



**PRODUKSI VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PADA REELS
INSTAGRAM SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN PLN *MOBILE* PLN
UNIT LAYANAN PELANGGAN SEMARANG BARAT**

TUGAS AKHIR

Oleh :

RIZKY ADITYA

NIM 40020619650192

PROGRAM STUDI INFORMASI DAN HUBUNGAN MASYARAKAT

DEPARTEMEN INFORMASI DAN BUDAYA

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2023



**PRODUKSI VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PADA REELS
INSTAGRAM SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN PLN *MOBILE* PLN
UNIT LAYANAN PELANGGAN SEMARANG BARAT**

TUGAS AKHIR

Oleh :

RIZKY ADITYA

NIM 40020619650192

PROGRAM STUDI INFORMASI DAN HUBUNGAN MASYARAKAT

DEPARTEMEN INFORMASI DAN BUDAYA

SEKOLAH VOKASI


UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini disusun tanpa mengambil bahan hasil karya ilmiah baik untuk memperoleh suatu gelar sarjana atau diploma yang sudah ada di universitas lain maupun hasil penulisan lainnya. Penulis juga menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain kecuali yang sudah disebutkan dalam rujukan dan dalam Daftar Pustaka. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiasi/penjiplakan.

Nama : Rizky Aditya
NIM : 40020619650192
Tanda Tangan : 
Tanggal : 10 September 2023

HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Proposal Tugas Akhir ini diajukan oleh :

NAMA : RIZKY ADITYA

NIM : 40020619650192

Program Studi/Konsentrasi : Informasi dan Humas/Humas

Judul Proposal Tugas Akhir : Produksi Video Iklan Layanan Masyarakat Pada Reels Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran PLN *Mobile* PLN Unit Layanan Pelanggan Semarang Barat.

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr) pada Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro

TIM PENGUJI

Pembimbing : Dr. Yanuar Luqman S.Sos., M.Si. (.....)

Penguji I: Muhammad Bayu Widagdo, S.Sos., M.I.Kom. (.....)

Penguji II : Agus Naryoso, S.Sos., M.Si. (.....)

Semarang, 10 September 2023

Ketua Prodi Informasi dan
Humas,

Dra.Sri Indrahti,M.Hum
NIP.196602151991032001

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademis Universitas Diponegoro, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : RIZKY ADITYA
NIM : 40020619650192
PROGRAM STUDI : S.Tr. INFORMASI DAN HUMAS
DEPARTEMEN : INFORMASI DAN BUDAYA
FAKULTAS : SEKOLAH VOKASI
JENIS KARYA : TUGAS AKHIR

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Diponegoro Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*None-exclusive Royalty FreeRight*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**PRODUKSI VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PADA
REELS INSTAGRAM SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN
PLN *MOBILE* PLN UNIT LAYANAN PELANGGAN SEMARANG
BARAT**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Diponegoro berhak menyimpan, mengalih media/formatkan mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhirsaya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang 10 September 2023

Yang menyatakan,



Rizky Aditya
NIM. 40029619650192

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

"Teruslah kejar apa yang engkau inginkan, meski harus menguras seluruh tenaga dan emosi. Karena usaha tidak akan mengkhianatimu."

Rizky Aditya

Dipersembahkan Untuk:

1. Universitas Diponegoro
2. Sekolah Vokasi
3. Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas
4. Seluruh Staff PT. PLN Unit Layanan Pelanggan Semarang Barat
5. Keluarga dan teman-teman

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang atas rahmat-Nya dan karunianya saya dapat menyelesaikan Karya Ilmiah yang berjudul ‘PRODUKSI VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PADA REELS INSTAGRAM SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN PLN *MOBILE* PLN UNIT LAYANAN PELANGGAN SEMARANG BARAT’ Penyusunan Karya Ilmiah ini didasari dengan ilmu yang didapatkan dalam jurusan Informasi dan Hubungan Masyarakat pada konsentrasi *Public Relations*. Karya Ilmiah ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Tugas Akhir pada program studi Informasi dan Hubungan Masyarakat. Tugas akhir ini terdiri dari beberapa BAB antara lain:

BAB I Pendahuluan, penulis menjelaskan terkait dengan latar belakang penulisan Tugas Akhir pemasaran PLN *Mobile* melalui video ILM yang dilatar belakangi dengan angka pengguna PLN *Mobile* yang belum mencapai target, selain itu pada bab ini berisi rumusan masalah mengenai rancangan konsep video ILM untuk pemasaran PLN *Mobile*, tujuan proyek, manfaat proyek, dan luaran yang didapatkan pada Tugas Akhir branding PLN *Mobile*.

BAB II berisi kajian karya ilmiah terdahulu mengenai strategi pemasaran aplikasi dan mengenai pemanfaatan sosial media Instagram pada perusahaan yang penulis analisis dan Landasan Teori konsep pemasaran yang digunakan penulis dalam menulis Tugas Akhir ini.

BAB III Berisi mengenai *profile* klien yaitu PLN Unit Layanan Pelanggan Semarang Barat, metode pelaksanaan yang berisi pra produksi, produksi dan pasca produksi, konsep penciptaan karya video ILM, rancangan karya dalam bentuk SSG skrip, dan skenario, *timeline* pelaksanaan, dan rancangan harga yang digunakan dalam proyek video ILM ini.

BAB IV Berisi mengenai analisis hasil, yaitu penulis menganalisis konsep video ILM dan alur cerita, *review* klien dan pelanggan PLN.

BAB V Penutup, penulis memberikan penjelasan terkait kesimpulan mengenai bentuk pesan yang penulis sampaikan melalui video ILM dan saran mengenai *project* produksi video ILM. Selanjutnya terdapat Lampiran, penulis memberikan informasi lebih detail terkait lampiran surat Kerjasama dengan PLN, dan gambar dokumentasi pada proyek Tugas Akhir ini.

Semarang, 10 September 2023



Penulis

ABSTRAK

Setiap Perusahaan memiliki strategi untuk memasarkan suatu produk yang dihasilkan. PLN Unit Layanan Pelanggan Semarang Barat memiliki Aplikasi yang disebut dengan PLN *Mobile* dimana aplikasi tersebut memudahkan pelanggannya dalam urusan listrik dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan pra riset, masalah yang ditemukan yaitu angka pengguna PLN *Mobile* masih harus ditingkatkan melalui komunikasi pemasaran *Public Relations*. Terdapat berbagai cara kegiatan pemasaran, salah satunya melalui video iklan layanan masyarakat. Dimana video ILM itu sendiri merupakan salah satu *tools* atau alat yang digunakan sebagai media promosi yang di dalamnya memiliki pesan yang dikemas melalui konsep atau alur cerita. Proyek tugas akhir ini melewati proses pra produksi, produksi dan pasca produksi perancangan video iklan layanan masyarakat, dimana pada ketiga proses tersebut dilakukannya perancangan konsep pembuatan video ILM, agar video ILM yang dihasilkan informatif dan bermanfaat untuk masyarakat. Pengambilan konsep video ILM yaitu dengan menuangkan fitur-fitur yang ada pada PLN *Mobile* sehingga dapat menunjukkan kemudahan dari aplikasi PLN *Mobile*. Pada tahap pra produksi penulis melakukan riset data mengenai pengguna PLN *Mobile* pada bulan April 2023. Pada tahap produksi atau pelaksanaan penulis membuat video mengenai informasi penggunaan aplikasi PLN *Mobile*, lalu pada tahap pasca produksi penulis mengevaluasi mengenai teknik pengambilan video atau gambar hingga evaluasi data pengguna PLN *Mobile* pada bulan September 2023. Terdapat pesan komunikasi di dalam proses pemasaran melalui logo PLN *Mobile* yang terdapat pada bagian akhir video sebagai bentuk pemasaran PLN *Mobile*. Hasil video ILM juga melalui tahap *engagement* pelanggan PLN melalui *insight* yang ada pada video ILM yang telah diunggah pada sosial media Instagram PLN ULP. Dalam *review* tersebut secara garis besar klien dan pelanggan sangat mengapresiasi dan mendapatkan informasi mengenai PLN *Mobile* melalui video ILM tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa video iklan layanan masyarakat merupakan langkah yang tepat untuk melakukan pemasaran PLN *Mobile*.

Kata Kunci: *Produksi Video, Video Iklan Layanan Masyarakat, Komunikasi Pemasaran, PLN Mobile.*

ABSTRACT

Every company has a strategy for marketing a product they produce. PLN West Semarang Customer Service Unit has an application called PLN Mobile where this application makes it easier for its customers to deal with electricity in their daily lives. Based on pre-research, the problem found is that the number of PLN Mobile users still needs to be increased through Public Relations marketing communications. There are various ways of marketing activities, one of which is through public service advertising videos. Where the ILM video itself is one of the tools or tools used as promotional media which contains a message packaged through a concept or storyline. This final project goes through the pre-production, production and post-production processes of designing public service advertisement videos, where in these three processes the concept design for making ILM videos is carried out, so that the resulting ILM videos are informative and useful for the community. The ILM video concept is taken by explaining the features of PLN Mobile so that it can show the convenience of the PLN Mobile application. In the pre-production the author conducted data research regarding PLN Mobile users in April 2023. In the production or implementation stage the author made a video regarding information on using the PLN Mobile application, then in the post-production stage the author evaluated video or image capture techniques and evaluated PLN user data. Mobile in September 2023. There is a communication message in the marketing process through the PLN Mobile logo at the end of the video as a form of PLN Mobile marketing. The results of the ILM video also go through the PLN customer engagement stage through the insights contained in the ILM video which has been uploaded to PLN ULP's Instagram social media. In general, in this review, clients and customers really appreciate and get information about PLN Mobile through the ILM video. So, it can be concluded that public service advertising videos are the right step for marketing PLN Mobile.

Keywords: *Video Production, Public Service Advertisement Video, Marketing communication, PLN Mobile.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Karya Bidang	6
1.4 Manfaat Karya Bidang.....	6
1.5 Luaran.....	6
BAB II.....	8
3.1 Kajian Penelitian Terdahulu	8

3.1.1 Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Pelanggan Pada PT PLN (Persero) UP2D Kalselteng Di Banjarbaru.....	8
3.1.2 Inovasi Layanan PLN Mobile Di PT. PLN (Persero) Area Surabaya Selatan	9
3.1.3 Produksi Video Iklan Layanan Masyarakat “Hemat Listrik” Dengan Teknik Motion Grafik Sebagai Upaya Mengedukasikan Masyarakat	10
3.2 Landasan Konsep	11
3.2.1 Perancangan Video Iklan Masyarakat.....	11
3.2.2 Instagram sebagai Strategi Pemasaran	11
3.2.3 Peran PLN sebagai Lembaga Pelayanan Publik.....	12
3.2.4 Strategi Komunikasi	13
BAB III	15
3.1 Klien Karya Bidang	15
3.2 Profil PLN ULP Semarang Barat	15
3.3 Konsep Karya Bidang.....	15
3.4 Iklan Layanan Masyarakat.....	16
3.4.1 Mekanisme Konsep Karya Bidang.....	16
3.5 Rencana Anggaran	54
3.6 Rincian Waktu Produksi	55
BAB IV	56
4.1 Analisis Masalah	56
4.2 Tahap Pelaksanaan	57
4.2.1 Tahap Pra Produksi	57
4.2.2 Tahap Produksi	57

4.2.3 Tahap Pasca Produksi.....	62
4.3 Pembahasan Hasil.....	65
4.4 Pengguna PLN <i>Mobile</i> Pasca Produksi.....	70
BAB V	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konten PLN Mobile	3
Gambar 3. 1 Gedung PLN ULP Semarang Barat	15
Gambar 4. 1 Scene Urusan Listrik PLN Mobile Aja.....	58
Gambar 4. 2 Scene Urusan Listrik PLN Mobile Aja.....	59
Gambar 4. 3 Scene Mau Liburan? Jangan Lupa Swacam	60
Gambar 4. 4 Scene Pengaduan Listrik Tinggal Klik, Beres	60
Gambar 4. 5 Scene Demi Yang Tersayang, PLN Mobile Aja	61
Gambar 4. 6 Scene Sinyal Kurang Bagus? Tenang Ada ICONNET.....	62
Gambar 4. 7 Proses Editing Video Iklan Layanan Masyarakat	62
Gambar 4. 8 Export Video Hasil Editing	64
Gambar 4. 9 Upload Video ke Drive	64
Gambar 4. 10 Video “Urusan Listrik? PLN Mobile Aja”	66
Gambar 4. 11 Video “Mau Liburan? Jangan Lupa Swacam”	67
Gambar 4. 12 Video “Pengaduan Listrik Tinggal Klik, Beres”	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna PLN Mobile.....	2
Tabel 3. 1 Standard Sequence Guide Video ILM #1.....	18
Tabel 3. 2 Standard Sequence Guide Video ILM #2.....	21
Tabel 3. 3 Standard Sequence Guide Video ILM #3.....	25
Tabel 3. 4 Standard Sequence Guide Video ILM #4.....	29
Tabel 3. 5 Standard Sequence Guide Video ILM #5.....	33
Tabel 3. 6 Tabel Rencana Anggaran.....	54
Tabel 3. 7 Tabel Pelaksanaan Tugas Akhir.....	55
Tabel 3. 8 Tabel Perencanaan Tugas Akhir	55
Tabel 4. 1 Data Pengguna PLN Pasca Produksi	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Penelitian.....	75
Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian 2.....	76
Lampiran 3 Dokumentasi bersama Assistant Manager Komunikasi.....	76
Lampiran 4 Pelaksana Mengarahkan Talent Berdasarkan Script.....	77
Lampiran 5 Pelaksana Melakukan Tahap Editing.....	77
Lampiran 6 Hasil Turnitin.....	78