



**UPAYA MENINGKATKAN PEMAHAMAN BEASISWA
SHARING THE DREAM DI TIKTOK
@SCG_INDONESIA**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Terapan Program Studi STr. Informasi dan Humas
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang

Oleh:

Clarita Hasania Pasaribu

40020621650007

**PROGRAM STUDI STr. INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2025**

puHALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Penulis menyatakan bahwa tugas akhir ini disusun tanpa mengambil bahan hasil penelitian baik untuk memperoleh suatu gelar sarjana atau diploma yang sudah ada di universitas lain maupun hasil penelitian 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 : Clarita Hasiania Pasaribu

NIM : 40020621650007

Tanda Tangan : 

Tanggal : 24 Juli 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**UPAYA MENINGKATKAN PEMAHAMAN BEASISWA
SHARING THE DREAM DI TIKTOK
@SCG_INDONESIA**

Oleh

Clarita Hasiania Pasaribu

40020621650007

Semarang, 24 Juli 2025

**Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing**

Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIP. 199202122020122022

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :
Nama : Clarita Hasiania Pasaribu
NIM : 40021621650007
Program Studi : S.Tr. Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : Upaya Meningkatkan Pemahaman
Beasiswa *Sharing the Dream* Di TikTok
@SCG_Indonesia

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.

TIM PENGUJI

Pembimbing : Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. (.....)
NIP. 199202122020122022
Penguji I : Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom. (.....)
NIP. 199003172019032014
Penguji II : Deony Dewanggi Mulyono, M.I.Kom. (.....)
NIP. 199612032024062002

Semarang, 24 Juli 2025
Ketua Program Studi Informasi dan Humas,

Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIP. 199202122020122022

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Diberkati untuk menjadi berkat.”

PERSEMBAHAN:

Tugas akhir ini saya persembahkan untuk jurusan Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro yang telah menjadi wadah saya untuk bertumbuh dalam memahami ilmu kehumasan selama empat tahun hingga mendapat gelar sarjana. Selanjutnya, saya persembahkan kepada kedua orang tua dan keluarga saya menjadi rumah terbaik dan *support system* untuk saya sehingga saya punya semangat dan keberanian untuk lebih baik lagi. Tidak lupa juga kepada seluruh teman-teman saya yang selalu memberikan dukungan, perhatian dan bantuan kepada saya.

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas penyertaan dan kasih karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Upaya Pemahaman Beasiswa *Sharing the Dream* Di TikTok @SCG_Indonesia.” Proses penyusunan tugas akhir tidaklah mudah, penuh dengan perjuangan baik waktu, pikiran, usaha dan segala sesuatunya. Namun oleh karena kasih karunia dan penyertaan-Nya melalui berbagai pihak yang terlibat, akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan sangat baik dan tepat waktu.

Penulisan tugas akhir bertujuan untuk menganalisis bagaimana meningkatkan pemahaman beasiswa *Sharing the Dream* yang merupakan salah satu program tanggung jawab sosial perusahaan SCG Indonesia melalui platform media sosial @SCG_Indonesia. Tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik penyelenggara beasiswa maupun para calon penerima beasiswa, sehingga mampu menjadi referensi secara akademis dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada bidang Informasi dan Humas.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini memiliki berbagai kekurangan. Oleh karena itu, penulis terbuka atas masukan berupa saran dan kritik yang membangun dari pada pembaca dalam penyempurnaan tugas akhir ini. Kiranya tugas akhir ini bermanfaat bagi penulis serta seluruh pembaca.

Semarang, 24 Juli 2025

Clarita Hasiania Pasaribu

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas penyertaan, berkat dan karunia-Nya kedalam hidup penulis, khususnya dalam proses penulis meraih gelar sarjana. Tentunya proses penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Budiyo, M.Si. selaku Dekan Fakultas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, yang telah memberikan fasilitas dan dukungan bagi penulis selama menempuh studi di Fakultas Sekolah Vokasi.
2. Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Kepala Program Studi Terapan Informasi dan Humas, yang telah memberikan kesempatan dan bimbingan kepada penulis selama menempuh pendidikan di program studi Informasi dan Humas.
3. Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan berharga selama proses penyusunan tugas akhir.
4. Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Dosen Penguji Tugas Akhir, yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan konstruktif untuk memperbaiki dan menyempurnakan tugas akhir.
5. Deony Dewanggi Mulyono, M.I.Kom. selaku Dosen Penguji Tugas Akhir, yang telah memberikan evaluasi dan rekomendasi berharga guna meningkatkan kualitas tugas akhir.
6. G. Hasudungan Pasaribu dan Devi Karmila selaku orang tua penulis, orang tua terbaik sepanjang masa, yang senantiasa memberikan doa, dukungan baik secara moril dan materil. Terimakasih sudah memberikan keluarga yang utuh dan penuh cinta serta senantiasa memberikan yang terbaik demi kebaikan dan masa depan anak-anaknya.

7. Horatius Andika Pasaribu selaku adik penulis serta Sri Anggraeni selaku tante penulis untuk terus mendukung penulis mendapatkan kehangatan baik di rumah maupun jarak jauh dalam menyusun tugas akhir.
8. Keluarga Hanny Yulia selaku tante penulis di Semarang yang sudah menyediakan tempat untuk penulis dalam menyelesaikan sisa-sisa waktu penulis sebagai mahasiswa semester akhir di perantauan.
9. Perusahaan SCG Indonesia yang sudah mendanai perkuliahan penulis dari semester 5 hingga akhir serta mengizinkan penulis untuk menjadi bagian didalamnya sebagai anak magang *Brand and Communication team*, serta mengizinkan penulis mengambil data dalam menyelesaikan tugas akhir.
10. Amanda Dwi Ayu Utari, *Brand and Communication Manager* ICO SCG Indonesia yang telah memberikan kesempatan untuk magang di SCG Indonesia serta mengizinkan penulis untuk melakukan tugas akhir dalam pembuatan konten informatif beasiswa *Sharing the Dream*.
11. Nabila Fahira, Rebecca Theresia Marpaung, Dinur Aisha Putri dan Gregory Joshua Komansilan selaku mentor *Brand and Communication* penulis selama magang di SCG Indonesia dan pemberi dukungan dan data penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
12. Teman-teman Caper, yaitu Amelia Chintya, Bilqis Putri, Elga Angelina, Elsa Risna, dan D Dzafriza yang sudah menemani hari-hari penulis selama berkuliah dan membantu penulis bertahan di perantauan.
13. Rifqi Nur Ariyanto sebagai teman seperjuangan dari semester pertama hingga akhir, selalu bersama penulis dalam menyelesaikan proses kehidupan di Semarang.
14. Hayyu Pramesti Khan sebagai sahabat terbaik penulis yang selalu mendukung penulis baik di Semarang maupun di Jakarta dalam berbagai cerita baik suka maupun duka
15. Keluarga Bertha Wahyuningsih, Eyang Tuti, Linda Agustina yang telah mendukung penulis baik berupa dana dan doa sehingga kebutuhan penulis dapat tercukupi.

16. Keluarga Dewi yang telah memberikan tempat tinggal kepada penulis dalam memulai kehidupan perantauan di Semarang.
17. Teman-teman KKN TIM II 2024 Candi Boyolali, terkhusus Intan Ayunda, Jaya Ardra, Wildan Khoerun yang sudah bersama dan memberikan pengalaman belajar mengabdikan selama 45 hari di Desa Candi, Boyolali.
18. Teman-teman KYU selaku teman-teman persekutuan penulis untuk memiliki wadah persekutuan dalam pengenalan akan Tuhan Yesus di Semarang.
19. Terakhir penulis sangat berterima kasih kepada diri sendiri yang telah berjuang sampai akhir dalam menyelesaikan tanggung jawab. Terimakasih sudah mau terus berproses dan mencoba berbagai hal untuk hidup yang lebih baik walau rasanya tidak mudah dan sangat melelahkan, tapi percaya semua akan indah pada waktunya.

ABSTRACT

Technology continues to evolve rapidly, bringing significant impacts across various sectors, including digital communication as a medium for disseminating information. TikTok, as a short-form video-based social media platform, has become an effective communication tool for reaching a broader audience, especially younger generations. SCG utilizes TikTok as a strategic channel to enhance brand knowledge of its Sharing the Dream scholarship program. However, data shows that high engagement on social media does not always equate to audience understanding of important program details. This study focuses on the development of eight tailored TikTok videos that incorporate storytelling, trends, and creative visual elements to improve comprehension. As a result, understanding of eligibility areas increased from 35.2% to 62.3%, and knowledge of program qualifications and criteria rose from 13.1% to 46.7%. Furthermore, 60.5% of respondents identified TikTok as the most effective platform for accessing scholarship information. These findings demonstrate that when strategically designed, TikTok content can serve as a powerful communication tool to improve audience understanding and broaden reach for educational initiatives such as Sharing the Dream.

Keywords: *SCG, Scholarship, TikTok*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong transformasi dalam strategi komunikasi perusahaan, termasuk dalam penyebaran informasi program beasiswa *Sharing the Dream* oleh SCG Indonesia. SCG telah memanfaatkan media sosial, akan tetapi data menunjukkan bahwa interaksi tinggi di Instagram dan TikTok belum sebanding dengan tingkat pemahaman audiens terhadap informasi penting. Penelitian ini memfokuskan strategi komunikasi melalui produksi 8 konten informatif berbasis video pendek di TikTok, yang dikemas dengan *storytelling* dan *trend*. Hasil akhir menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan yaitu responden yang memahami area eligibility naik dari 35,2% menjadi 62,3%, dan pemahaman terkait spesifikasi, kualifikasi, serta kualitas beasiswa meningkat dari 13,1% menjadi 46,7%. TikTok juga dipilih oleh 60,5% responden sebagai platform paling efektif dalam memperoleh informasi beasiswa. Temuan ini membuktikan bahwa TikTok dapat dimanfaatkan secara strategis dan sesuai karakter platformnya, mampu menjadi media komunikasi efektif dalam meningkatkan *brand knowledge* calon penerima beasiswa *Sharing the Dream*.

Kata Kunci: Konten, Brand Knowledge, TikTok

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan.....	16
1.4 Manfaat.....	16
1.4.1 Manfaat Teoritis	16
1.4.2 Manfaat Praktis	16
1.4.3 Manfaat Sosial.....	17
1.5 Luaran.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Kajian Penulisan Terdahulu.....	18
2.2 Kajian Teori	21
2.2.1 <i>Public Relations</i>	21
2.2.2 <i>Media Public Relations</i>	21
2.2.3 Konten Informatif.....	22
2.2.4 <i>Brand Knowledge</i>	22
2.2.5 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	23
2.2.6 TikTok.....	24
2.2.7 Teknik Pengambilan.....	24
BAB III METODE	27
3.1 Profil Klien.....	27

3.2	Target <i>Audiences</i> Beasiswa <i>Sharing the Dream</i>	27
3.3	Metode Penelitian	27
3.3.1	Kuesioner	28
3.3.2	Wawancara	28
3.3.3	Studi Literatur	29
3.4	Diagram Alur Pembuatan	29
3.5	Metode Pelaksanaan	29
3.5.1	Pra produksi	29
3.5.2	Produksi	49
3.5.3	Paska produksi	50
3.6	Timeline Pelaksanaan	51
3.7	Rancangan Anggaran Dana	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Gambaran Umum Permasalahan	52
4.2	Proses Pelaksana.....	52
4.2.1	Pra Produksi.....	52
4.2.2	Produksi	53
4.2.3	Paska Produksi.....	68
4.3	Analisis Hasil.....	74
4.3.1	Hasil Produksi Tugas Akhir	75
4.3.2	Hasil <i>Review</i> Pihak Klien	79
4.3.3	Hasil Post Survei.....	79
4.3.4	Hambatan Tugas Akhir	82
BAB V PENUTUP.....		83
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Saran	84
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN		88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo SCG (https://www.scg.com/)	1
Gambar 1. 2 Data Pendaftar <i>Sharing the Dream</i> 2019-2024	3
Gambar 1. 3 Instagram SCG Indonesia	4
Gambar 1. 4 TikTok @SCG_Indonesia	5
Gambar 1. 5 Youtube SCG Indonesia	5
Gambar 1. 6 Data Pengetahuan Informasi Area Pendaftar	8
Gambar 1. 7 Data Mengenai Kualifikasi dan Kualitas Pendaftar Beasiswa	8
Gambar 1. 8 Data Brand Awarenesses Program.....	10
Gambar 1. 9 Data Platform Yang Paling Efektif.....	11
Gambar 1. 10 Data tentang Platform Pilihan Responden	12
Gambar 1. 11 Data Pengguna TikTok di Dunia (www.katadata.com)	14
Gambar 1. 12 Data Engagement TikTok.....	14
Gambar 3. 1 Diagram Alur Pembuatan	29
Gambar 4. 1 Lokasi Kantor SCG Indonesia	54
Gambar 4. 2 Lokasi Fakultas Hukum UNDIP	54
Gambar 4. 3 Lokasi Rumah Penulis.....	55
Gambar 4. 4 Keberagaman Lokasi Talent.....	55
Gambar 4. 5 Konten dengan Shoot Kamera Dinamis	56
Gambar 4. 6 Konten dengan Shoot Kamera Statis.....	56
Gambar 4. 7 Thumbnail 5 Fakta Unik <i>Sharing the Dream</i>	59
Gambar 4. 8 Thumbnail "Sehari Bersama Penerima Beasiswa"	61
Gambar 4. 14 Thumbnail POV Lolos PTN + Lolos Beasiswa	63
Gambar 4. 15 Thumbnail 3 Tips Lolos Beasiswa	64
Gambar 4. 16 Thumbnail 3 Tips Lolos Interview Beasiswa Offline	66
Gambar 4. 17 Thumbnail #KataMereka Arti <i>Sharing the Dream</i>	67
Gambar 4. 18 Proses Pengimporan Video.....	69
Gambar 4. 19 Proses Pemotongan Video	69
Gambar 4. 20 Proses Penambahan Transisi	70
Gambar 4. 22 Proses Penggunaan Noise Reduce.....	70
Gambar 4. 23 Proses Penggunaan Keyframe	71

Gambar 4. 24 Proses Penggunaan Overlay	71
Gambar 4. 25 Proses Penggunaan Sound Effect	72
Gambar 4. 26 Proses Penggunaan Subtitle	72
Gambar 4. 27 Proses penggunaan Backsound	73
Gambar 4. 28 Insight “Mengapa Harus Daftar Beasiswa?”	75
Gambar 4. 29 Insight "5 Fakta Unik <i>Sharing the Dream</i> "	75
Gambar 4. 30 Insight "FAQ- TTS – Tanya-tanya STD”	76
Gambar 4. 31 Insight “Sehari Bersama Penerima Beasiswa”	76
Gambar 4. 32 Insight "POV= Lolos PTN + Lolos Beasiswa”	77
Gambar 4. 33 Insight "3 Tips Lolos Beasiswa"	77
Gambar 4. 34 Insight "3 Tips Interview Beasiswa Offline"	78
Gambar 4. 35 Data Akhir Pengetahuan Area Pendaftar	80
Gambar 4. 37 Data Akhir Pengetahuan Spesifikasi, Kualifikasi dan Kualitas	80
Gambar 4. 39 Data Akhir Brand Awareness	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Overview Konten	6
Tabel 3. 1 Jadwal Publikasi Konten	32
Tabel 3. 2 Rancangan Karya Konten.....	33
Tabel 3. 3 Standar Sequence Guide #7.....	46
Tabel 3. 4 Standar Sequence Guide #8.....	48
Tabel 3. 5 Timeline Pelaksanaan Konten	51
Tabel 3. 6 Rancangan Anggaran Biaya	51
Tabel 4. 1 Perubahan SSG 5 Fakta <i>Sharing the Dream</i>	60
Tabel 4. 2 Perubahan SSG "Tanya-tanya STD"	61
Tabel 4. 3 Perubahan SSG "Sehari Bersama Penerima Beasiswa.....	62
Tabel 4. 4 Perubahan SSG POV : Lolos PTN + Lolos Beasiswa.....	64
Tabel 4. 5 Perubahan SSG 3 Tips Lolos Beasiswa.....	65
Tabel 4. 6 Perubahan SSG 3 Tips Lolos Interview Offline.....	67
Tabel 4. 7 Tabel Publikasi Konten	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Data.....	88
Lampiran 2 Surat Pencatatan Ciptaan	89
Lampiran 3 Turnitin	90
Lampiran 4 Surat Bebas Plagiasi	100