satu folder Google Drive yang bisa di download kapan saja, tujuannya adalah memudahkan bagi owner Mamamoo Rental untuk mereview kembali konten yang sudah jadi, serta memudahkan dalam proses *upload* tanpa membuka perangkat laptop.

CONTENT PLANNER - Mamamoo Rental						
Kategori	Target	Status	Brief	Design	Caption	Keterangan
Carousel Feeds	1 Hari	Design	Brief Day 1			
Motion Video	1 Hari	Design				
Carousel Feeds	1 Hari	Design				
Reels Stories	2 Hari	Design				



Gambar 3.37 Plotting desain (upload Google Drive)



Gambar 3.38 Membagikan File via Link Google Drive

Target	Status	Brief	Design	Caption	Keterangan
1 Hari	Design	Brief Day 1	Day 1		
1 Hari	Design				
1 Hari	Design				
2 Hari	Design				
1 Hari	Design				
1 Hari	Design				
2 Hari	Design				
1 Hari	Design				
2 Hari	Design				
1 Hari	Design				
2 Hari	Design				
1 Hari	Design				

**Gambar 3.39** Paste Link ke Content Planner

### **Gambar 3.40** Menulis Caption



Gambar 3.41 Contoh Konten ter upload

### 3.3 Rancangan Pengujian (*Test*)

Uji coba dilakukan pada dua kelompok validator yang terpisah untuk memanfaatkan pembuatan konten media sosial Instagram guna mengingkatkan kesadaran merek Mamamoo Rental. Pertama, validator media, yang memiliki keahlian dalam desain, layout, ilustrasi, dan visual, menilai kesesuaian konten dengan tujuan perancangan. Kedua, validator materi, yang merupakan pemilik Mamamoo Rental, menilai kesesuaian, *copywriting*, dan tujuan konten. Ketiga, responden audiens. Uji coba dilakukan dengan mengumpulkan data dari kuesioner yang memiliki skala penilaian. Instrumen validator media terdiri dari tiga elemen: kesesuaian visual konten, kreativitas, dan aspek teknis konten. Instrumen validator materi terdiri dari apik pendahuluan, isi, dan evaluasi. Data divalidasi oleh validator.

Hasil uji validitas oleh validator dan uji pengamatan dari kuisioner didapatkan menurut (Damayanti et al., 2018) diperoleh dengan menghitung total skor dan kemudian menghitung persentase dari tiap aspek dengan rumus sebagai berikut:

Keterangan:

$\Sigma S$  : Jumlah skor

$S_{max}$  : Skor Maksimal

$X_i$  : Nilai presentase kelayakan tiap aspek

Analisis digunakan sebagai berikut untuk membagi skor total yang sebenarnya yang diperoleh dari setiap komponen evaluasi, dengan setiap komponen menerima nilai maksimal 5 poin, bersama dengan skor total yang diharapkan. Kembali setelah setelah mengumpulkan hasil presentase, mereka dapat dikategorikan menurut beberapa kriteria yang tercantum pada tabel berikut.

### Lembar validasi untuk ahli media

Komponen yang akan diuji untuk validasi adalah sebagai berikut:

Ket:

1. Sangat Kurang
2. Kurang
3. Cukup
4. Baik
5. Sangat Baik

No	Penilaian	Skor				
		1	2	3	4	5
<b>ASPEK KESESUAIAN VISUAL KONTEN</b>						
1	Kesesuaian warna dengan identitas brand (Brand Guidelines)					
2	Konsistensi penggunaan font sesuai brand					
3	Komposisi layout desain rapi dan proporsional					
4	Visual mendukung penyampaian pesan utama konten					
5	Tata letak teks dan visual mudah dibaca dan tidak berlebihan					
6	Penggunaan elemen grafis (ikon, ilustrasi) relevan & mendukung					
7	Visual mampu menarik perhatian audiens (eye catching)					
8	Kesesuaian visual dengan target audience (Ibu muda/millennial)					

9	Keseimbangan antara teks, gambar, dan ruang kosong (whitespace)				
10	Desain visual konsisten di seluruh konten				
<b>ASPEK KREATIVITAS &amp; KEUNIKAN DESAIN</b>					
11	Desain memiliki ciri khas dan keunikan brand Mamamoo Rental				
12	Gaya visual mencerminkan karakter brand (mommy-friendly & clean)				
13	Inovasi dalam mempresentasikan informasi secara visual				
14	Visual mendukung Call to Action (CTA) dengan efektif				
15	Tata letak desain adaptif untuk berbagai format (Feed, Reels, Story)				
16	Kualitas resolusi gambar/visual sudah sesuai standar digital media				
17	Visual konten mudah diadaptasi untuk media sosial lain (cross-platform)				
18	Desain visual sudah sesuai dengan tren desain media sosial saat ini				
19	Keseimbangan proporsi visual saat dilihat di perangkat mobile				
20	Efektivitas visual dalam mendukung storytelling konten				
Penutup					

### Lembar validasi untuk ahli materi

Komponen yang akan diuji untuk validasi adalah sebagai berikut:

Ket:

1. Sangat Kurang
2. Kurang
3. Cukup
4. Baik
5. Sangat Baik

No	Penilaian	Skor				
		1	2	3	4	5
<b>ASPEK KELAYAKAN ISI KONTEN</b>						
1	Kesesuaian topik konten dengan visi & misi Mamamoo Rental					
2						

	Kesesuaian isi materi dengan produk/jasa Mamamoo Rental				
3	Akurasi informasi/edukasi yang disampaikan				
4	Kualitas data/fakta pendukung dalam konten				
5	Bahasa yang digunakan mudah dipahami				
6	Pemilihan istilah sesuai dengan karakter audiens				
7	Konten mengandung edukasi/informasi yang bernilai tambah				
8	Kejelasan pesan utama dalam setiap konten				
9	Kesesuaian caption dengan visual desain konten				
10	Ajakan Call to Action (CTA) sudah tepat sasaran				
<b>ASPEK KESESUAIAN DENGAN TARGET AUDIENCE</b>					
11	Materi sesuai dengan kebutuhan ibu menyusui (target utama)				
12	Gaya bahasa (tone of voice) sesuai dengan karakter audiens				
13	Konten mudah dimengerti oleh ibu baru (new mom)				
14	Konten relevan dengan permasalahan audiens (problem solving)				
15	Materi mendukung engagement dengan audiens				
<b>ASPEK KETERHUBUNGAN DENGAN STRATEGI BRAND AWARENESS</b>					
16	Materi mendukung peningkatan brand awareness				
17	Konten mencerminkan keunikan value Mamamoo Rental				
18	Kesesuaian visual dan tone dengan citra brand Mamamoo				
19	Materi dapat meningkatkan kepercayaan calon pelanggan				
20	Konsistensi pesan brand di seluruh konten				
Penutup					

Selanjutnya, uji responden audiens Instagram Mamamoo Rental dilakukan secara daring melalui Google Form dengan melampirkan konten-konten yang mewakili *main pillar*. Pengamatan ini juga memungkinkan audiens untuk mengidentifikasi konten yang memerlukan perbaikan atau penyesuaian lebih lanjut pada konten media sosial Instagram sebagai *brand awareness* Mamamoo rental.

## **Lembar validasi uji responden**

Komponen yang akan diuji untuk validasi adalah sebagai berikut:

Ket:

1. Sangat Kurang
2. Kurang
3. Cukup
4. Baik
5. Sangat Baik

No	Penilaian	Skor				
		1	2	3	4	5
1	Apakah tampilan visual (warna, ilustrasi, tata letak) pada konten ini menarik perhatian Anda?					
2	Seberapa mudah Anda memahami isi konten dari segi desain dan visualisasi?					
3	Apakah teks atau caption dalam konten ini informatif dan mudah dipahami?					
4	Gaya bahasa dalam caption terasa...					
5	Apakah setelah melihat konten ini Anda mengetahui tempat sewa Mamamoo Rental?					
6	Seberapa besar kemungkinan Anda mempertimbangkan menggunakan jasa Mamamoo Rental setelah melihat konten ini?					
Penutup						

Serta beberapa pertanyaan pendukung guna untuk mengetahui apakah target audiens yang dituju sudah sesuai, menentukan sejauh mana jangkauan/*reach* konten Instagram Mamamoo Rental. Beberapa pertanyaan terkait preferensi audiens juga terlampir pada tabel berikut:

Pertanyaan terkait data responden
1. Nama Responden
2. Usia Responden
3. Domisili Responden
4. Status Responden
5. Apa yang menurut Anda bisa ditingkatkan dari konten ini?

<b>Pertanyaan terkait data responden</b>
6. Jenis konten seperti apa yang paling Anda suka? (Boleh pilih lebih dari satu) : Edukasi menyusui, Testimoni pelanggan, Tips seputar perawatan bayi, promosi dan diskon, lainnya.
7. Adakah topik tertentu yang ingin Anda lihat di Instagram Mamamoo Rental?
8. Topik seperti apa yang ingin Anda lihat? bisa dijelaskan secara singkat