

**PRODUKSI KONTEN VIDEO UNTUK
MENINGKATKAN ENGAGEMENT RATE SOSIAL
MEDIA PT. BINA CIPTA ABADI MELALUI
PLATFORM TIKTOK @binaciptaabadi**



TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Terapan Program Studi STr. Informasi dan Humas
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Oleh:

**Irma Amelia Soleha
40020621650094**

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

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Penulis dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini disusun tanpa menggunakan hasil penelitian sebelumnya, baik untuk gelar sarjana atau diploma dari universitas lain maupun penelitian lain. Penulis juga menegaskan bahwa skripsi ini tidak menggunakan materi dari publikasi atau karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam rujukan dan Daftar Pustaka. Penulis siap menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiarisme atau penjiplakan.

Nama : Irma Amelia Soleha

NIM : 40020621650094

Tanda Tangan :



Tanggal : 14 Agustus 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**PRODUKSI KONTEN VIDEO UNTUK MENINGKATKAN
ENGAGEMENT RATE SOSIAL MEDIA PT.BINA CIPTA ABADI
MELALUI PLATFORM TIKTOK @binaciptaabadi**

Oleh

Irma Amelia Soleha

40020621650094

Semarang, 14 Agustus 2025

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



Drs. Jovo Nun Suryanto Gono, M.Si

NIP 196110261987021001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Irma Amelia Soleha
NIM : 40020621650094
Program Studi : D4 – Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : Produksi Konten Video Untuk Meningkatkan Engagement Rate Sosial Media Melalui Platform TikTok @binaciptaabadi

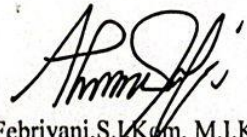
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (STr.) pada Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

TIM PENGUJI

Pembimbing : Drs. Joyo Nur Suryanto Gono, M.Si (.....)
Penguji I : Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom, M.I.Kom (.....)
Penguji II : Rizki Halim, S.E., M.I.Kom (.....)

Semarang, 19 Agustus 2025

Ketua Prodi Informasi dan Humas,


Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP 199202122020122022

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "Produksi Konten Video Untuk Meningkatkan Engagement Rate Sosial Media Melalui Platform TikTok @binaciptaabadi". Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Besar Muhammad SAW, beserta keluarga, dan sahabat.

Tugas akhir ini disusun dengan tujuan untuk mengeksplorasi dan menerapkan strategi sosial media perusahaan melalui media sosial dalam produksi konten video di PT.Bina Cipta Abadi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta kontribusi nyata dalam meningkatkan jumlah pengikut di platform TikTok, khususnya melalui konten sosial yang bersifat edukasi, informatif dan hiburan. Tugas akhir ini juga merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Sarjana Terapan pada Program Studi Informasi dan Humas, Fakultas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro. Selain itu, tugas akhir ini diharapkan dapat menambah wawasan terkait dengan bidang kehumasan, terutama dalam produksi media public relations.

Tugas akhir ini terdiri dari lima bab yang disusun secara berkesinambungan. Bab I, "Pendahuluan", membahas latar belakang dan alasan pemilihan tema produksi media *public relations*, dilengkapi dengan survei awal, riset dari internet, dan insight dari media sosial PT.Bina Cipta Abadi. Bab ini juga mencakup rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan luaran yang diharapkan dari Tugas Akhir ini. Bab II, "Tinjauan Pustaka", mengulas referensi dan karya terdahulu yang dijadikan acuan, serta alasan penggunaan konten video branding melalui TikTok. Bab III, "Metode", memaparkan profil klien, target audiens, serta alur penyusunan tugas akhir, tahap praproduksi, produksi, hingga pasca produksi. Bab IV, "Hasil dan Pembahasan", berisi analisis masalah dan hasil akhir dari project, termasuk review produk yang telah dihasilkan. Bab V, "Penutup", menyajikan

kesimpulan dan saran terkait project Tugas Akhir ini.

Penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu, khususnya dalam bidang strategi media sosial. Namun, penulis juga menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga tugas akhir ini dapat menjadi inspirasi dan referensi bagi para pembaca serta memberikan kontribusi positif bagi perkembangan PT.Bina Cipta Abadi.

Semarang, 14 Agustus 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Irma', enclosed within a light gray rectangular border.

Irma Amelia Soleha

NIM: 40020621650094

HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO:

"Jangan menyerah, ingat wajah orang tua kita dan liat perjuangan orang tua kita untuk mengantarkan anaknya sampai di tahap wisuda." – Irma Amelia S.

PERSEMBAHAN:

Tugas akhir ini saya persembahkan untuk Jurusan Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro yang telah menjadi wadah saya berkembang dan memahami ilmu kehumasan selama empat tahun dan mendapat gelar sarjana. Selanjutnya, untuk orang tua dan keluarga yang menjadi support sistem dan selalu memberikan doa serta kepercayaan sehingga saya bisa mencoba hal positif selama perkuliahan. Tidak lupa juga, untuk teman-teman seperjuangan yang selalu hadir secara langsung memberikan perhatian dan motivasi untuk bisa berlari ke gerbang kesuksesan bersama-sama.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan syukur yang mendalam kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **"Produksi Konten Video Untuk Meningkatkan Engagement Rate Sosial Media PT.Bina Cipta Abadi Melalui Platform TikTok @binaciptaabadi"** dengan lancar dan tanpa kendala yang berarti. Penulis juga menyadari bahwa pencapaian ini tidak mungkin terwujud tanpa adanya dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak selama proses penyusunan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang memberikan kontribusi dan arahan yang berharga selama perjalanan ini.

1. Allah SWT atas segala nikmat, karunia, dan ridho yang diberikan selama proses penyusunan tugas akhir ini hingga dapat selesai dengan baik.
2. Ibu Lima Sari, S.H. dan Bapak (Alm) Sumaryoso Panca Indra, selaku orang tua penulis yang selalu memberikan doa, dukungan baik secara moril dan materil. Terima kasih telah berusaha semaksimal mungkin untuk membahagiakan anaknya dalam mencari tujuan hidupnya, hingga tahap ini bisa menyelesaikan studinya.
3. Masiyas, Kak Lita dan Qinara, selaku kaka kandung, kaka ipar dan keponakan penulis yang selalu menjadi alasan penulis untuk terus bertumbuh karena harus menjadi sosok yang layak untuk diteladani, dan selalu memberikan hiburan dikala penulis merasa jenuh. Terima kasih *mas* selalu kasih adek semangat dan doa.
4. Drs. Joyo Nur Suryanto Gono, M.Si, selaku dosen pembimbing penulis, yang telah memberikan arahan, masukan, dan jiwa semangat kepada penulis.
5. Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi S.Tr Informasi dan Hubungan Masyarakat Fakultas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, dan dosen penguji 1 yang telah memberikan arahan, masukan, serta motivasi selama proses penyusunan tugas akhir.

6. Rizki Halim, S.E.,M.I.Kom,. selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan arahan, masukan, serta motivasi selama proses penyusunan tugas akhir.
7. Nelly Hartati dan Harnoto selaku CEO PT.Bina Cipta Abadi, yang sudah memperbolehkan perusahaan ini untuk dijadikan mitra dan mengambil data yang valid untuk kebutuhan Tugas Akhir penulis, serta terima kasih untuk seluruh staff PT.Bina Cipta Abadi yang sudah membantu penulis untuk menjadi talent di konten Tiktok @binaciptaabadi.
8. Sahabat saya “Trio Pejuang Masa Depan”. Terima kasih sudah menemani, mendengarkan keluh kesah, dan memberi support kepada penulis
9. Rahma Ayu Azahra, Septiana Shintawati Sutopo selaku sahabat saya dari semester awal sampai menemani proses Tugas Akhir penulis, memberikan support kepada penulis.
10. Ade Tiya Pratama, selaku pacar penulis. Terima kasih sudah memberi dukungan, dorongan yang positif, nasihat, menghibur penulis jika penulis sudah merasa jenuh, menemani penulis di tahap proses Tugas Akhir ini, sudah menjadi tempat rumah yang nyaman untuk bercerita. Terima kasih yaa sayangg sudah menemani aku untuk berprogress sampai di tahap akhir.
11. Burjo Holic 3, tempat dimana penulis mengerjakan Tugas Akhir ini dari mencari judul sampai bab 5, penulis sudah menghabiskan waktu banyak di Burjo Holic 3 dari pagi sampai pagi lagi. Penulis berterima kasih ke owner Burjo Holic 3 sudah memperbolehkan penulis menghabiskan waktu banyak disini dan di tempat ini menjadi saksi bahwa penulis sangat serius ingin selesaikan studi penulis.
12. Fanny, kak Devie, kak Sri dan Ardella selaku teman penulis sekaligus staff PT.Bina Cipta Abadi, sudah membantu penulis untuk mempermudah di tahap pra produksi hingga pasca produksi ini. Sudah bersedia menjadi talent di karya video penulis yang nantinya akan di unggah di Tik Tok @binaciptaabadi
13. Terima kasih kepada diri sendiri, Irma Amelia Soleha, yang masih ingin bertahan, tidak patah semangat dan selalu berprogress setiap harinya.

ABSTRAK

PT.Bina Cipta Abadi (PT.BCA), sebuah perusahaan outsourcing alih daya yang berfokus pada jasa alih daya, recruitment, penempatan dan pengelolaan tenaga kerja, menghadapi tantangan dalam meningkatkan engagement rate sosial media perusahaan outsourcing ke dunia media sosial dengan kompetitor sejenisnya sudah membranding perusahaan tersebut melalui media sosial. Untuk mengatasi hal ini, proyek tugas akhir ini memproduksi 10 video konten yang bersifat edukasi, informasi dan hiburan. menggunakan metode praproduksi, produksi hingga pascaproduksi sebagai *strategi public relations*. Proyek ini juga menemukan bahwa konten edukasi, informasi dan hiburan lebih efektif dalam meningkatkan interaksi dan penambahan pengikut, menghasilkan jumlah *viewers dan likes* tinggi, kurang berhasil dalam menarik pengikut baru. Di samping itu, konten dibuat dengan beberapa taktik di antaranya konsep *storytelling*, penggunaan *hook*, lagu viral, durasi, hingga tagar yang relevan. Selanjutnya, hal tersebut dikemas dalam sebuah rancangan SSG (*Standar Sequence Gueide*) dan dievaluasi dengan *Key Performance Indicator* serta fitur *insight* platform TikTok.

Kata Kunci: Konten, TikTok, Strategi *Public Relations*, Pertumbuhan Pengikut

DAFTAR ISI

Table of Contents

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
Daftar Isi	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan	13
1.4 Manfaat	13
1.4.1 Bagi Peneliti	13
1.4.2 Bagi Perusahaan	13
1.4.3 Bagi Akademisi	14
1.5 Luaran	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Kajian Karya Terdahulu	15
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Kehumasan	17
2.2.2 Branding	17
2.2.3 Videografi	18
2.2.4 Media Sosial	19
2.2.5 Tiktok	19
BAB III METODE	22

3.1 Profil Klien.....	22
3.2 Segmentasi Pasar.....	23
3.3 Diagram Alir Pembuatan	23
3.4 Metode Pelaksanaan	23
3.4.1 Pra- Produksi.....	23
3.4.2 Produksi	32
3.4.3. Pascaproduksi.....	33
3.5 Rancangan Karya.....	34
3.6 Timeline Pelaksanaan	45
3.7 Rancangan Anggaran Dana	45
3.8 KPI (Key Performance Indicator)	46
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Permasalahan	48
4.2 Perencanaan Produksi Tugas Akhir	48
4.2.1Jumlah Konten Dan Waktu Publikasi	48
4.3 Pelaksanaan Produksi Tugas Akhir	49
4.3.1. Tahap Pra Produksi.....	48
4.3.2. Tahap Produksi	49
4.3.3 Tahap Pasca Produksi	52
4.4 Implementasi SSG dalam Produksi Tugas Akhir dan.....	53
Pembagian Tugas Pada Proses Produksi	53
4.5 Proses Edit Video	57
4.5.1 Proses Edit Video Untuk Thumbnail	57
4.5.2 Caption dan Hastag	58
4.6 Publikasi Tugas Akhir	59
4.6.1 Publikasi dan Insight Konten.....	59
4.6.2 Hasil Review Pihak Klien PT.Bina Cipta Abadi.....	63
4.7 Evaluasi Tugas Akhir	64
4.7.1 Pembahasan Hasil Produksi Tugas Akhir	64
4.7.2 Tabel Overview Hasil Publikasi Konten	68
4.7.3 Perhitungan Engagement Rate TikTok	72

BAB V PENUTUP	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran.....	74
Daftar Pustaka.....	75

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1 1 Akun Instagram PT. Bina Cipta Abadi</i>	<i>2</i>
<i>Gambar 1 2.Postingan Feeds Instagram PT. Bina Cipta Abadi</i>	<i>3</i>
<i>Gambar 1 3 Engagement Instagram PT.Bina Cipta Abadi.....</i>	<i>4</i>
<i>Gambar 1 4. Diagram Pengguna Tikok vs Instagram.....</i>	<i>6</i>
<i>Gambar 1 5. 10 Negara dengan Pengguna TikTok Terbesar Juli 2024.....</i>	<i>7</i>
<i>Gambar 1 6. Demografi Pengguna TikTok.....</i>	<i>8</i>
<i>Gambar 1 7. Demografi Pengguna TikTok Indonesia</i>	<i>8</i>
<i>Gambar 1 8. Data Ketertarikan Konten TikTok</i>	<i>9</i>
<i>Gambar 1 9. Account TikTok PT.Bina Cipta Abadi</i>	<i>11</i>
<i>Gambar 3 1. Diagram Alir Produksi.....</i>	<i>23</i>
<i>Gambar 4 1. Proses Ediing Penggabungan Video dan Audio</i>	<i>52</i>
<i>Gambar 4 2. SEO TikTok Yang Berhasil Membaca Jenis Konten.....</i>	<i>53</i>
<i>Gambar 4 3. Hasil Proses Edit Video Semua Konten.....</i>	<i>58</i>
<i>Gambar 4 4. Hasil Konten #1</i>	<i>65</i>
<i>Gambar 4 5. Hasil Konten#2</i>	<i>65</i>
<i>Gambar 4 6. Hasil Konten #5</i>	<i>66</i>
<i>Gambar 4.7 Hasil Konten #8</i>	<i>66</i>
<i>Gambar 4 8.Hasil Konten#7.....</i>	<i>66</i>
<i>Gambar 4 9. Hasil Konten #10</i>	<i>67</i>
<i>Gambar 4 10.Hasil Konten#7.....</i>	<i>67</i>
<i>Gambar 4 11. Hasil Konten #10.....</i>	<i>68</i>
<i>Gambar 4.12. Hail Konten #.....</i>	<i>68</i>
<i>Gambar 4.13. Hasil Konten#</i>	<i>68</i>
<i>Gambar 4.14. Perhitungan Engagement Rate TikTok.....</i>	<i>72</i>

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 1 1. Analisis SWOT PT.Bina Cipta Abadi</i>	<i>10</i>
<i>Tabel 3 1. Konsep Penciptaan Karya.....</i>	<i>25</i>
<i>Tabel 3 2. Jadwal Publikasi Konten</i>	<i>31</i>
<i>Tabel 3 3.Standard Sequence Guide Konten #1</i>	<i>34</i>
<i>Tabel 3 4. Standard Sequence Guide Konten #2</i>	<i>36</i>
<i>Tabel 3 5. Standard Sequence Guide Konten #3</i>	<i>38</i>
<i>Tabel 3 6.Standard Sequence Guide Konten #4</i>	<i>38</i>
<i>Tabel 3 7.Standard Sequence Guide Konten #5</i>	<i>39</i>
<i>Tabel 3 8 Standard Sequence Guide Konten #6</i>	<i>40</i>
<i>Tabel 3 9Standard Sequence Guide Konten #7</i>	<i>41</i>
<i>Tabel 3 10. Standard Sequence Guide Konten #8</i>	<i>42</i>
<i>Tabel 3 11.Standard Sequence Guide Konten #9</i>	<i>43</i>
<i>Tabel 3 12.Standard Sequence Guide Konten #10</i>	<i>44</i>
<i>Tabel 3 13.Timeline Pelaksanaan</i>	<i>45</i>
<i>Tabel 3 14.Rancangan Anggaran Dana</i>	<i>45</i>
<i>Tabel 3 15.KPI (Key Performance Indicator)</i>	<i>46</i>
<i>Tabel 4 1.Riset Tambahan Akun TikTok @binaciptaabaadi</i>	<i>50</i>
<i>Tabel 4 2.Perubahan Standard Sequence Guide(SSG)</i>	<i>53</i>
<i>Tabel 4 3.Riset Perubahan Standard Sequence Guide(SSG).....</i>	<i>53</i>
<i>Tabel 4 4. Caption dan Hastag Semua Konten.....</i>	<i>59</i>
<i>Tabel 4 5.Publikasi dan Insight Konten.....</i>	<i>61</i>
<i>Tabel 4 6 . Overview Hasil Publikasi Konten.....</i>	<i>68</i>