



**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* MELALUI
PRODUKSI KONTEN VIDEO *REELS* INSTAGRAM
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
PADA FORUM GENRE KABUPATEN KARO**

TUGAS AKHIR

Gabriel Imanta Wonok

40020620650005

PROGRAM STUDI INFORMASI DAN HUMAS

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2025



**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* MELALUI
PRODUKSI KONTEN VIDEO *REELS* INSTAGRAM
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
PADA FORUM GENRE KABUPATEN KARO**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Program
Gelar Sarjana Terapan Informasi dan Hubungan Masyarakat
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang

Oleh:

Gabriel Imanta Wonok

40020620650005

**PROGRAM STUDI INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

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 karya ilmiah lainnya. Penulis juga menyatakan bahwa tugas akhir ini tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain kecuali yang sudah disebutkan dalam rujukan dalam Daftar Pustaka. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiasi/penjiplakan.

Nama : Gabriel Imanta Wonok
NIM : 40020620650005
Tanda Tangan :

Tanggal

 : 21 Februari 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

LAPORAN TUGAS AKHIR

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* MELALUI PRODUKSI KONTEN
VIDEO *REELS* INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN *BRAND*
AWARENESS PADA
FORUM GENRE KABUPATEN KARO**

Oleh

Gabriel Imanta Wonok

40020620650005

Semarang, 04 Maret 2025

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



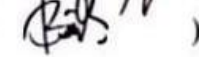
Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si

NIP. 1962013119871032001

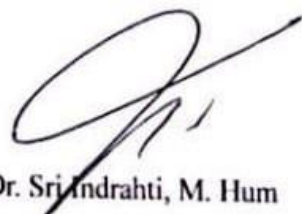
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :
Nama : Gabriel Imanta Wonok
NIM : 40020620650005
Program Studi : S.Tr. Informasi dan Hubungan Masyarakat
Judul Tugas Akhir : Strategi *Public Relations* Melalui Produksi Konten
Video *Reels* Instagram Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* pada Forum Genre Kabupaten Karo.

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 Informasi dan Humas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Pembimbing : Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si. ()
Penguji 1 : Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. ()
Penguji 2 : Rachela Belinda Fatharani, M.I.Kom ()

Semarang,
Ketua Prodi Informasi dan Humas


Dr. Sri Andrahti, M. Hum
NIP. 196602151991032001

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa dipanjatkan ke hadirat Tuhan yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini dengan baik. Tugas Akhir yang berjudul “Strategi *Public Relations* Melalui Produksi Konten Video *Reels* Instagram Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* pada Forum Genre Kabupaten Karo” merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro. Project Tugas Akhir ini dibahas dalam lima bab, dengan struktur penyusunan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN : Pembahasan dimulai dengan mengulas latar belakang permasalahan yang dihadapi oleh Forum GenRe Kabupaten Karo, yaitu rendahnya tingkat kesadaran remaja mengenai keberadaan komunitas ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA : Bab ini memuat kajian terhadap karya-karya terdahulu yang relevan dengan Tugas Akhir yang dikerjakan oleh penulis, serta mencakup teori-teori yang dijadikan acuan dalam proses produksi karya di bidang.

BAB III METODE : Bab ini membahas metode pelaksanaan karya bidang terkait, yang mencakup tiga tahapan utama, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Selain itu, dalam bab ini juga dijelaskan perencanaan anggaran, segmentasi karya, jadwal produksi, serta rancangan karya yang disusun dalam bentuk *Standar Sequence Guide* (SSG).

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN : Pada bab ini menjelaskan tentang hasil analisis dan perubahan dari project tugas akhir yang sudah diproduksi oleh penulis yang disesuaikan dengan pembagian tugas.

BAB V PENUTUP : Pada bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran yang ditulis oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan, oleh karena itu, penulis sangat terbuka untuk menerima saran dan juga kritik yang membangun. Penulis mengharapkan

bahwa tugas akhir ini dapat berguna bagi penulis dan pada pihak-pihak yang berkepentingan.

Semarang, Januari 2025

Penulis

HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Jadilah Garam dan Terang Dunia“

(Matius 5: 13-16)

PERSEMBAHAN

Tugas Ahkhir ini penulis persembahkan pada seluruh civitas akademika Universitas Diponegoro Semarang serta para dosen yang telah berkontribusi dengan tenaga dan pemikiran mereka dalam mendidik serta membimbing saya hingga dapat menyelesaikan studi di Universitas Diponegoro. Saya juga berterima kasih kepada Forum GenRe Kabupaten Karo atas kesempatan dan kesediaannya untuk menjadi klien dalam proyek Tugas Akhir ini. Ucapan terima kasih yang mendalam saya sampaikan kepada kedua orang tua saya yang saya cintai atas segala pengorbanan dan perjuangan mereka dalam menyekolahkan saya hingga ke jenjang perguruan tinggi dan memperoleh gelar sarjana begitu juga dengan saudari-saudari saya yang senantiasa mendukung saya tanpa henti. Kepada rekan-rekan saya yang selalu menjadi garda terdepan untuk membantu saya. Terakhir, saya mengapresiasi diri sendiri atas ketekunan dan kerja keras dalam menghadapi berbagai tantangan hingga berhasil mencapai tahap ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
ABSTRAK	2
ABSTRAK	3
BAB I PENDAHULUAN	4
1.1 Latar Belakang	4
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Karya	18
1.4 Manfaat Karya.....	18
1.5 Luaran	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Karya Terdahulu.....	20
2.2 Landasan Teori.....	21
2.2.1 Pengertian Strategi <i>Public Relations</i>	21
2.2.2 Tahapan Strategi <i>Public Relations</i>	22
2.2.3 Pengertian <i>Brand Awareness</i>	23
2.2.4 Manfaat yang Mempengaruhi <i>Brand Awareness</i>	24

2.2.5 Piramida Level <i>Brand Awareness</i>	24
2.2.6 Pengukuran <i>Brand Awareness</i>	25
2.2.7 Media Sosial Instagram.....	25
2.2.8 Pengertian Engagement Rate	28
2.2.9 Videografi	28
BAB III METODE PELAKSANAAN	33
3.1 <i>Klien</i> Penciptaan Karya.....	33
3.2 Profil Forum GenRe Karo	33
3.3 Target Audiens	35
3.4 Konsep Penciptaan Karya	35
3.5 Mekanisme Produksi.....	39
3.5.1 Pra-Produksi.....	39
3.5.2 Produksi	40
3.5.3 Pasca-Produksi	40
3.5.6 Jadwal Publikasi.....	40
3.6 Rancangan Anggaran Biaya Produksi.....	83
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	84
4.1 Gambaran Umum Permasalahan.....	84
4.2 Proses Pelaksanaan	85
4.2.1 Pra-Produksi.....	85
4.2.2 Produksi	85
4.2.3 Pasca Produksi	93
4.3 Analisis Konten.....	95
BAB V PENUTUP	107
5.1 Kesimpulan	107

5.2 Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	109

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 1. 1 Analisis SWOT Forum Genre Kabupaten Karo.....</i>	<i>6</i>
<i>Tabel 3. 1 Video Konten.....</i>	<i>36</i>
<i>Tabel 3. 2 Jadwal Publikasi</i>	<i>41</i>
<i>Tabel 3. 3 Standart Sequence Guide 1</i>	<i>66</i>
<i>Tabel 3. 4 Standart Sequence Guide 2</i>	<i>68</i>
<i>Tabel 3. 5 Standart Sequence Guide 3</i>	<i>70</i>
<i>Tabel 3. 6 Standart Sequence Guide 4</i>	<i>73</i>
<i>Tabel 3. 7 Standart Sequence Guide 5</i>	<i>75</i>
<i>Tabel 3. 8 Standart Sequence Guide 6</i>	<i>77</i>
<i>Tabel 3. 9 Standart Sequence Guide 7</i>	<i>80</i>
<i>Tabel 3. 12 Rancangan Anggaran Biaya Produksi.....</i>	<i>83</i>
<i>Tabel 4. 1 Perubahan SSG Apa itu Genre?</i>	<i>89</i>
<i>Tabel 4. 2 Perubahan SSG Hindari Pergaulan Bebas.....</i>	<i>89</i>
<i>Tabel 4. 3 Perubahan SSG Takut.....</i>	<i>89</i>
<i>Tabel 4. 4 Perubahan SSG Stop Bullying</i>	<i>90</i>
<i>Tabel 4. 5 Perubahan SSG Menyesal.....</i>	<i>90</i>
<i>Tabel 4. 6 Perubahan SSG 8 Fungsi Keluarga.....</i>	<i>90</i>
<i>Tabel 4. 7 Perubahan SSG Siapa Aku.....</i>	<i>91</i>

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1. 1 Akun Instagram Forum Genre Kabupaten Karo</i>	<i>9</i>
<i>Gambar 1. 2 Konten reels @forumgenrekabkaro tanggal 11 Juni 2024</i>	<i>10</i>
<i>Gambar 1. 3 Konten reels @forumgenrekabkaro tanggal 25 Juli 2024</i>	<i>10</i>
<i>Gambar 1. 4 Engagement Rate akun Instagram Forum Genre Kabupaten Karo</i>	<i>11</i>
<i>Gambar 1. 5 Data Survei Pengetahuan Responden Mengenai Forum Genre.....</i>	<i>14</i>
<i>Gambar 1. 6 Data Survei Pengetahuan Responden Mengenai Program Genre..</i>	<i>14</i>
<i>Gambar 1. 7 Data Survei Seberapa Penting Program GenRe Bagi Siswa</i>	<i>14</i>
<i>Gambar 1. 8 Data Survei Awareness Akun Instagram Forum GenRe</i>	<i>14</i>
<i>Gambar 1. 9 Data Survei Ketertarikan Sosialisasi Melalui Media Sosial</i>	<i>15</i>
<i>Gambar 1. 10 Data Survei Media Sosial Paling Efektif.....</i>	<i>15</i>
<i>Gambar 1. 11 Data Media Sosial Paling Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2024.....</i>	<i>17</i>
<i>Gambar 2. 1 Piramida Brand Awareness</i>	<i>24</i>
<i>Gambar 4. 1 Kamera Sony a6400.....</i>	<i>92</i>
<i>Gambar 4. 2 Tripod</i>	<i>92</i>
<i>Gambar 4. 3 Microfon clip</i>	<i>93</i>
<i>Gambar 4. 4 lighting.....</i>	<i>93</i>
<i>Gambar 4. 5 Pempuatan Bumper</i>	<i>94</i>
<i>Gambar 4. 6 Mengabungkan footage.....</i>	<i>94</i>
<i>Gambar 4. 7 Menambahkan Sound dan Subtitle</i>	<i>95</i>
<i>Gambar 4. 8 Video Reels 1</i>	<i>96</i>
<i>Gambar 4. 9 Komentar Video 1</i>	<i>96</i>
<i>Gambar 4. 10 Video Reels 2</i>	<i>97</i>
<i>Gambar 4. 11 Komentar Video 2</i>	<i>97</i>
<i>Gambar 4. 12 Video Reels 3</i>	<i>98</i>
<i>Gambar 4. 13 Komentar Video 3</i>	<i>98</i>
<i>Gambar 4. 14 Video Reels 4</i>	<i>99</i>

<i>Gambar 4. 15 Komentar Video 4</i>	<i>99</i>
<i>Gambar 4. 16 Video Reels 5</i>	<i>100</i>
<i>Gambar 4. 17 Komentar Video 5</i>	<i>100</i>
<i>Gambar 4. 18 Video Reels 6</i>	<i>101</i>
<i>Gambar 4. 19 Komentar Video 6</i>	<i>101</i>
<i>Gambar 4. 20 Video Reels 7</i>	<i>102</i>
<i>Gambar 4. 21 Komentar Video 7</i>	<i>102</i>
<i>Gambar 4. 22 Hasil Perhitungan ER Pasca Pengunggahan Proyek TA.....</i>	<i>104</i>
<i>Gambar 4. 23 Diagram ER Pasca Pengunggahan Proyek.....</i>	<i>105</i>
<i>Gambar 4. 24 Data Persebaran Persentase Dikenalnya Forum Genre kabupaten Karo Oleh Remaja Kabupaten Karo Pasca Pelaksanaan Proyek Tugas Akhir .</i>	<i>105</i>

ABSTRAK

Forum Genre Kabupaten Karo adalah sebuah organisasi yang berfokus pada isu-isu sosial remaja dan terus berupaya mengembangkan strategi agar lebih dikenal oleh masyarakat, khususnya kalangan remaja. Upaya ini dilakukan melalui kegiatan sosialisasi di sekolah-sekolah dan pemanfaatan media sosial seperti Instagram. Namun, organisasi ini menghadapi tantangan berupa rendahnya *engagement rate* (ER) dan kualitas konten yang masih kurang optimal, yang berdampak pada popularitas organisasi. Oleh karena itu, diperlukan inovasi dalam pembuatan konten yang menarik dan berbasis riset untuk meningkatkan *engagement* sekaligus menyampaikan visi dan misi organisasi kepada para remaja. Proyek tugas akhir ini mencakup tiga tahap, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, yang menghasilkan tujuh konten video *Reels* Instagram dengan tema edukasi seputar isu-isu sosial remaja. Konten ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek Forum Genre Kabupaten Karo. Setelah konten-konten ini diunggah, terjadi peningkatan *engagement rate* sebesar 4,59% selama periode Oktober hingga Desember 2024. Proyek ini juga berhasil mengidentifikasi pilar konten yang efektif dan dapat digunakan sebagai panduan bagi tim media sosial organisasi untuk kegiatan selanjutnya, sekaligus meningkatkan kesadaran merek Forum Genre Kabupaten Karo.

Kata Kunci: *Organisasi, Sosial Media, Engagement Rate, Brand Awareness, Konten Edukasif*

ABSTRAK

Forum Genre Kabupaten Karo is an organization focused on addressing social issues among teenagers and continuously strives to develop strategies to enhance its visibility, particularly among young people. These efforts are carried out through school outreach programs and the utilization of social media platforms such as Instagram. However, the organization faces challenges, including a low engagement rate (ER) and suboptimal content quality, which impact its overall popularity. Therefore, innovation in content creation—both engaging and research-based—is essential to increasing engagement while effectively conveying the organization's vision and mission to teenagers. This final project consists of three main stages: pre-production, production, and post-production, resulting in the creation of seven Instagram Reels videos focusing on educational content related to social issues affecting teenagers. The primary goal of this content is to enhance the brand awareness of Forum Genre Kabupaten Karo. After the videos were published, the engagement rate increased by 4.59% from October to December 2024. Furthermore, this project successfully identified content pillars that can serve as a guideline for the organization's social media team in future content creation efforts, ultimately strengthening the brand awareness of Forum Genre Kabupaten Karo among teenagers.

Keywords: Organization, Social Media, Engagement Rate, Brand Awareness, Educational Content