

**PRODUKSI VIDEO KONTEN PADA MOCHI SWEET
SAVORY GUNA MENINGKATKAN *BRAND*
AWARENESS PADA PLATFORM INSTAGRAM
@sweetsavory.smg**



TUGAS AKHIR

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

Oleh:

Rahma Ayu Azahra
40020621650147

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

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Rahma Ayu Azahra
Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 28 Juni 2003
Jurusan : D4 Informasi dan Humas
Asal Universitas : Universitas Diponegoro

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa tugas akhir ini disusun tanpa mengambil bahan hasil karya ilmiah 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 : Rahma Ayu Azahra
NIM : 40020621650147
Tanggal : 3 Oktober 2025
Tanda Tangan :



HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

PRODUKSI VIDEO KONTEN PADA MOCHI SWEET SAVORY GUNA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA PLATFORM INSTAGRAM @sweetsavory.smg

Oleh

**Rahma Ayu Azahra
40020621650147**

Semarang, 3 Oktober 2025

**Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing**



**Dr. Adi Nugroho, M.Si.
NIP. 196510171993111001**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rahma Ayu Azahra

NIM : 40020621650147

Program Studi / Konsentrasi : STr. Informasi & Humas / Humas

Judul Proposal Tugas Akhir : Produksi Video Konten Pada Mochi Sweet Savory
Guna Meningkatkan *Brand Awareness* Pada Platform Instagram
@sweetsavory.smg

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. Adi Nugroho, M.Si.

(NIP. 196510171993111001)

Penguji 1 : Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom. (...)

(NIP. 199003172019032014)

Penguji 2 : Rachela Belinda Fatharani, M.I.Kom. (...)

(NIP. 199608182024062002)

Semarang, 3 Oktober 2025

Ketua Prodi Informasi dan Humas

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

NIP. 199202122020122022

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini penulis persembahkan pada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik
2. Untuk Kedua Orang Tua Tercintaku Ayah dan Bunda, sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga, ku persembahkan karya kecil ini kepada ayah dan bunda yang telah memberikan begitu banyak kasih sayang, dukungan, dan cinta kasih yang tidak bisa ku hitung dan ku balas hanya dengan selebar kertas bertuliskan kata-kata cinta dalam lembar persembahan. Semoga ini adalah langkah awal untuk membahagiakan ayah dan bunda. Terimakasih sudah selalu sehat dan mengantarkanku untuk menempuh pendidikan ke jenjang sarjana, doaku untuk ayah bunda adalah semoga kalian berdua bisa selalu menemani langkah kecilku untuk menuju kesuksesan
3. Saudara kandungku, Retno Ayuningtyas dan Rahmat Adi Yoga yang selalu memberikan dorongan dan motivasi hingga bisa ke tahap saat ini. Semoga selalu diberkahi dan diberikan Kesehatan

4. Sahabat Tercinta, terima kasih sudah menemaniku selama masa perkuliahan. Terima kasih sudah menjadi teman, sahabat, dan saudara yang selalu menguatkan. Terima kasih telah menjadi tempat terbaik untuk mengutarakan keluh dan kesahku dan tidak pernah mengeluh ketika direpotkan. Semoga sama-sama dilancarkan sampai akhir perjuangan. *See u on top guys!*
5. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Muhammad Bayu Putra Pratama. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, berkontribusi banyak dalam tugas akhir ini, baik tenaga, waktu, maupun materi. Telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal dan mendukung dan mendengar keluh kesah, dan semangat pantang menyerah. Semoga Allah selalu memberikan keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.
6. Terakhir kepada diri saya sendiri, Rahma Ayu Azahra. Terima kasih karena sudah bertahan sampai sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha meskipun sering kali merasa putus asa atas apa yang dilakukan. Terima kasih karena tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan tugas akhir ini, dan telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Karena ini merupakan pencapaian yang patut untuk dirayakan kepada diri sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, kasih, dan rahmatnya. Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Produksi Video Konten Pada Mochi Sweet Savory Guna Meningkatkan Brand Awareness Pada Platform Instagram @sweetsavory.smg”. Yang disusun untuk memenuhi kewajiban program studi S.Tr Informasi dan Hubungan Masyarakat. Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan dan dukungan serta motivasi dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi S.Tr. Informasi dan Hubungan Masyarakat, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro
2. Dr. Adi Nugroho, M.Si., selaku Dosen Pembimbing saya yang dengan penuh semangat dan senantiasa sabar dalam memberikan motivasi, masukan, nasihat, dan arahan untuk saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir
3. Nur Laili Mardhiyani S.I.Kom., selaku dosen penguji 1 S.Tr. Informasi dan Hubungan Masyarakat yang telah memberikan masukan, dan juga dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini
4. Rachel Belinda Fatharani, M.I.Kom., selaku dosen penguji 2 S.Tr. Informasi dan Hubungan Masyarakat yang telah memberikan masukan, dan juga dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini
5. UMKM Mochi Sweet Savory yaitu Mba Risa dengan senang hati bersedia menerima penulis untuk belajar serta menjadikannya klien untuk Tugas Akhir
6. Untuk Kedua Orang Tua Tercintaku Ayah dan Bunda, sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga, ku persembahkan karya kecil ini kepada ayah dan bunda yang telah memberikan begitu banyak kasih sayang, dukungan, dan cinta kasih yang tidak bisa ku hitung dan ku balas hanya dengan selebar kertas bertuliskan kata-kata cinta dalam lembar persembahan. Semoga ini adalah langkah awal untuk membahagiakan ayah

dan bunda. Terimakasih sudah selalu sehat dan mengantarkanku untuk menempuh pendidikan ke jenjang sarjana, doaku untuk ayah bunda adalah semoga kalian berdua bisa selalu menemani langkah kecilku untuk menuju kesuksesan

7. Saudara kandungku, Retno Ayuningtyas dan Rahmat Adi Yoga yang selalu memberikan dorongan dan motivasi hingga bisa ke tahap saat ini. Semoga selalu diberkahi dan diberikan kesehatan
8. Sahabat Tercinta, terima kasih sudah menemaniku selama masa perkuliahan. Terima kasih sudah menjadi teman, sahabat, dan saudara yang selalu menguatkan. Terima kasih telah menjadi tempat terbaik untuk mengutarakan keluh dan kesahku dan tidak pernah mengeluh ketika direpotkan. Semoga sama-sama dilancarkan sampai akhir perjuangan. *See u on top guys!*
9. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Muhammad Bayu Putra Pratama. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, berkontribusi banyak dalam tugas akhir ini, baik tenaga, waktu, maupun materi. Telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal dan mendukung dan mendengar keluh kesah, dan semangat pantang menyerah. Semoga Allah selalu memberikan keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.
10. Terakhir kepada diri saya sendiri, Rahma Ayu Azahra. Terima kasih karena sudah bertahan sampai sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha meskipun sering kali merasa putus asa atas apa yang dilakukan. Terima kasih karena tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan tugas akhir ini, dan telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Karena ini merupakan pencapaian yang patut untuk dirayakan kepada diri sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan dan penulisan tugas akhir ini masi terdapat kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan, kemampuan, dan pengetahuan yang penulis miliki. Sehingga, penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun untuk kebaikan bersama. Semoga penulisan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan sebagai langkah awal untuk mewujudkan tujuan bersama.

Semarang, 3 Oktober 2025

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rahma Ayu Azahra', with a stylized flourish underneath.

Rahma Ayu Azahra

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “PRODUKSI VIDEO KONTEN PADA MOCHI SWEET SAVORY GUNA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA PLATFORM INSTAGRAM @sweetsavory.smg” dengan lancar dan tepat waktu. Tugas Akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi S.Tr. Informasi dan Hubungan Masyarakat, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Penyusunan Tugas Akhir ini merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan Pendidikan tingkat sarjana terapan pada Fakultas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro. Dalam Penyusunan Tugas Akhir ini tidak terdapat hambatan yang berarti tidak lepas dari bimbingan dan arahan dari dosen pembimbing dan pemilik umkm, sehingga penyusunan Tugas Akhir ini dapat berjalan dengan baik. Dalam hal ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini, untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada setiap bantuan dan bimbingan serta arahan dari berbagai pihak yang menjalin kerja sama untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Pembahasan pada Tugas Akhir ini dirangkum menjadi 5 bab, adapun penyusunan Tugas Akhir ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1. BAB I PENDAHULUAN :** Pada bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan juga luaran apa yang diproduksi oleh penulis. Bab ini juga memberi gambaran urgensi pengelolaan media sosial pada platform Instagram @sweetsavory.smg dalam upaya meningkatkan *brand awareness*.
- 2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA :** Bab ini berisikan mengenai kajian peneliti terdahulu yang relevan dengan Tugas Akhir penulis. Dan berisi penjelasan teori-teori yang dikutip atau diambil dari publikasi ilmiah untuk dijadikan panduan dalam memproduksi karya bidang.

3. **BAB III METODE PELAKSANAAN :** Pada bab ini menjelaskan tentang metode pelaksanaan perencanaan pra produksi, produksi, pasca produksi, konsep karya, timeline pelaksanaan, serta rancangan anggaran produksi. Metode ini dilaksanakan agar memiliki keberhasilan project yang diharapkan.
4. **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN :** Pada bab ini menguraikan tentang analisis hasil dan pembahasan dari hasil tugas akhir ini.
5. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN :** Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan tugas akhir ini dan beberapa saran untuk kedepannya. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya ini di masa yang akan datang. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat, baik secara akademis maupun praktis, bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang komunikasi sosial dan media digital.

Semarang, 3 Oktober 2025



Rahma Ayu Azahra

ABSTRAK

Proyek ini membahas Mochi Sweet Savory menghadapi tantangan dalam membangun *brand awareness* di Instagram karena belum mengoptimalkan media sosial sebagai sarana promosi. Proyek ini bertujuan meningkatkan *brand awareness* di media sosial platform instagram @sweetsavory.smg. Metode yang digunakan mencakup pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Konten video dirancang agar informatif, interaktif, dan menarik menggunakan format Reels. Hasil proyek menunjukkan peningkatan pengetahuan tentang merek Mochi Sweet Savory sebanyak 66% dari sebelumnya hanya 19% responden yang mengetahui setelah pengunggahan konten meningkat menjadi 85%. Dalam proyek tugas akhir ini, penulis secara langsung memproduksi video konten untuk media sosial Instagram sebagai upaya strategis dalam memperkuat *brand awareness* Mochi Sweet Savory.

Kata Kunci: Mochi, Sweet Savory, Reels, Instagram, Brand Awareness

ABSTRACT

This project discusses the challenges faced by Mochi Sweet Savory in building *brand awareness* on Instagram due to the suboptimal use of social media as a promotional tool. The project aims to increase *brand awareness* on the Instagram platform through the account @sweetsavory.smg. The methods used include pre-production, production, and post-production. The video content was designed to be informative, interactive, and engaging by utilizing the Instagram Reels format. The project results show a significant improvement in audience knowledge about the Mochi Sweet Savory brand, with an increase of 66%. Previously, only 19% of respondents were aware of the brand, and after the content was published, this number rose to 85%. In this final project, the author directly produced video content for Instagram as a strategic effort to strengthen the *brand awareness* of Mochi Sweet Savory.

Keywords: *Mochi, Sweet Savory, Reels, Instagram, Brand Awareness*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORGINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
ABSTRAK	xiii
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL.....	xx
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.3 Rumusan Masalah	21
1.3 Tujuan Proyek	22
1.4 Manfaat Proyek	23
1.5 Luaran.....	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	25
2.2 Kajian Teori.....	25
2.2 Landasan Teori	27
2.2.1 Marketing PR.....	27
2.2.1.2 Fungsi Marketing PR	28
2.2.1.3 Peran Marketing PR Dalam Meningkatkan Brand Awareness	29
2.2.2 Brand Awareness	30
2.2.3 Sosial Media.....	31
2.2.3.4 Instagram	34
2.2.5 Videografi	36
2.2.6 Content Pillar.....	39

BAB III METODE PELAKSANAAN.....	41
3.1 Profil Klien.....	41
3.2 Metode Pelaksanaan.....	42
3.2.1 Pra Produksi.....	42
3.2.2 Produksi.....	44
3.2.3 Pasca Produksi.....	44
3.3 Konsep Penciptaan Karya.....	52
3.4 Deskripsi Peran Tim Produksi.....	53
3.5 Rancangan Karya.....	54
3.6 Proses Pengujian.....	58
3.7 Jadwal Publikasi.....	58
3.8 Standard Sequence Guide.....	61
3.9 Timeline Pelaksanaan.....	83
3.10 Rancangan Anggaran Biaya Produksi.....	85
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	87
4.1 Gambaran Umum Permasalahan.....	87
4.2 Tahap Pelaksanaan.....	88
4.2.1 Tahap Pra-Produksi.....	89
4.3 Penyesuaian Standard Sequence Guide.....	90
4.4 Tahap Produksi.....	100
4.4.1 Proses Syuting Video.....	105
4.5 Tahap Pasca Produksi.....	106
4.5.1 Proses Mengedit Video.....	108
4.6 Pembuatan Caption.....	109
4.7 Publikasi Tugas Akhir.....	118
4.7.1 Timeline Publikasi Konten.....	118
4.8 Publikasi Konten.....	118
4.9 Hasil Review dari Pihak @sweetsavory.smg.....	121
4.10 Hasil Review dari Responden Berdasarkan Hasil Data Kuesioner.....	122
4.11 Analisis Hasil Konten.....	123
4.12 Evaluasi Tugas Akhir.....	124

4.12.1 Pembahasan Hasil Produksi Konten.....	125
4.13 Hambatan dan Solusi	151
4.13.1 Hambatan.....	151
4.13.2 Solusi	152
4.14 Evaluasi.....	152
BAB V PENUTUP	153
5.1 Kesimpulan.....	153
5.2 Saran.....	156
DAFTAR PUSTAKA	159
LAMPIRAN	161

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Berdasarkan data pengguna Instagram di Indonesia pada April 2025 .	9
Gambar 1.2 Instagram Mochi Sweet Savory	11
Gambar 1. 3 Data Survei Apakah Mengikuti Akun @sweetsavory.smg	17
Gambar 1. 4 Data Survei Apakah Kamu Mengetahui tentang Mochi Sweet Savory	18
Gambar 1. 5 Data Survei Dimana Kamu Biasanya Menemukan Mochi Sweet Savory	19
Gambar 1. 6 Data Survei yang menjelaskan tentang apakah kamu pernah membeli Mochi Sweet Savory	20
Gambar 1.7 Data Survei Apakah Kamu Bermain Instagram.....	21
Gambar 4.1 Janji temu awal antara penulis dengan pemilik UMKM Mochi Sweet Savory, Marisa Yuanita	87
Gambar 4.2 Syuting Mochi Sweet Savory di Lokasi Stand Mochi Sweet Savory.	105
Gambar 4. 3 Tampilan CapCut Penulis secara keseluruhan.....	106
Gambar 4. 4 Bukti tangkapan layar apresiasi positif	107
Gambar 4. 5 Editing Video.....	109
Gambar 4. 6 Apa itu Mochi Sweet Savory? Kenalan yuk!	111
Gambar 4. 7 Asal, usul, & inspirasi Mochi Sweet Savory	111
Gambar 4. 8 Manfaat & kandungan bahan alami Mochi Sweet Savory	112
Gambar 4. 9 Cara menikmati Mochi Sweet Svory dengan maksimal	112
Gambar 4. 10 Varian rasa favorit Mochi Sweet Savory:Kamu tim Manis?	113
Gambar 4. 11 Proses pembuatan Mochi Sweet Savory:Fresh & Higienis!	113
Gambar 4. 12 Cara order Mochi Sweet Savory?.....	115
Gambar 4. 13 Dimana bisa dapat Mochi Sweet Savory? Yuk kunjungi lokasinya!	114
Gambar 4. 14 Testimoni pelanggan: Kenapa aku pilih Mochi Sweet Savory?....	117
Gambar 4. 15 Tips penyimpanan mochi agar tetap enak & tahan lama.....	117
Gambar 4. 16 Hasil data kuesioner responden mengenai Mochi Sweet Savory..	121

Gambar 4. 17 Hasil data kuesioner tentang pengetahuan responden terhadap publikasi konten Instagram @sweetsavory.smg	124
Gambar 4.18 Apa itu Mochi Sweet Savory? Kenalan Yuk!.....	126
Gambar 4. 19 Asal Usul, Inspirasi Mochi Sweet Savory	127
Gambar 4. 20 Manfaat & Kandungan Bahan Alami	128
Gambar 4. 21 Cara Menikmati Mochi Sweet Savory dengan maksimal	129
Gambar 4. 22 Varian Rasa Favorit Mochi Sweet Savory : Kamu Tim Manis	130
Gambar 4. 23 Proses Pembuatan Mochi Sweet Savory : Fresh & Higienis!	131
Gambar 4. 24 Cara Order Mochi Sweet Savory? Gampang Banget.....	132
Gambar 4. 25 Dimana Bisa Dapat Mochi Sweet Savory? Yuk kunjungi lokasinya!	133
Gambar 4. 26 Testimoni Pelanggan : “Kenapa Aku Pilih Mochi Sweet Savory”?	134
Gambar 4. 27 Tips Penyimpanan Mochi Agar Tetap Enak dan Tahan Lama	135
Gambar 4.28 Hasil Data Kuesioner tentang Pengetahuan Responden terhadap Publikasi Konten Instagram Instagram @sweetsavory.smg	136
Gambar 4.29 Hasil Data Kuesioner tentang Pengetahuan Responden terhadap Mochi Sweet Savory	137
Gambar 4.30 Hasil Data Kuesioner Tanggapan Responden terhadap Konten Periode 10-14 Oktober 2025	138
Gambar 4.31 Hasil Data Kuesioner Tingkat Paparan atau Jangkauan Audiens terhadap Seluruh Konten yang Telah Dipublikasikan.....	139
Gambar 4.32 Hasil Data Kuesioner Tingkat Pengetahuan Awal Audiens tentang Merek Mochi Sweet Savory Sebelum Melihat 10 konten	140
Gambar 4.33 Hasil Data Kuesioner Tingkat Pengetahuan Awal Audiens tentang Merek Mochi Sweet Savory Setelah Melihat 10 konten.....	140
Gambar 4.34 Hasil Data Kuesioner Tingkat Penilaian Audiens terhadap Efektivitas Konten Instagram @sweetsavory.smg Dalam Meningkatkan Brand Awareness Mochi Sweet Savory	141
Gambar 4.35 Hasil Data Kuesioner Persepsi Audiens terhadap Kecukupan Informasi yang Diberikan oleh Konten Instagram @sweetsavory.smg	142

Gambar 4.36 Hasil Data Kuesioer Tingkat Awareness Audiens terhadap Merek Mochi Sweet Savory	142
Gambar 4.37 Hasil Data Kuesioner Penilaian Audiens terhadap Efektivitas Penggunaan Video atau Reels di Akun Instagram @sweetsavory.smg dalam Memperkenalkan Merek Mochi Sweet Savory	143
Gambar 4.38 Hasil Data Kuesioner Penilaian Audiens terhadap Pemanfaatan Fitur Instagram @sweetsavory.smg.....	144
Gambar 4.39 Hasil Data kuesioner Pengaruh Konten yang Dipublikasikan Akun @sweetsavory.smt Peningkatan Pengetahuan Audiens terhadap Merek Mochi Sweet Savory.....	144
Gambar 4.40 Hasil Data Kuesioner Aspek yang Dinilai Audiens Paling Membantu dalam Meningkatkan Brand Awareness Melalui Instagram.....	145
Gambar 4.41 Hasil Data Kuesioner Penilaian Keseluruhan Audiens terhadap Konten Instagram @sweetsavory.smg	146

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Analisis Swot dari pengelolaan akun Instagram bisnis kuliner.....	7
Tabel 1.2 Top Social Media Channels for Product Discovery In World (2025) ...	14
Tabel 1.3 Data dari 12 postingan terakhir di akun Instagram @sweetsavory.smg per 1 Juli 2025	15
Tabel 3.1 Hasil Penyebaran Kuesioner Tingkat Pengetahuan Audiens Terhadap Merek Mochi Sweet Savory Sebelum dan Sesudah Publikasi Konten	47
Tabel 3.2 Key Performance Indicator	50
Tabel 3.3 Video Konten.....	55
Tabel 3.4 Jadwal Publikasi.....	58
Tabel 3.5 Standart Sequence Guide 1	61
Tabel 3.6 Standart Sequence Guide 2	64
Tabel 3.7 Standart Sequence Guide 3	66
Tabel 3.8 Standart Sequence Guide 4	69
Tabel 3.9 Standart Sequence Guide 5	71
Tabel 3.10 Standart Sequence Guide 6	73
Tabel 3.11 Standart Sequence Guide 7.....	75
Tabel 3.12 Standart Sequence Guide 8	77
Tabel 3.13 Standart Sequence Guide 9	79
Tabel 3.14 Standart Sequence Guide 10	81
Tabel 3.15 Waktu Pelaksanaan.....	84
Tabel 3.16 Rancangan Anggaran Biaya Produksi	85
Tabel 4.1 Video Reels 1#.....	90
Tabel 4.2 Video Reels 2#.....	92
Tabel 4.3 Video Reels 3#.....	94
Tabel 4.4 Video Reels 4#.....	94
Tabel 4.5 Video Reels 5#.....	95
Tabel 4.6 Video Reels 6#.....	96
Tabel 4.7 Video Reels 7#.....	97
Tabel 4.8 Video Reels 8#.....	97
Tabel 4.9 Video Reels 9#.....	98

Tabel 4.10 Video Reels 10#.....	99
Tabel 4.11 Jadwal Produksi.....	100
Tabel 4.12 Caption Konten	110
Tabel 4.13 Tautan Konten Instagram @sweetsavory.smg.....	119
Tabel 4.14 Overview Hasil Publikasi Konten	148

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Sertifikat SEU Bahasa Inggris	161
Lampiran B. Sertifikat HKI.....	162
Lampiran C. Hasil Turnitin Tugas Akhir.....	163
Lampiran D. Bebas Plagiasi.....	172