



**PRODUKSI *INSTAGRAM REELS* DALAM UPAYA
MENINGKATKAN JUMLAH PENGGUNA APLIKASI *LOYALTY*
PROGRAM “MYSRLAND” DI QUEEN CITY MALL
TUGAS AKHIR**

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

Oleh :
Sekar Ayu Cahyaning Romadhona
40020621650065

**PROGRAM STUDI
INFORMASI DAN HUBUNGAN MASYARAKAT
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2025**

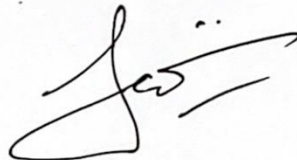
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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 dalam Daftar Pustaka. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiasi / penjiplakan.

Nama : Sekar Ayu Cahyaning Romadhona

NIM : 40020621650065

Tanda Tangan :



Tanggal : 26 Juni 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**PRODUKSI *INSTAGRAM REELS* DALAM UPAYA
MENINGKATKAN JUMLAH PENGGUNA APLIKASI
LOYALTY PROGRAM “MYSR LAND” DI QUEEN CITY MALL**

Oleh :

Sekar Ayu Cahyaning Romadhona
40020621650065

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing



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

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Sekar Ayu Cahyaning Romadhona
NIM : 40020621650065
Program Studi : Informasi dan Hubungan Masyarakat
Judul Tugas Akhir : Produksi *Instagram Reels* dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pengguna Aplikasi *Loyalty Program* “Mysrland” di Queen City Mall

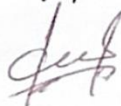
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (STr.) pada Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

TIM PENGUJI

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

()

Penguji I : Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom.

()

Penguji II : Deony Dewanggi Mulyono, M.I.Kom.

()

Semarang, 26 Juni 2025

Ketua Program Studi 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 Instagram Reels dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pengguna Aplikasi Loyalty Program MySRLand di Queen City Mall.”** Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Besar Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya.

Tugas akhir ini disusun dengan tujuan untuk mengeksplorasi dan menerapkan strategi promosi berbasis konten di media sosial melalui format *Instagram Reels*, guna meningkatkan jumlah pengguna aplikasi loyalty program MySRLand, khususnya di Queen City Mall Semarang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran digital yang efektif dan relevan dengan target audiens di era media sosial. Tugas akhir ini juga merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Sarjana Terapan pada Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro. Selain itu, tugas akhir ini diharapkan dapat menambah wawasan terkait produksi konten digital untuk kepentingan *public relations*.

Tugas akhir ini terdiri dari lima bab yang disusun secara sistematis. Bab I, *Pendahuluan*, menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, serta luaran dari proyek tugas akhir. Bab II, *Tinjauan Pustaka*, memuat referensi karya terdahulu dan landasan teori yang mendukung proyek, termasuk konsep *public relations*, teori AIDA, loyalitas pelanggan, media sosial, dan produksi *video*. Bab III, *Metode*, menjelaskan alur pembuatan karya, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi, disertai segmentasi audiens dan strategi konten. Bab IV, *Hasil dan Pembahasan*, menyajikan hasil produksi konten dan analisis efektivitas dari strategi yang diterapkan. Bab V, *Penutup*, berisi kesimpulan dan saran untuk pengembangan lebih lanjut.

Penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat baik secara akademik maupun praktis, khususnya dalam bidang promosi digital dan strategi komunikasi. Penulis juga menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun. Semoga karya ini dapat menjadi referensi serta memberikan kontribusi positif bagi pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya dalam mendukung pertumbuhan aplikasi MySRLand di Queen City Mall.

Semarang, 3 Juni 2025

Penulis

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“If you wait till you feel ready, you might miss the opportunity altogether”

(Amber Lyon)

“Seekor burung yang duduk di atas pohon tidak pernah takut rantingnya patah, karena kepercayaannya bukan pada cabang dahannya, tetapi pada kemampuannya untuk terbang”

(Jalaluddin Rumi)

PERSEMBAHAN :

Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk :

1. Ayah, Ibu, dan kakak yang doanya senantiasa menyertai setiap langkah saya selama mengemban pendidikan.
2. Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas dan seluruh civitas akademik yang saya hormati
3. Teman-teman seperjuangan dan orang terdekat yang selalu hadir untuk memberikan perhatian dan motivasi.
4. Seluruh jajaran manajemen SRLand Properties dan Queen City Mall Semarang

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 Instagram Reels dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pengguna Aplikasi Loyalty Program MySRLand di Queen City Mall”** 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 telah memberikan kontribusi dan arahan yang berharga selama perjalanan ini, terutama kepada:

1. Allah SWT atas segala nikmat, karunia, ridho dan kemudahan yang diberikan selama proses pengerjaan tugas akhir ini hingga dapat selesai dengan baik.
2. Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan arahan, koreksi, dan bimbingan dengan penuh kesabaran dan perhatian.
3. Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen penguji 1 yang membantu membedah dan memberi arahan tugas akhir agar lebih sempurna.
4. Deony Dewanggi Mulyono, M.I.Kom., selaku dosen penguji 2 yang membantu membedah dan memberi arahan tugas akhir agar lebih sempurna.
5. Ibu Sri Suprapri dan Bapak Ilyas Suwarduki, selaku orang tua penulis, yang senantiasa memberikan doa, motivasi, serta dukungan moral dan material yang tiada henti. Terima kasih atas kasih sayang, pengorbanan, serta kepercayaan yang telah diberikan kepada penulis dalam menempuh pendidikan hingga menyelesaikan tugas akhir ini. Doa dan restu dari beliau berdua adalah kekuatan terbesar dalam setiap langkah penulis.
6. Puspa Ratnaningrum Suwarduki, S.AB, Agdinal Brilliant Indra Kusuma, S.TP, Dhella Safira Kusumaningtyas Suwarduki, S.E, Ardan Legenda De Arham, S.Pt, dan Fatchurrozzi Taufiqurrobby, S.AB, selaku kakak-kakak

penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi, serta arahan yang berharga dalam setiap langkah yang penulis tempuh selama masa perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini.

7. Seluruh dosen dan staf pengajar di Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat, Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, atas ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan selama masa studi.
8. Robby Antoni Diska, selaku mentor magang penulis yang selalu memberi dukungan, arahan, dan motivasi dalam pengerjaan Tugas Akhir.
9. Pihak Manajemen SRLand Properties dan Queen City Mall, yang telah memberikan kesempatan, fasilitas, serta data dan dukungan yang sangat berarti dalam pelaksanaan proyek tugas akhir ini.
10. Nurma Maulidya Indriani Wahyu Eriasani, Ahmad Imam Muzani, Zhafira Putri Samara, dan Andini Putri selaku talent yang membantu penulis dalam proses produksi.
11. Putri Fortuna Immania, S.AB, Putri Kurnia Sari, S.Pd, Puteri Abidah Erdianti, S.M, dan Agmalia Putri Aurora Pramudita, selaku sahabat penulis yang senantiasa menjadi tempat untuk bercerita dan memberi semangat serta dukungan.
12. Rekan terdekat penulis, yang selalu hadir dalam suka dan duka, menjadi tempat berkeluh kesah, berbagi semangat, serta memberikan dukungan emosional selama proses penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih atas kesabaran, pengertian, dan kehadiran yang berarti di setiap langkah perjalanan ini.
13. Terakhir, penulis berterima kasih kepada diri sendiri atas keberanian untuk terus melangkah, kesabaran dalam menghadapi setiap proses, serta keteguhan untuk menyelesaikan tugas akhir ini hingga tuntas. Terima kasih telah mampu melewati berbagai tantangan, tetap bertahan di tengah keraguan, dan terus percaya bahwa setiap usaha akan membuahkan hasil. Semoga langkah ini menjadi awal dari perjalanan yang lebih baik ke depan.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perusahaan untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif. SRLand Properties, melalui aplikasi loyalitas pelanggan MySRLand, berupaya meningkatkan jumlah pengguna dengan memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi. Tugas akhir ini bertujuan untuk memproduksi sembilan konten Instagram Reels yang informatif dan menarik guna meningkatkan jumlah pengguna aplikasi MySRLand di Queen City Mall Semarang. Metode yang digunakan adalah metode pengkaryaan dengan tiga tahapan utama, yaitu pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Strategi konten yang diterapkan disesuaikan dengan karakteristik target audiens, yaitu Gen Z dan keluarga muda. Berdasarkan analisis insight dan hasil evaluasi dari 9 video yang dipublikasikan, ditemukan bahwa penggunaan fitur Instagram seperti Reels dan *collaboration post* membantu meningkatkan jangkauan dan *engagement*. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa konten audiovisual dalam bentuk Reels merupakan strategi *public relations* yang efektif dalam menyampaikan informasi promosi, meningkatkan interaksi, dan mendorong jumlah pengguna aplikasi. Setelah konten dipublikasikan, jumlah pengguna baru meningkat dari 259 menjadi 361 pengguna (naik 39,38%) dan pengguna aktif meningkat dari 149 menjadi 209 pengguna (naik 40,27%) dalam dua bulan. Tugas akhir ini membuktikan bahwa strategi promosi digital melalui Instagram Reels dapat menjadi solusi dalam meningkatkan keberhasilan program loyalitas pelanggan berbasis aplikasi.

Kata kunci: Instagram Reels, Loyalitas Pelanggan, MySRLand, Konten, Promosi Digital, Queen City Mall

ABSTRACT

The advancement of digital technology has encouraged companies to utilize social media as an effective promotional tool. SRLand Properties, through its customer loyalty application MySRLand, aims to increase the number of users by leveraging Instagram as a communication medium. This final project aims to produce nine informative and engaging Instagram Reels to boost user acquisition for the MySRLand application at Queen City Mall Semarang. The method used is the creation method, consisting of three main stages: pre-production, production, and post-production. The content strategy was tailored to the characteristics of the target audience, namely Gen Z and young families. Based on insight analysis and the evaluation results of the nine published videos, it was found that the use of Instagram features such as Reels and collaboration posts helped increase reach and engagement. The evaluation results show that audiovisual content in the form of Reels is an effective public relations strategy for delivering promotional information, enhancing interaction, and encouraging application usage. After the content was published, the number of new users increased from 259 to 361 (39.38%), and active users rose from 149 to 209 (40.27%) within two months. This final project demonstrates that digital promotional strategies through Instagram Reels can be an effective solution for improving the success of app-based customer loyalty programs.

Keywords: *Instagram Reels, Customer Loyalty, MySRLand, Content, Digital Promotion, Queen City Mall*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan	13
1.4 Manfaat	13
1.5 Luaran.....	14
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Kajian Penulisan Terdahulu	15
2.2 Landasan Teori.....	16
BAB III.....	28
METODE	28
3.1 Konsep Penciptaan Karya.....	28
3.2 Teknik Pengumpulan Data Awal.....	32
3.3 Alur Pembuatan.....	34

3.3.1 Pra produksi	34
3.3.2 Produksi	35
3.3.3 Pasca Produksi	54
3.4 Timeline Pelaksanaan	55
3.5 Rancangan Anggaran Biaya (RAB).....	56
BAB IV	57
HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Gambaran Umum Permasalahan	57
4.2 Analisis Masalah	58
4.3 Tahap Perancangan (Pra-Produksi).....	59
4.4. Tahap Produksi	60
4.4.1 Implementasi SSG dalam Produksi Tugas Akhir	60
4.4.2 Proses Shooting <i>Video</i> Tugas Akhir	75
4.5. Tahap Pasca Produksi.....	77
4.5.1 Proses <i>Editing Video</i>	77
4.5.2 Proses Pembuatan <i>Cover Reels</i> Instagram dan <i>Caption</i>	84
4.5.2 Publikasi Tugas Akhir.....	90
4.6. Hasil Review Pihak Klien Queen City Mall	92
4.7. Hasil Evaluasi Publikasi Konten	93
4.7. Hambatan Tugas Akhir	106
4.7.1 Hambatan	106
4.7.2 Solusi.....	106
BAB V	107
KESIMPULAN DAN SARAN	107
5.1 Kesimpulan	107
5.2 Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Media Promosi Konvensional Aplikasi MySRLand di Queen City Mall.....	4
Gambar 1. 2 Profil akun Instagram @queencitymall 30 Desember 2024	5
Gambar 1. 3 Profil akun Tik-tok @queencitymall 30 Desember 2024.....	5
Gambar 1. 4 Insight akun Tik-tok @queencitymall Desember 2024	6
Gambar 1. 5 Insight akun Instagram @queencitymall Desember 2024.....	6
Gambar 1. 6 Grafik diagram presentase masyarakat yang menggunakan aplikasi digital	9
Gambar 1. 7 Grafik diagram masyarakat yang mengetahui aplikasi MySRLand	9
Gambar 1. 8 Grafik diagram alasan masyarakat belum bergabung aplikasi MySRLand.	10
Gambar 1. 9 Grafik diagram masyarakat yang tertarik mencari informasi lebih lanjut tentang aplikasi MySRLand.....	10
Gambar 1. 10 Grafik diagram bentuk konten yang lebih menarik perhatian saat mencari informasi mengenai produk / layanan	11
Gambar 1. 11 Grafik diagram media sosial yang lebih disukai untuk mencari informasi	11
Gambar 1. 12 Grafik diagram jenis konten yang sering menarik perhatian pada saat mencari informasi mengenai produk / layanan	12
Gambar 3. 1 Tahapan Proses Produksi.....	34
Gambar 4. 1 Cover Reels Instagram Video 1	60
Gambar 4. 2 Cover Reels Instagram Video 2	62
Gambar 4. 3 Cover Reels Instagram Video 3	63
Gambar 4. 4 Cover Reels Instagram Video 4	64
Gambar 4. 5 Cover Reels Instagram Video 5	66
Gambar 4. 6 Cover Reels Instagram Video 6	68
Gambar 4. 7 Cover Reels Instagram Video 7	69
Gambar 4. 8 Cover Reels Instagram Video 8	71
Gambar 4. 9 Cover Reels Instagram Video	72
Gambar 4. 10 Shooting di Lokasi Atlas Atrium Queen City Mall	75
Gambar 4. 11 Shooting di Lokasi Promenade Walk Queen City Mall.....	75
Gambar 4. 12 Konten dengan Sudut Pengambilan Video Eye Level View	76
Gambar 4. 13 Konten dengan Teknik Pengambilan Gambar Medium Shot	76
Gambar 4. 14 Konten dengan Teknik Pengambilan Gambar Medium Shot	76
Gambar 4. 15 Hasil Proses Edit Konten Menggunakan Aplikasi CapCut.....	78
Gambar 4. 16 Editing dengan Font Montserrat.....	79

Gambar 4. 17 Editing dengan Menampilkan Cuplikan Program Tukar Struk di Aplikasi MySRLand.....	80
Gambar 4. 18 Editing dengan Menampilkan Pengunjung yang Download Langsung Aplikasi MySRLand	81
Gambar 4. 19 Video penutup dengan Call To Action langsung disampaikan talent.....	82
Gambar 4. 20 Video Penutup dengan call to action dimuat dalam grafis overlay	83
Gambar 4. 21 Video penutup yang memuat slogan Queen City Mall	84
Gambar 4. 22 Video penutup yang memuat logo Queen City Mall	84
Gambar 4. 23 Aplikasi Canva untuk desain cover.....	85
Gambar 4. 24 Insight Video Konten 1	95
Gambar 4. 25 Insight Video Konten 2	95
Gambar 4. 26 Komentar Audiens pada Konten 2.....	96
Gambar 4. 27 Insight Video Konten 3	96
Gambar 4. 28 Komentar Audiens Video Konten 3.....	97
Gambar 4. 29 Insight Video Konten 4	97
Gambar 4. 30 Komentar Audiens pada Video Konten 4.....	98
Gambar 4. 31 Insight Video Konten 5	98
Gambar 4. 32 Komentar Audiens pada Video Konten 5.....	99
Gambar 4. 33 Insight Video Konten 6	99
Gambar 4. 34 Komentar Audiens pada Video Konten 6.....	100
Gambar 4. 35 Insight Video Konten 7	100
Gambar 4. 36 Komentar Audiens pada Video 7.....	101
Gambar 4. 37 Insight Video Konten 8	101
Gambar 4. 38 Komentar Audiens pada Video Konten 9.....	102
Gambar 4. 39 Insight Video Konten 9	103
Gambar 4. 40 Komentar Audiens pada Video Konten 9.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data rata-rata pengunjung harian Mall SRLand Properties	2
Tabel 1. 2 Data Pengguna Aplikasi MySRLand di Queen City Mall	3
Tabel 1. 3 Tabel Analisis Konten MySRLand di Instagram @queencitymall	7
Tabel 3. 1 Standard Sequence Guide Reels 1.....	36
Tabel 3. 2 Standard Sequence Guide Reels 2.....	38
Tabel 3. 3 Standard Sequence Guide Reels 3.....	40
Tabel 3. 4 Standard Sequence Guide Reels 4.....	42
Tabel 3. 5 Standard Sequence Guide Reels 5.....	44
Tabel 3. 6 Standard Sequence Guide Reels 6.....	46
Tabel 3. 7 Standard Sequence Guide Reels 7.....	48
Tabel 3. 8 Standard Sequence Guide Reels 8.....	50
Tabel 3. 9 Standard Sequence Guide Reels 9.....	52
Tabel 4. 1 Implementasi SSG 1.....	61
Tabel 4. 2 Implementasi SSG 2.....	62
Tabel 4. 3 Implementasi SSG 3.....	64
Tabel 4. 4 Implementasi SSG 4.....	65
Tabel 4. 5 Implementasi SSG 5.....	67
Tabel 4. 6 Implementasi SSG 6.....	68
Tabel 4. 7 Implementasi SSG 7.....	70
Tabel 4. 8 Implementasi SSG 8.....	72
Tabel 4. 9 Implementasi SSG 9.....	73
Tabel 4. 10 Caption Konten	86
Tabel 4. 11 Jadwal dan Tautan Publikasi Konten	91
Tabel 4. 12 Perbandingan Petumbuhan Pengguna Aplikasi MySRLand.....	93
Tabel 4. 13 Overview Hasil Publikasi Konten	104

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Pengambilan Data	111
Lampiran 2 Surat Keterangan Bebas Plagiasi	112