



**PRODUKSI *WEBSITE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK
MENINGKATKAN KREDIBILITAS AGENSI KREATIF
SELATAN JAKARTA (SENJA)**

TUGAS AKHIR

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

Oleh :

SYANINDITA SHAFI NAMIRA

40020621650070

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

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, 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 Daftar Pustaka. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiaris/penjiplakan.

Nama : Syanindita Shafa Namira

NIM : 40020621650070

Tanda Tangan :



Tanggal : 13 Agustus 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**PRODUKSI *WEBSITE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK
MENINGKATKAN KREDIBILITAS AGENSI KREATIF SELATAN
JAKARTA (SENJA)**

Oleh

**Syanindita Shafa Namira
40020621650070**

Semarang, 13 Agustus 2025

**Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing**



Dr. Dra. Liliek Budiastuti M.Si.
NIP. 196201311987032001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Syanindita Shafa Namira
NIM : 40020621650070
Program Studi : Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : Produksi *Website* Sebagai Media Promosi Untuk
Meningkatkan Kredibilitas Digital Agensi Kreatif
Selatan Jakarta (Senja)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan 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. Dra. Liliek Budiastuti M.Si.

()

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

()

Penguji II : Mohammed Aden Suryana S.IP., M.A.

()

Semarang, 13 Agustus 2025

Ketua Prodi Informasi dan Humas,



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

NIP 199202122020122022

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, kesehatan, ilmu, serta kesempatan yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “**PRODUKSI *WEBSITE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN KREDIBILITAS DIGITAL AGENSI KREATIF SELATAN JAKARTA (SENJA)**”

Tugas Akhir ini merupakan bentuk tanggung jawab akademis penulis sebagai mahasiswa, sekaligus sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Informasi dan Humas, Fakultas Vokasi, Universitas Diponegoro.

Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan Senja Kreatif Agency, khususnya dalam meningkatkan visibilitas, kredibilitas, dan akses layanan melalui media digital. Selain itu, penulis berharap karya ini dapat menjadi referensi tambahan dalam pengembangan ilmu kehumasan, khususnya pada bidang produksi media *public relations* dan penerapan konsep *website* untuk entitas kreatif.

Adapun pembahasan dalam Tugas Akhir ini disusun dalam lima BAB, yang secara garis besar dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN. Berisi latar belakang permasalahan yang dihadapi Senja Kreatif Agency, yaitu keterbatasan akses media promosi yang dapat menjangkau publik secara luas. Berdasarkan hal tersebut, dirumuskan solusi berupa pengembangan media digital dalam bentuk *website* sebagai sarana komunikasi dan promosi yang efektif.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA. Bab ini memuat ulasan terhadap penelitian terdahulu dan teori-teori yang relevan, sebagai landasan dalam merancang dan memproduksi media digital untuk agensi kreatif.

BAB III METODE PENGKARYAAN. Menjelaskan tahapan pelaksanaan mulai dari pra-produksi (riset dan perencanaan konten *website*), produksi (pengembangan *website* dan desain visual), hingga pasca-produksi (pengujian dan evaluasi). Pada bagian ini juga disertakan rancangan desain berupa *mock up website*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN. Menyajikan hasil akhir berupa *website* Senja Kreatif Agency beserta pembahasan mengenai fungsionalitas, desain, serta efektivitasnya dalam mendukung aktivitas dan komunikasi agensi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN. Bab ini memuat simpulan dari proses produksi dan hasil karya, serta saran pengembangan lanjutan baik untuk pihak agensi maupun bagi penelitian dan produksi media digital kehumasan di masa mendatang.

Semarang, 29 Juli 2025

Syanindita Shafa Namira

HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO:

*“This place that I've arrived to truly follow my dreams is too cold,
but I'll try to persist.”*

PERSEMBAHAN:

Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro sebagai lembaga yang telah memberikan ruang belajar, tumbuh, berkarya, serta membentuk penulis menjadi pribadi yang berpikir kritis dan bertanggung jawab. Dan kepada orang tua serta keluarga yang selalu menjadi sumber kekuatan, kasih sayang, serta doa yang tiada henti di setiap langkah perjalanan. Tanpa dukungan kalian, pencapaian ini tidak akan pernah menjadi nyata.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Produksi *Website* Sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Kredibilitas Agensi Kreatif Selatan Jakarta (Senja)” yang mana tujuan dari penyusunan Tugas Akhir ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan. Saya berharap Tugas Akhir ini dapat berguna dalam menambah wawasan serta pengetahuan.

Dalam menyelesaikan penulisan dan penyusunan Tugas Akhir ini, saya telah banyak mendapatkan bimbingan dan pengarahan serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Nurbani Hasanah dan Almarhum Bapak Ari Triyadi, yang telah mendidik, menjadi tempat bercerita, selalu mendukung pilihan saya serta mendoakan saya tiada henti.
2. Kakak-kakak dan adik-adik saya yang senantiasa menjadi teman dalam berkeluh kesah dan penyemangat dalam menuntaskan Tugas Akhir ini.
3. Keluarga besar H. Prpto dan Anang Big Familiyer yang memberikan motivasi untuk menyelesaikan Tugas Akhir.
4. Ibu Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi S.Tr. Informasi dan Humas Fakultas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang.
5. Ibu Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si. selaku Dosen Pembimbing saya yang dengan penuh semangat dan senantiasa sabar memberikan motivasi, masukan dan arahan dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
7. Khusnul Asy Syifa, rekan kerja Dyandra Promosindo sekaligus kakak tingkat karena pertemuan yang tidak pernah disangka menjadi inspirasi pengkaryaan Tugas Akhir ini.
8. Mba Anna, Mba Kiki dan Andini Tim Senja Kreatif Agency yang senantiasa membantu saya dalam penyusunan Tugas Akhir dari awal observasi sampai akhir.

9. Saskia Amanda, Laras Sekar Kinanthi, Wanda Febria, dan Taqiya Sofi yang senantiasa kebersamai saya dalam berjuang untuk menyelesaikan Tugas Akhir serta memperbolehkan saya untuk menginap saat saya perlu bimbingan Tugas Akhir dan banyak kebaikan lain yang tidak bisa diutarakan dengan kata.
10. Rahma Aulia dan Firda Aprilia, teman-teman sejak SMP yang mengetahui kisah hidup perjalanan penulis dan selalu setia kebersamai tiap-tiap bagian hidup penulis
11. Kak Nome, Kak Monic, Kak Dono, Kak Tigis, Kak Aldy, Mas Fial, Mas Barkah, Mas Bayu, dan Koko yang telah menerima penulis dan mengajarkan banyak hal pertama dalam dunia kerja, terima kasih atas banyak hal yang terjadi selama tiga tahun bekerja sama.
12. Syanindita Shafa Namira, terima kasih karena sudah bisa bertahan dan percaya untuk bisa melewati segala rintangan.

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

Semarang, 4 Mei 2025

ABSTRAK

Senja Kreatif Agency merupakan agensi yang bergerak di bidang promosi film, manajemen *Key Opinion Leader* (KOL), dan aktivasi *Intellectual Property* (IP) berbasis di Jakarta Selatan. Keterbatasan media promosi yang hanya mengandalkan Instagram dan kartu nama membuat agensi ini kesulitan membangun kredibilitas dan menjangkau audiens profesional secara lebih luas. Tugas akhir ini bertujuan untuk memproduksi media promosi berupa *website* guna meningkatkan citra profesional dan kredibilitas agensi secara digital. Perancangan *website* ini didasarkan pada teori-teori media digital dan peran *website* dalam industri kreatif. *Website* tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai portofolio digital kepada calon klien dan mitra kerja. Metode yang digunakan meliputi tiga tahap produksi: pra-produksi (riset kebutuhan dan penyusunan karya), produksi (perancangan visual dan implementasi melalui CMS WordPress dan *plugin* Elementor Pro), serta pasca-produksi (pengujian dan penyempurnaan fitur). Website yang dihasilkan memuat informasi profil agensi, layanan, portofolio, testimoni, serta informasi seperti kontak dan peta lokasi. Desain visual disesuaikan dengan identitas Senja agar mencerminkan profesionalisme. Dari hasil uji coba kepada potensial klien, *website* ini dinilai mampu meningkatkan kepercayaan calon klien dan menyajikan pengalaman interaktif yang mudah diakses. Kesimpulannya, *website* sebagai media digital terbukti efektif dalam meningkatkan kredibilitas Senja Kreatif Agency serta memperluas jangkauan promosi secara profesional. Saran yang diberikan adalah agar agensi terus memperbarui konten secara berkala dan mengintegrasikan *website* ke dalam strategi promosi digital yang lebih luas.

Kata kunci: *website*, media promosi, agensi kreatif, kredibilitas, digital

ABSTRACT

Senja Kreatif Agency is a South Jakarta-based agency engaged in film promotion, Key Opinion Leader (KOL) management, and Intellectual Property (IP) activation. Its reliance solely on Instagram as a promotional medium has limited the agency's ability to establish credibility and reach a broader professional audience. This final project aims to produce a promotional medium in the form of a website to enhance the agency's professional image and digital credibility. The website design is grounded in digital media theories and the role of websites within the creative industry. A website functions not only as an information source but also as a digital portfolio for potential clients and partners. The project was carried out through three production stages: pre-production (needs analysis and content planning), production (visual design and implementation using the WordPress CMS and Elementor Pro plugin), and post-production (feature testing and refinement). The resulting website includes the agency's profile, services, portfolio, testimonials, and essential information such as contact details and a location map. The visual design aligns with Senja's brand identity to reflect professionalism. Based on trials with potential clients, the website is considered effective in building trust and providing an accessible, interactive user experience. In conclusion, the website as a digital medium has proven to be effective in enhancing the credibility of Senja Kreatif Agency and expanding its promotional reach professionally. It is recommended that the agency regularly update its content and integrate the website into a broader digital marketing strategy.

Keywords: *website, promotional media, creative agency, credibility, digital*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS ...	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I LATAR BELAKANG.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan.....	8
1.4 Manfaat.....	8
1.4.1 Bagi Penulis	8
1.4.2 Bagi Senja Kreatif Agency.....	9
1.4.3 Bagi Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas	9
1.4.4 Bagi masyarakat	9
1.5 Luaran	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Karya Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	13

2.2.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	13
2.2.2 Fungsi Public Relations (Peran PR).....	14
2.2.3 Media PR	14
2.2.4 Website untuk Kreatif Agensi	15
2.2.5 <i>Content Management System</i> atau CMS	16
2.2.6 Key Opinion Leader (KOL).....	17
2.2.7 Production House (PH)	18
2.2.8 Intellectual Property (IP).....	19
BAB III METODE PENGKARYAAN	21
3.1 Klien Karya Bidang.....	21
3.1.1 Profil Senja Kreatif Agency	21
3.2 Target Audiens.....	22
3.3 Konsep Karya Bidang	22
3.4 Metode Penciptaan Karya	22
3.4.1 Pra Produksi.....	23
3.4.2 Produksi.....	38
3.4.3 Pasca Produksi	40
3.5 Anggaran Dana	40
3.6 Lini Masa	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum Permasalahan	42
4.2 Analisis Permasalahan	42
4.3 Tahap Pra-Produksi	43
4.3.1 Pembuatan <i>Creative Work Plan</i> sebagai pedoman produksi	43
4.4 Tahap Produksi.....	45

4.4.1 Melakukan Instalasi <i>Content Management System</i> (CMS) dan <i>Plugin</i> ..	45
4.4.2 Menyusun Konten dengan Menggunakan <i>Plugin Elementor</i>	47
4.4.3 Analisis Hasil Implementasi <i>Mock up</i> Desain dalam Produksi <i>Website</i>	53
4.5 Pasca Produksi.....	67
4.5.1 Pengujian <i>Browser</i>	67
4.5.2 Pengujian Berbagai Jenis Perangkat	68
4.5.3 Publikasi	70
4.5.4 Hasil <i>Google Analytics</i>	71
4.5.5 Evaluasi Mitra.....	75
4.6 Analisis <i>Key Performance Indicator</i> (KPI)	75
4.7 Hambatan dan Solusi	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah KOL di beberapa negara dalam ribuan.....	4
Gambar 3. 1 Font Hanken Grotesk	24
Gambar 3. 2 Font Clear Sans	24
Gambar 3. 3 Font Poppins	25
Gambar 3. 4 Logo Senja Kreatif Agency	26
Gambar 3. 5 Halaman utama dalam menu <i>Home</i>	26
Gambar 3. 6 Halaman utama <i>website</i> Senja Kreatif Agency.....	27
Gambar 3. 7 Halaman utama dapat pilih fitur “About Us”	27
Gambar 3. 8 Bagian utama halaman "About Us"	28
Gambar 3. 9 Bagian klien yang pernah bekerjasama.....	28
Gambar 3. 10 Bagian kolaborasi dengan media berita	29
Gambar 3. 11 Pengguna dapat mengeklik "Read more"	29
Gambar 3. 12 Pengunjung diarahkan ke link orisinal berita.....	30
Gambar 3. 13 Jika pengguna mengeklik fitur "Services"	30
Gambar 3. 14 Halaman setelah fitur "Services" di klik	31
Gambar 3. 15 Judul bagian promosi film dapat diklik	31
Gambar 3. 16 Halaman poster film yang pernah dipromosikan	32
Gambar 3. 17 Judul KOL management dapat diklik	32
Gambar 3. 18 Terhubung dengan unggahan KOL di media sosial.....	33
Gambar 3. 19 <i>Landing page</i> menuju media sosial KOL	33
Gambar 3. 20 Bagian <i>IP Activation</i> dapat diklik	34
Gambar 3. 21 Halaman setelah <i>IP Activation</i> diklik	34
Gambar 3. 22 Fitur “Contact” dapat diklik.....	35
Gambar 3. 23 Tampilan utama bagian "Contact"	35
Gambar 3. 24 Bagian "Maps" dapat diklik	36
Gambar 3. 25 Bagian "Maps" terhubung ke Google Maps	36
Gambar 3. 26 Ikon media sosial dapat di klik	37
Gambar 3. 27 Tiap-tiap ikon terhubung ke media sosial agensi.....	37
Gambar 4. 1 Penawaran domain hostinger.com	44

Gambar 4. 2 Halaman utama Wordpress	47
Gambar 4. 3 Menu <i>Plugin</i>	47
Gambar 4. 4 Header web Agencysenja.com.....	48
Gambar 4. 5 <i>Body Homepage</i> Agencysenja.com	49
Gambar 4. 6 Footer Homepage Agencysenja.com	50
Gambar 4. 7 Halaman About Us.....	50
Gambar 4. 8 Featured post dalam Halaman About Us	51
Gambar 4. 9 Logo Klien agencysenja.com.....	51
Gambar 4. 10 Halaman Services Agencysenja.com.....	52
Gambar 4. 11 Halaman Kontak Agencysenja.com.....	53
Gambar 4. 12 Tampilan Website dalam Microsoft Edge	67
Gambar 4. 13 Tampilan Website dalam Safari.....	68
Gambar 4. 14 Tampilan Website dalam Google Chrome.....	68
Gambar 4. 15 Tampilan Website dalam iPad	69
Gambar 4. 16 Tampilan Website dengan Laptop	69
Gambar 4. 17 Tampilan Website dalam Android dan IOS user	70
Gambar 4. 18 Launching Website Melalui Story Instagram	71
Gambar 4. 19 Grafik pengunjung agencysenja.com dalam 1 minggu Sumber: Dokumen Milik Pribadi	72
Gambar 4. 20 Diagram Saluran Pengunjung agencysenja.com.....	73
Gambar 4. 21 Diagram Lingkaran Lokasi Pengunjung agencysenja.com.....	73
Gambar 4. 22 Diagram Lingkaran Perangkat Pengunjung agencysenja.com.....	74
Gambar 4. 23 Jumlah halaman konten dengan pengunjung terbanyak	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Analis SWOT Produksi Website Senja Kreatif Agency.....	7
Tabel 3. 1 Color Palette Website Senja Kreatif Agency.....	25
Tabel 3. 2 Estimasi Dana Pembuatan Website Senja Kreatif Agency.....	40
Tabel 3. 3 Timeline pelaksanaan Tugas Akhir	41
Tabel 4. 1 Perbandingan Halaman Utama	54
Tabel 4. 2 Perbandingan Halaman Menu About Us	55
Tabel 4. 3 Perbandingan Halaman Menu <i>Clients</i>	57
Tabel 4. 4 Perbandingan Halaman Menu Services	58
Tabel 4. 5 Perbandingan Halaman Promo Film.....	59
Tabel 4. 6 Perbandingan Halaman KOL <i>Management</i>	61
Tabel 4. 7 Perbandingan Halaman IP <i>Activation</i>	63
Tabel 4. 8 Perbandingan Halaman Contact	66
Tabel 4. 9 KPI website Agencysenja.com	75