



**Implementasi Strategi Public relations Untuk Meningkatkan Engagament
Rate PFN Heritage PT. Produksi Film Negara Melalui Konten TikTok**

TUGAS AKHIR

Inez Karissa

40020620650034

PROGRAM STUDI STr. INFORMASI DAN HUMAS

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2024



Implementasi Strategi Public relations Untuk Meningkatkan Engagament Rate

PFN Heritage PT. Produksi Film Negara Melalui Konten TikTok

Diajukan sebagai Salah satu Syarat untuk Memperoleh

Program Gelar Sarjana Terapan Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang

Disusun Oleh:

Inez Karissa

40020620650034

PROGRAM STUDI STr. INFORMASI DAN HUMAS

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun tanpa mengambil bahan hasil penelitian baik untuk memperoleh suatu gelar sarjana atau diploma yang suda ada di universitas lain maupun hasil penelitian lainnya. Penulis juga menyatakan bahwa skripsi 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 : Inez Karissa

NIM : 40020620650034

Tanda Tangan :



Tanggal : 7 Oktober 2024

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

Implementasi Strategi Public relations Untuk Meningkatkan Engagament Rate

PFN Heritage PT. Produksi Film Negara Melalui Konten TikTok

Oleh:

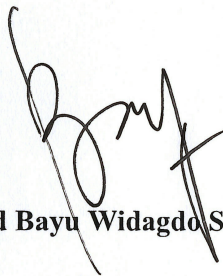
Inez Karissa

40020620650034

Semarang, 7 Oktober 2024

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



Muhammad Bayu Widagdo S.sos, M.I.Kom

NIP. 1980022620140441001

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Inez Karissa

NIM : 40020620650034

Program Studi / Konsentrasi : S.Tr Informasi & Humas / Humas

Judul Proposal Tugas Akhir : Implementasi Strategi Public relations Untuk Meningkatkan Engagament Rate PFN Heritage PT. Produksi Film Negara Melalui Konten TikTok

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (STr.) pada Program Studi Sarjana Terapan Sains dan Informasi, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

TIM PENGUJI

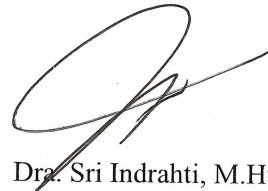
Pembimbing : Muhammad Bayu Widagdo S.Sos, M.I.Kom

Penguji I : Agus Naryoso S.Sos., M.Si.

Penguji II : Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom

Semarang, 7 Oktober 2024

Ketua Prodi Informasi dan Humas



Dra. Sri Indrahti, M.Hum

NIP. 196602151991032001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“ Do something today that your future self will thank you for. Don’t Stop until you’re proud”

Inez Karissa

Persembahan :

Tugas akhir ini kupersembahkan bagi:

1. Allah Robbul 'alamin, Tuhan Penguasa Alam, berkat kasih dan anugerah-Nya saya dapat menyelesaikan pendidikan di Universitas Diponegoro.
2. Orang tua yang amat saya cintai, Bapak Ir.Marzuki dan Ibu Evi Kamila yang selalu mengalirkan doa dan dukungan mereka hingga saya bisa berdiri tegak sampai saat ini.
3. Segenap civitas akademika Universitas Diponegoro,Fakultas Sekolah Vokasi, yang terkasih dankuhormati, para dosen yang senantiasa tulusberdedikasi untuk membimbing.
4. Seluruh Karyawan dan Peserta Magang PT Produksi Film Negara

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur selalu dipanjatkan kepada Allah SWT karena karunia-Nya penulis dapat diberikan kesehatan, ilmu, dan kesempatan menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Implementasi Strategi Public relations Untuk Meningkatkan Engagament Rate PFN Heritage PT. Produksi Film Negara Melalui Konten TikTok” Tugas akhir ini merupakan sebuah bentuk pertanggung jawaban penulis sebagai Mahasiswa dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan jurusan Informasi dan Hubungan Masyarakat Fakultas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro. Penulis berharap, Tugas Akhir ini bisa bermanfaat bagi instansi dan bisa digunakan untuk menambah ilmu pengetahuan mengenai ruang lingkup kehumasan dan produksi media public relations. Pembahasan dari project tugas akhir yang telah disusun oleh penulis ini terdiri dari 5 BAB, Adapun penyusunannya dapat dijabarkan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN : Diawali dengan membahas latar belakang masalah engagement rate pada platform TikTok PFN Heritage. Di lampirkan juga engagement TikTok PFN Heritage dihitung menggunakan *calculator* engagement rate dan selanjutnya didapatkan rumusan masalah meningkatkan engagement rate TikTok PFN Heritage.

BAB II TINJUAN PUSTAKA : Pada tinjauan pustaka berisi mengenai kajian pustaka terdahulu yang relevan dengan pembahasan dalam project tugas akhir. Terdapat juga beberapa teori yang menguatkan dalam penulisan tugas akhir ini.

BAB III METODE PELAKSANAAN : Berisikan mengenai tahap – tahapan produksi karya bidang yang terbagi menjadi 3 tahapan yaitu : fact finding and defining the problem, planning and programming, action and communication, dan Evaluation. Serta di dalamnya juga dijelaskan mengenai anggaran biaya serta naskah atau Standar Sequence Guide (SSG).

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN : Pada bab ini dijelaskan mengenai hasil dari implementasi strategi public relation untuk meningkatkan engagement rate TikTok PFN Heritage.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN : Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran dari hasil project karya bidang. Adapun kesimpulan saran ini merujuk pada instansi PT Produksi Film Negara dan penulis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, saya mendapatkan banyak bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, saya akan menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Budiyono, M.Si., selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan izin bagi saya dalam menjalankan project selama perkuliahan.
2. Dra. Sri Indrahti, M.Hum., selaku Ketua Program Studi S.Tr. Informasi dan Hubungan Masyarakat, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro yang telah memberikan arahan dan kebijakan untuk menyusun Tugas Akhir ini.
3. Muhammad Bayu Widagdo S.sos, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga saya dapat menyelesaikan rangkaian magang hingga Tugas Akhir ini.
4. Agus Naryoso, S.Sos., M.Si, dan Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan terhadap karya Tugas Akhir penulis.
5. Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan arahan dan kebijakan mekanisme penulisan Tugas Akhir.
6. Dwi Heriyanto B. selaku Direktur Utama PT Produksi Film Negara (Persero) yang telah memberikan izin penulis untuk melaksanakan penelitian di PT Produksi Film Negara (Persero).
7. Dirana Sofiah S selaku penanggung jawab program PFN Heritage yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengangkat program ini menjadi *project* tugas akhir penulis.
8. Sunu Pitoyo selaku *head of expert team*, dan Nisa legian *corporate communication* yang telah memberikan kritik dan masukan terkait *project* tugas akhir penulis.
9. Untuk diri saya sendiri, terima kasih sudah mau berusaha dan berjuang sejauh ini.
10. Untuk papa, mama, kakak, adik tercinta terima kasih atas kasih sayang dan untaian doa tiada henti untuk saya dalam mewujudkan impian.
11. Zulham Jataru Al Rasyid, seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya terima kasih atas dukungan yang tak ternilai dalam proses pengerjaan sidang akhir ini, yang

selalu memberikan semangat dan keyakinan bahwa saya mampu melewati setiap tantangannya.

12. Syehani Haura, Zalfa Anggit, yang telah menjadi sumber semangat saya selama mengerjakan tugas akhir. Dukungan kalian sangat berarti bagi saya.
13. Tiara Ghina, Huwaida Ufairah terima kasih selalu memberikan semangat tanpa henti dan membersamai masa perkuliahan saya dari awal hingga akhir.
14. Safira Putri, Zancko, dan Dhaifan yang telah memberikan support dan semangat kepada saya untuk mengerjakan Tugas Akhir ini.

Saya menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, saya mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dalam memberikan informasi serta pengetahuan khususnya dalam bidang kehumasan.

Semarang, Oktober 2024

Penulis,

Inez Karissa

ABSTRAK

PFN heritage merupakan salah satu program yang memiliki potensi besar untuk industri film Indonesia bertujuan menjadi pusat kreatif dan kolaboratif yang mendukung berbagai kegiatan bisnis, produksi, dan acara lainnya dan menarik minat para pengunjung melalui media sosial. Data yang dianalisis pada 6 juni 2024 mendapatkan rendahnya engagement rate pada akun TikTok PFN Heritage yaitu sebesar 1.21%, angka tersebut jauh dari kata baik pada tolak ukur engagement rate. Hal tersebut disebabkan oleh tidak adanya jadwal posting yang konsisten. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi public relations guna meningkatkan engagement rate TikTok PFN Heritage. Metode penelitian melibatkan empat tahap: fact finding dan defining the problem, planning dan programming, actions and communications, serta evaluations. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi public relations ini berhasil meningkatkan engagement rate dalam waktu satu bulan. Dalam Upaya Memperbaiki engagement TikTok PFN Heritage. Peneliti memproduksi konten TikTok dan mengimplementasikan strategi public relation pada akun TikTok PFN Heritage dan memperoleh peningkatan engagement rate dari 1,21% menjadi 5,09%. Hal tersebut menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan berhasil mencapai tingkat lebih baik. Penulis menemukan bahwa ada aspek-aspek yang mempengaruhi peningkatan engagement di TikTok. Aspek pertama adalah waktu publikasi, dimana engagement akan meningkat pada konten video yang diunggah hari kamis. Aspek kedua yaitu tema konten. Konten dengan tema informasi lebih banyak disukai dan meningkatkan interaksi dengan audiens dan juga mendapatkan respon positif .

Kata Kunci: Strategi Public relations , Engagement Rate, TikTok, PFN Heritage, Produksi Film Negara

ABSTRACT

PFN Heritage is one of the programs with great potential for the Indonesian film industry, aiming to become a creative and collaborative hub that supports various business activities, productions, and other events, while attracting visitors through social media. Data analyzed on June 6, 2024, revealed that the engagement rate on the PFN Heritage TikTok account was only 1.21%, a number far from satisfactory by engagement rate standards. This was due to the lack of a consistent posting schedule. The purpose of this research is to formulate a public relations strategy to improve the engagement rate on the PFN Heritage TikTok account. The research method involved four stages: fact-finding and defining the problem, planning and programming, actions and communications, and evaluations. The results of the research showed that the implementation of this public relations strategy successfully increased the engagement rate within one month. In an effort to improve the engagement of PFN Heritage's TikTok account, the researcher produced TikTok content and implemented a public relations strategy, resulting in an increase in the engagement rate from 1.21% to 5.09%. This indicates that the strategy applied successfully achieved a better level of engagement. The author found that there are aspects influencing the increase in TikTok engagement. The first aspect is the time of publication, where engagement tends to increase for videos uploaded on Thursdays. The second aspect is the content theme. Content with informative themes is more preferred and increases interaction with the audience, also receiving positive feedback.

Keywords: Public relations strategy, Engagement rate, TikTok, PFN Heritage, Film production Indonesia

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan.....	5
1.4 Manfaat.....	5
1.5 Luaran.....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Karya Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 Engagement Rate.....	8
2.2.2 Strategi Public relations	8

2.2.3	TikTok.....	10
2.2.4	Videografi.....	13
BAB III		17
METODE PELAKSANAAN		17
3.1	Profil Klien.....	17
3.2	Bagan Alur Pembuatan	18
3.3	Metode Pelaksanaan.....	18
3.3.1	Fact Finding and Defining the Problem	18
3.3.2	Planning and Programming	19
3.3.3	Action and Communications	25
3.3.4	Evaluations	26
3.4	Rancangan Karya	27
3.5	Timeline Pelaksanaan	27
3.6	Rancangan Anggaran	28
BAB IV		29
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		29
4.1	Gambaran Umum Permasalahan.....	29
4.2	Perencanaan Implementasi Strategi Publik Relation	30
4.2.1	Pembuatan Tema Konten.....	30
4.2.2	Pembuatan panduan Publikasi	30
4.2.3	Penyusunan Target Keberhasilan	31
4.3	Pelaksanaan Implementasi Strategi Public relations.....	32
4.3.1.	Timeline Publikasi	32
4.3.2.	Publikasi Konten.....	33
4.4	Evaluasi Implementasi Strategi Public relations	34
4.4.1	Evaluasi Engagament Rate	34
4.4.2	Analisis Hasil Publikasi Konten	36
4.4.3	Evaluasi Hasil Analisa Implementasi Strategi Public relations.....	39

BAB V	41
KESIMPULAN	41
5.1 Kesimpulan.....	41
5.2 Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA.....	43
LAMPIRAN.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Profil akun TikTok @pfnheritage	3
Gambar 2 Hasil jumlah views tertinggi dan terendah TikTok PFN Heritage.....	4
Gambar 3 Hasil Engagement Rate (6 juli 2024)	4
Gambar 4 Hasil Engagement Rate (6 juli 2024)	29
Gambar 5 Hasil Engagement Rate (10 September 2024)	35
Gambar 6 Konten video TikTok PFN Heritage	38
Gambar 7Konten Carousell PFN Heritage	39

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis SWOT PFN Heritage	18
Tabel 2 Konsep Video PFN Heritage	19
Tabel 3 Hastag yang digunakan PFN Heritage.....	25
Tabel 4 Rancangan Karya TikTok PFN Heritage.....	27
Tabel 5 Timeline Pelaksanaan	27
Tabel 6 Rancangan Anggaran	28
Tabel 7 Pembuatan Tema Konten.....	30
Tabel 8 Panduan publiaksi konte TikTok	31
Tabel 9 Timeline publikasi TikTok PFN Heritage	32
Tabel 10 Publikasi Konten TikTok PFN Heritage.....	33
Tabel 11 Analisis Engagement Rate	35
Tabel 12 Analisis Hasil Publikasi Konten	37