



**PRODUKSI VIDEO REELS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI
UNTUK MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG
KE BISMILLAH BAROKAH CAFE (BB Cafe)**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan

Program Studi STr. Informasi dan Humas Sekolah Vokasi

Universitas Diponegoro

Oleh :

JIHAN NAIFA SIDQIYAH

40020621650015

PROGRAM STUDI STr. INFORMASI DAN HUMAS

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa skripsi 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 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 : Jihan Naifa Sidqiyah

Nim : 40020621650015

Tanda Tangan :



Tanggal : 15 Agustus 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

PROPOSAL TUGAS AKHIR

**PRODUKSI VIDEO REELS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI
UNTUK MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG
KE BISMILLAH BAROKAH CAFE (BB Cafe)**

Oleh

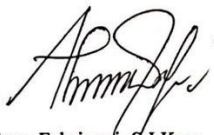
Jihan Naifa Sidqiyah

40020621650015

Semarang, 15 Agustus 2025

Disetujui Oleh,

Dosen Pembimbing



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

NIP. 199202122020122022

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir diajukan oleh :

Nama : Jihan Naifa Sidqiyah

Nim : 40020621650015

Program Studi : S.Tr. Informasi dan Humas

Judul Tugas Akhir : PRODUKSI VIDEO REELS INSTAGRAM
SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN MINAT
BERKUNJUNG KE BISMILLAH BAROKAH CAFE (BB Cafe)

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

Penguji II : Irene Syebatia Bumi, M.I.Kom
NIP. 199111262024062001

Semarang, 15 Agustus 2025
Ketua Prodi Informasi dan Humas,

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

Motto: “Jika ragu, melajulah tanpa hambatan.” – George Russell
Dipersembahkan untuk :

1. Universitas Diponegoro
2. Sekolah Vokasi
3. Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Hubungan Masyarakat
4. Ayah, Ibu, Kakak dan Keluarga
5. Sahabat dan teman-teman

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Proposal Tugas Akhir yang berjudul **“Produksi Video Reels Instagram Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Minat Berkunjung ke Bismillah Barokah Café (BBC)”**. Penyusunan proposal ini dilakukan sebagai bagian dari pemenuhan kewajiban akademik di Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Dalam proses penyusunan laporan ini tidak terlepas dari bimbingan, arahan, bantuan serta kerjasama dari berbagai pihak terutama dosen pembimbing sehingga penulisan Proposal Tugas Akhir ini terdiri dari beberapa BAB antara lain :

BAB I PENDAHULUAN. Bab ini membahas alasan dipilihnya produksi video Reels Instagram sebagai media promosi BB Cafe. Di era digital saat ini, media sosial seperti Instagram menjadi sarana efektif untuk menyampaikan informasi secara cepat dan menarik. BB Cafe membutuhkan strategi promosi yang mampu meningkatkan minat berkunjung, salah satunya melalui konten visual yang kreatif dan informatif.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA. Bab ini berisi teori-teori terkait promosi digital, media sosial, dan efektivitas video pendek seperti Reels dalam menjangkau audiens. Penelitian terdahulu digunakan untuk memperkuat dasar ilmiah, dengan fokus pada strategi penyampaian pesan melalui konten visual di Instagram.

BAB III METODE PELAKSANAAN. Bab ini menjelaskan proses produksi video Reels, mulai dari observasi lapangan, penyusunan konsep dan naskah, pengambilan gambar, hingga proses editing. Semua tahapan mengacu pada Standar Sequence Guide (SSG) untuk memastikan video tersusun secara sistematis dan menarik bagi penonton.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN. Bab ini membahas hasil dari proses pembuatan video Reels promosi BB Cafe, yang meliputi tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Seluruh proses mengacu pada *Standard Sequence Guide* (SSG) untuk memastikan video tersusun secara terarah dan menarik bagi calon pelanggan..

BAB V PENUTUP. Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan proses produksi video Reels promosi BB Cafe, mulai dari latar belakang masalah, tujuan pembuatan konten, hingga hasil yang diperoleh setelah video diunggah. Selain itu, bab ini juga memuat saran yang dapat dijadikan acuan bagi pihak BB Cafe untuk meningkatkan efektivitas promosi digital secara berkelanjutan melalui media sosial Instagram.

Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan dapat menjadi pedoman serta wawasan baru bagi pembaca. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih dan sekiranya Tugas Akhir yang telah disusun ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca maupun pihak-pihak lain.

Semarang, 15 Agustus 2025

Penulis



Jihan Naifa Sidqiyah

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir yang berjudul **“Produksi Video Reels Instagram sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Minat Berkunjung ke Bismillah Barokah Cafe (BB Cafe).”** Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro. Dalam pelaksanaan proyek ini, penulis berfokus pada pembuatan konten promosi digital untuk BB Cafe yang berlokasi di Desa Campurejo, Gresik Utara, dengan tujuan meningkatkan daya tarik dan kunjungan masyarakat melalui media sosial, khususnya Instagram.

Melalui kesempatan ini saya sebagai penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, atas segala bimbingan dan rahmat Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Kepada almarhum ayahanda tercinta, yang meskipun telah tiada, kasih sayang, semangat, dan nilai-nilai kehidupan yang beliau ajarkan senantiasa menjadi sumber kekuatan dan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan ampunan dan menempatkan beliau di tempat terbaik di sisi-Nya. Aamiin.
3. Kepada ibunda tercinta, yang selalu memberikan motivasi, doa, serta dukungan moral dan finansial selama proses perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir ini. Tanpa ketulusan dan pengorbanan beliau, pencapaian ini tidak akan mungkin terwujud.
4. Kepada kakak dan mas penulis, atas peran dan kasih sayang yang telah diberikan dalam menggantikan sosok ayah. Dukungan, pengorbanan, dan doa dari kalian menjadi kekuatan berarti dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

5. Kepada Mba Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom selaku ketua program studi STr. Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro dan selaku dosen pembimbing penulis pada saat mengerjakan tugas akhir yang telah memberikan arahan dan bimbingan sehingga penulis mampu menyelesaikan proyek tugas akhir dengan baik.
6. Kepada Bu Dr. Dra. Liliek Budiastuti M.Si dan Mba Irene Syebatia Bumi, M.I.Kom selaku dosen penguji, yang telah memberikan masukan dan penilaian yang membangun dalam proses penyusunan dan penyelesaian Tugas Akhir ini.
7. Kepada Devi dan Heny, yang telah menjadi bagian dari perjalanan ini sejak awal semester 3 hingga lulus. Kebersamaan, semangat, dan dukungan kalian sebagai trio populer tak hanya mewarnai hari-hari perkuliahan, tetapi juga menjadi penyemangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Kepada Farah, teman sejak SMP hingga SMA, yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses penyusunan Tugas Akhir, khususnya saat penulis mengalami kesulitan.
9. Kepada BB Cafe, atas kesediaannya menjadi klien dalam Tugas Akhir ini dan memberikan ruang untuk belajar serta berkolaborasi secara langsung di lapangan.

ABSTRAK

Bismillah Barokah Café atau BB Cafe merupakan wisata kuliner yang terletak di Gresik Utara dan telah memanfaatkan Instagram sebagai media promosi. Namun, promosi digital melalui Instagram belum dilakukan secara optimal. Ketidakteraturan unggahan dan belum adanya konten yang terarah menjadi kendala dalam memperkenalkan BB Cafe sebagai destinasi wisata kuliner dan hiburan keluarga. Hal ini tercermin dari data kunjungan mingguan, di mana jumlah pengunjung BB Cafe (381 orang) masih lebih rendah dibandingkan Holaa Cafe (416 orang) dan Sibe Cafe (384 orang). Oleh karena itu, diperlukan upaya pembuatan konten promosi melalui video Reels Instagram sebagai solusi untuk meningkatkan minat pengunjung. Tugas akhir ini bertujuan untuk meningkatkan minat berkunjung ke BB Cafe melalui produksi konten video Reels Instagram yang menampilkan suasana kafe, ragam menu, fasilitas, serta spot-spot menarik lainnya. Metode yang digunakan meliputi pengumpulan data, penentuan konsep cerita, pembentukan tim produksi, proses produksi, hingga publikasi konten. Berdasarkan perbandingan minat kunjungan sebelum dan sesudah publikasi video, terjadi peningkatan yang signifikan, yaitu dari 40% menjadi 88,2%, atau naik sebesar 48,2%. Temuan ini menunjukkan bahwa produksi video Reels Instagram berhasil meningkatkan minat berkunjung, serta menjadi strategi promosi yang efektif untuk memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan eksposur BB Cafe sebagai destinasi kuliner dan hiburan keluarga di Gresik Utara.

Kata kunci: video promosi, Instagram Reels, BB Cafe, media sosial, minat berkunjung

ABSTRACT

Bismillah Barokah Café or BB Cafe is a culinary tourism destination located in North Gresik and has utilized Instagram as a promotional platform. However, digital promotion through Instagram has not been carried out optimally. Irregular posting and the lack of targeted content have hindered efforts to introduce BB Cafe as a culinary and family entertainment destination. This is reflected in the weekly visitor data, where the number of BB Cafe visitors (381 people) is still lower compared to Holaa Cafe (416 people) and Sibe Cafe (384 people). Therefore, promotional content creation through Instagram Reels videos is needed as a solution to increase visitor interest. This final project aims to boost visits to BB Cafe through the production of Instagram Reels videos showcasing the café's atmosphere, menu variety, facilities, and other attractive spots. The methods used include data collection, story concept development, production team formation, production process, and content publication. Based on the comparison of visitor interest before and after the video publication, there was a significant increase, from 40% to 88.2%, or a rise of 48.2%. These findings indicate that Instagram Reels production successfully increased visitor interest and serves as an effective promotional strategy to expand audience reach and enhance BB Cafe's exposure as a culinary and family entertainment destination in North Gresik.

Keywords: promotional video, Instagram Reels, BB Cafe, social media, visit intention

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS ...Error! Bookmark not defined.	
HALAMAN PERSETUJUANError! Bookmark not defined.	
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	17
1.1 Latar Belakang	17
1.2 Rumusan Masalah	32
1.3 Tujuan tugas akhir	32
1.4 Manfaat tugas akhir	32
1.5 Luaran	33
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	35
2.1 Kajian Karya Terdahulu	35
2.2 Landasan Teori	37
2.2.1. Public Relations	37
2.2.2. Digital Public Relations	38
2.2.3. Digital Marketing Public Relations	39
2.2.4. Media Public Relations	41
2.2.5. Video Promosi	43
2.2.6. Instagram	44
2.2.7. Videografi	47
BAB III METODE PELAKSANAAN	51
3.1 Konsep Penciptaan Karya	51

3.1.1 Mitra	51
3.1.2 Profil Mitra	51
3.2 Segmen/Target Pasar.....	52
3.3 Konsep Karya Bidang	53
3.4 Metode Penciptaan Karya	53
3.4.1. Pra Produksi.....	53
3.4.2. Produksi	57
3.4.3. Pasca Produksi.....	58
3.5 Indikator keberhasilan.....	73
3.6 Timeline Pelaksanaan	74
3.7 Anggaran Produksi.....	74
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN	75
4.1 Analisis Tahap Pra Produksi	75
4.2 Analisis Tahap Produksi	77
4.3 Analisis Tahap Pasca Produksi	85
4.4 Analisis Hasil Survei Minat Kunjungan	86
4.5 Analisis Hasil Interaksi	89
4.6 Hasil Keberhasilan Proyek.....	107
4.7 Sustainability.....	108
4.8 Hambatan dan Solusi	109
BAB V PENUTUP	111
5.1 Kesimpulan	111
5.2 Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Media Social Indonesia	18
Gambar 1. 2 Platform media social terpopuler di Indonesia.....	19
Gambar 1. 3 Instagram BB Cafe	20
Gambar 1. 4 Diagram batang pengunjung ke-3 Cafe.....	26
Gambar 1. 5 Cafe paling dikenal responden	27
Gambar 1. 6 Cafe berkonsep alam dan wahana yang paling dikenal responden ..	27
Gambar 1. 7 Pengalaman kunjungan responden	28
Gambar 1. 8 Minat berkunjung ke BB Cafe.....	29
Gambar 1. 9 Ketertarikan responden.....	29
Gambar 1. 10 Sumber informasi pertama tentang BB Cafe.....	30
Gambar 1. 11 Kebutuhan responden pada format konten yang diinginkan	30
Gambar 1. 12 Kebutuhan responden pada topik konten yang diinginkan	31
Gambar 4. 1 Teknik pengambilan gambar medium close-up	78
Gambar 4. 2 Teknik pengambilan gambar medium shot	79
Gambar 4. 3 Teknik pengambilan gambar wide shot.....	80
Gambar 4. 4 Dokumentasi tahap produksi dengan pihak BB Cafe.....	81
Gambar 4. 5 Proses editing	86
Gambar 4. 6 Data responden yang telah menonton video Reels.....	87
Gambar 4. 7 Hasil informasi yang diterima responden.....	87
Gambar 4. 8 Efektivitas video Reels sebagai media promosi	88
Gambar 4. 9 Minat kunjungan.....	88
Gambar 4. 10 Interaksi komentar Reels #1	91
Gambar 4. 11 Interaksi komentar Reels #2	93
Gambar 4. 12 Interaksi komentar Reels #3	94
Gambar 4. 13 Interaksi komentar Reels #4	96
Gambar 4. 14 Interaksi komentar Reels #5	97
Gambar 4. 15 Interaksi komentar Reels #6	99
Gambar 4. 16 Interaksi komentar Reels #7	101
Gambar 4. 17 Interaksi komentar Reels #8	102
Gambar 4. 18 Interaksi komentar Reels #9	104

Gambar 4. 19 Interaksi komentar Reels #10	105
---	-----

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Konten Instagram BB Cafe	22
Tabel 3. 1 Konsep pengaryaan	54
Tabel 3. 2 SSG Reels #1 Rekomendasi makanan berat BB Cafe	60
Tabel 3. 3 SSG Reels #2 Zona bermain anak.....	61
Tabel 3. 4 SG Reels #3 Jalan menuju BB Cafe.....	62
Tabel 3. 5 SSG Reels #4 Rekomendasi cemilan dan minuman	64
Tabel 3. 6 SSG Reels #5 Spot foto BB Cafe	65
Tabel 3. 7 SSG Reels #6 Wahana bermain remaja dan dewasa	66
Tabel 3. 8 SSG Reels #7 Fasilitas BB Cafe	67
Tabel 3. 9 SSG Reels #8 Cafe tour (BB Cafe)	69
Tabel 3. 10 SSG Reels #9 Suasana sore dan sunset view	70
Tabel 3. 11 SSG Reels #10 Live music BB Cafe	72
Tabel 3. 12 Timeline pelaksanaan.....	74
Tabel 3. 13 Anggaran produksi	74
Tabel 4. 1 Penyesuaian Konten	76
Tabel 4. 2 Jadwal Produksi	82
Tabel 4. 3 Hasil unggahan konten Reels #1	89
Tabel 4. 4 Hasil unggahan Konten Reels #2	91
Tabel 4. 5 Hasil unggahan konten Reels #3	93
Tabel 4. 6 Hasil unggahan konten Reels #4	95
Tabel 4. 7 Hasil unggahan konten Reels #5	96
Tabel 4. 8 Hasil unggahan konten Reels #6	98
Tabel 4. 9 Hasil unggahan konten Reels #7	100
Tabel 4. 10 Hasil unggahan konten Reels #8	101
Tabel 4. 11 Hasil unggahan konten Reels #9	103
Tabel 4. 12 Hasil unggahan konten Reels #10	104