



**PRODUKSI VIDEO PROMOSI DALAM MENINGKATKAN
MINAT PARA GURU SMK MELALUI ENGAGEMENT
RATE PADA PLATFORM YOUTUBE UNTUK MENGIKUTI
PROGRAM PELATIHAN KOMPETENSI KEAHLIAN DI
BBPPMPV BISNIS DAN PARIWISATA**

TUGAS AKHIR

Disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Terapan Program Studi S.Tr. Informasi dan Humas

Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Oleh :

AZALIA FAIRUZ DOFANY

40020621650189

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

2025



**PRODUKSI VIDEO PROMOSI DALAM MENINGKATKAN
MINAT PARA GURU SMK MELALUI ENGAGEMENT
RATE PADA PLATFORM YOUTUBE UNTUK MENGIKUTI
PROGRAM PELATIHAN KOMPETENSI KEAHLIAN DI
BBPPMPV BISNIS DAN PARIWISATA**

TUGAS AKHIR

Disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Terapan Program Studi S.Tr. Informasi dan Humas

Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Oleh :

AZALIA FAIRUZ DOFANY

40020621650189

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Proposal Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : **Azalia Fairuz Dofany**

NIM : **40020621650189**

Tanda Tangan :

Semarang, November 2025

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, overlapping loops and strokes, representing the name Azalia Fairuz Dofany.

Azalia Fairuz Dofany

NIM 40020621650189

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**PRODUKSI VIDEO PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT
PARA GURU SMK MELALUI ENGAGEMENT RATE PADA
PLATFORM YOUTUBE UNTUK MENGIKUTI PROGRAM PELATIHAN
KOMPETENSI KEAHLIAN DI BBPPMPV BISNIS DAN PARIWISATA**

Oleh :

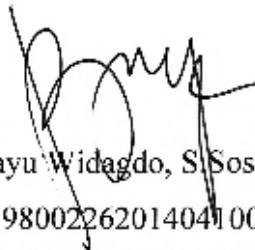
AZALIA FAIRUZ DOFANY

40020621650189

Semarang, November 2025

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



Muhammad Bayu Widagdo, S.Sos, M.I.Kom

NIP. 198002262014041001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Azalia Fairuz Dofany
NIM : 40020621650189
Program Studi : Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir :

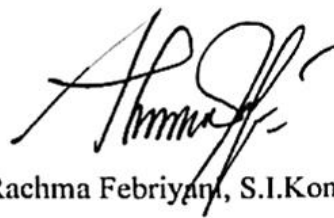
**PRODUKSI VIDEO PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT
PARA GURU SMK MELALUI ENGAGEMENT RATE PADA
PLATFORM YOUTUBE UNTUK MENGIKUTI PROGRAM PELATIHAN
KOMPETENSI KEAHLIAN DI BBPPMPV BISNIS DAN PARIWISATA**

TIM PENGUJI :

Dosen Pembimbing : Muhammad Bayu Widagdo, S.Sos, M.I.Kom. (.....)
Dosen Penguji I : Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. (.....)
Dosen Penguji II : Deony Dewanggi Mulyono, M.I.Kom. (.....)

Semarang, November 2025

Kepala Program Studi Informasi dan Humas



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

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan kemudahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Produksi Video Promosi dalam Meningkatkan Minat Para Guru SMK melalui Engagement Rate pada Platform YouTube untuk Mengikuti Program Pelatihan Kompetensi Keahlian di BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata”**. Penyusunan laporan ini merupakan bagian dari pemenuhan persyaratan akademik pada Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.

Laporan ini memaparkan keseluruhan tahapan kerja yang telah dilaksanakan, dimulai dari identifikasi masalah, analisis kebutuhan, penguatan landasan teori, hingga proses pengkayaan media audiovisual yang disusun secara sistematis. Di dalamnya dijelaskan secara mendalam mengenai konsep kreatif, strategi komunikasi, metode produksi, hasil karya, serta evaluasi terhadap efektivitas video promosi dalam menjangkau dan memengaruhi minat guru SMK sebagai target audiens.

Selain memberikan gambaran teknis mengenai proses produksi, laporan ini juga mengulas manfaat dan kontribusi karya terhadap pengembangan strategi komunikasi digital di lingkungan pendidikan vokasi. Melalui analisis engagement rate dan respons audiens, laporan ini berupaya menunjukkan bagaimana video promosi dapat berfungsi sebagai alat komunikasi yang informatif, persuasif, dan relevan dengan kebutuhan lembaga serta perkembangan media digital saat ini.

Penyusunan laporan ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, serta memberikan referensi bagi pengembangan karya sejenis di masa mendatang. Di samping itu, laporan ini diharapkan mampu menjadi bukti akademik atas kompetensi, pemahaman, dan kemampuan penulis dalam mengintegrasikan teori komunikasi, praktik produksi media, dan strategi promosi digital dalam konteks pendidikan vokasi.

Semarang, 20 November 2025

Penulis

HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO :

“Sometimes you gotta close a door to open a window. And if I fall, there’s always tomorrow.”

- Tyler, The Creator.

PERSEMBAHAN :

Karya Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada :

- 1. Civitas Akademik Universitas Diponegoro dan segenap Jurusan Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro yang telah berdedikasi yang menjadi fondasi terselesaikannya karya ini.*
- 2. Kedua Orang Tua penulis yang tidak pernah menyerah untuk segala pengorbanan dalam mengupayakan apapun, sehingga penulis dapat bertahan sampai saat ini.*
- 3. Diri sendiri yang tetap bertahan, terus melangkah, dan memilih untuk bangkit di tengah segala tantangan. Untuk teman-teman yang hadir memberi warna, tawa, dukungan, dan tempat kembali ketika rasa lelah datang. Kalian adalah bagian dari perjalanan ini dan karya ini milik kita semua.*

Azalia Fairuz Dofany

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur dan ketulusan hati, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang hingga akhirnya saya dapat menyelesaikan tugas akhir berjudul “Produksi Video Promosi dalam Meningkatkan Minat Para Guru SMK melalui Engagement Rate pada Platform YouTube untuk Mengikuti Program Pelatihan Kompetensi Keahlian di BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.”

Perjalanan menyusun karya ini bukanlah proses yang mudah; ada lelah yang tidak terlihat, ada harapan yang terus dijaga, dan ada ketulusan yang selalu menguatkan. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan terima kasih terdalam kepada :

1. Allah SWT atas segala hidayah, berkah, dan ridho-Nya, sehingga saya dapat melalui setiap proses, tantangan, serta perjalanan panjang sampai karya ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Fachrur Rozie dan Ibunda Dora Veri Christiana, selaku orang tua tercinta. Terima kasih atas cinta tanpa syarat, doa yang tidak pernah terputus, dan pelukan yang selalu menjadi tempat pulang paling aman. Keberhasilan penulis kali ini menjadi bukti bagian dari doa dan kasih sayang kalian.
3. Rendy Wahyu Ismail, selaku kakak dari penulis. Terima kasih atas dukungan berupa tawa canda dan hiburan yang tidak ada hentinya, baik dekat maupun jauh.
4. Almh. Eyang Sulastri, yang kepergiannya tepat lima hari setelah penulis melakukan Seminar Proposal Tugas Akhir ini. Terima kasih atas perhatian hangat dan doa yang Eyang titipkan jauh sebelum penulis mampu memahami artinya. Semoga Allah SWT memberikan tempat terbaik untuk Eyang.
5. Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Kepala Program Studi S.Tr. Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
6. Muhammad Bayu Widagdo, S.Sos, M.I.Kom., selaku dosen pembimbing

yang dengan penuh kesabaran memberikan arahan, masukan, dan koreksi untuk menyusun karya ini.

7. Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. dan Deony Dewanggi Mulyono, M.I.Kom., selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan koreksi untuk menyempurnakan karya ini.
8. Pihak BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata yang telah membantu penulis dalam melaksanakan magang hingga penelitian serta produksi Tugas Akhir ini.
9. Tim Publikasi BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata; Pak Wahyu, Bu Shinta, Bu Anggita, Pak Denu, Pak Abi, dan Kak Sonia, terima kasih atas segala arahan, bantuan, dan kesempatan belajar yang telah diberikan.
10. Hafiz Ramadhan, yang telah membersamai proses ini dengan penuh kesabaran. Terima kasih telah menjadi tenang dan jeda paling hangat dalam perjalanan panjang ini. *Kau adalah orang favorit-ku!*
11. Jesika Gloria, Ibnu Rayhan, Anisya Brynda, Salma Zara, Richard Andreas, Gilang Ramadhan, Bintang Hasanat, Nanda Ayu, Aldrin Athallah, Bimo Sulistyio, Farhan Aditya, Simon Patrick, Siti Devani, dan Ratu Faiza, terima kasih atas perjuangan kalian dan tawa bersama yang menguatkan selama masa studi.
12. Tidak lupa dengan penuh rasa syukur kepada diri sendiri, atas air mata yang diam – diam kau seka sendiri dan harapan kecil yang sangat kau jaga erat. Terima kasih telah bertahan, belajar, dan percaya bahwa *hari baik akan datang!*
13. Semua pihak terlibat yang mungkin terlewat atau tidak dapat disebutkan secara satu persatu untuk membantu proses penyelesaian Tugas Akhir ini, penulis mengucapkan terima kasih.

ABSTRAK

Keterbatasan penyebaran informasi mengenai program pelatihan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata menimbulkan kesenjangan antara penyelenggara dan guru SMK, sehingga diperlukan media digital yang mampu menyampaikan manfaat pelatihan secara persuasif dan mudah diakses. Proyek ini bertujuan meningkatkan minat guru SMK melalui video promosi yang menampilkan keunggulan fasilitas, suasana pembelajaran, dan hasil nyata dari pelatihan. Metode yang digunakan terdiri atas: (1) analisis audiens dan konten melalui data dokumentasi serta survei pengikut media sosial, (2) perencanaan kreatif melalui penyusunan konsep visual dan Standard Sequence Guide, (3) produksi audiovisual secara real time di tujuh bidang keahlian menggunakan kamera SONY FDR-AX53 4K dan standar ukuran shot, serta (4) pasca produksi berupa editing visual, penambahan narasi, mixing audio, dan color grading sebelum distribusi melalui YouTube dan Instagram. Output akhir berupa tujuh video utama berdurasi $\pm 1-2$ menit dan satu video teaser vertikal. Hasil menunjukkan capaian positif terhadap indikator keberhasilan: peningkatan jumlah tayangan, durasi tonton sesuai target, serta engagement yang tercermin dari komentar, likes, dan click-through rate yang mendekati standar. Teaser Instagram Story turut memperluas jangkauan melalui interaksi aktif seperti balasan dan kunjungan profil. Respons audiens memperlihatkan bahwa konten mampu menyampaikan pesan inti secara jelas, menghadirkan gambaran autentik pelatihan, memperkuat citra lembaga, serta mendorong guru SMK untuk berpartisipasi. Secara keseluruhan, video promosi yang dihasilkan berperan sebagai media komunikasi visual strategis yang meningkatkan visibilitas, memperluas jangkauan, dan menumbuhkan minat terhadap program pelatihan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.

Kata Kunci : Video Promosi, Komunikasi Digital, Produksi Audiovisual, BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata, Engagement, Guru SMK.

ABSTRACT

Limited exposure of BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata's training programs has caused information gaps among vocational teachers, requiring digital promotional media that can convey program benefits more persuasively. The project aims to increase teachers' interest by producing promotional videos that visually represent facilities, learning atmosphere, and practical outcomes. The method consisted of four stages: (1) audience and content analysis through survey and documentation data, (2) creative planning and storyboard development, (3) real-time audiovisual production across seven skill departments using SONY FDR-AX53 4K and standardized shot composition, and (4) post-production editing, voice-over, and color grading, followed by distribution through YouTube and Instagram. The final output includes seven main promotional videos and one vertical teaser. Results show strong performance across key indicators: stable view counts, engagement growth, and watch duration aligned with targets. YouTube videos generated significant interactions through likes, comments, and click-through rates near target values, while Instagram Story teasers expanded reach via replies and profile visits. Audience responses confirm that the videos successfully communicated core messages, showcased authentic learning activities, built institutional credibility, and encouraged teachers' participation. Overall, the produced videos function as an effective strategic visual communication medium that enhances visibility, strengthens branding, and stimulates interest in BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata training programs.

Keywords : *Promotional Video, Digital Communication, Audiovisual Production, BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata, Engagement, Vocational Teachers.*

DAFTAR ISI

COVER	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Batasan Masalah.....	19
1.3. Rumusan Masalah	19
1.4. Tujuan.....	20
1.5. Manfaat.....	20
1.6. Luaran Output Project	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23

2.1.	Kajian Pustaka	23
2.2.	Landasan Teori	25
2.2.1.	Public Relations	26
2.2.2.	PR Pemerintah.....	28
2.2.3.	Produksi Media Public Relations	29
2.2.4.	Produksi Video Promosi	30
2.2.5.	Publikasi.....	35
2.2.6.	Media Sosial.....	36
BAB III	METODE PENGKARYAAN	38
3.1.	Klien Karya Bidang	38
3.2.	Profil BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata	38
3.3.	Jenis Karya Bidang.....	39
3.4.	Konsep Karya Bidang	39
3.4.1.	Mekanisme Produksi	39
3.4.2.	Kerangka Produksi Video	42
3.5.	Rancangan Anggaran dan Biaya	59
3.6.	Segmentasi Audiens	59
3.6.1.	Segmentasi Demografis	59
3.6.2.	Segmentasi Geografis.....	60
3.7.	Sumber Daya	60
3.8.	Timeline Project	60
3.9.	Jadwal Pelaksanaan Tugas Akhir	61
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1.	Gambaran Umum Permasalahan	62

4.2.	Analisis Masalah	63
4.3.	Tahap Produksi.....	63
4.3.1.	Pra Produksi	64
4.3.2.	Produksi	64
4.3.3.	Pasca Produksi	79
4.4.	Pembahasan Hasil.....	90
4.4.1.	Indikator Keberhasilan	95
BAB V	PENUTUP	100
5.1.	Kesimpulan.....	100
5.2.	Saran	101
DAFTAR PUSTAKA		103
LAMPIRAN.....		107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Skema Pemetaan wilayah pendampingan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata di tahun 2024	2
Gambar 1. 2 Profil Akun YouTube BBPPMPV BISPAR dan	8
Gambar 1. 3 Konten Unggahan Akun Instagram @bbppmpvbispar.kemdikbud ...	9
Gambar 1. 4 Hasil Survei Pra – Produksi: Pengetahuan tentang Program Diklat BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.....	13
Gambar 1. 5 Hasil Survei Pra – Produksi: Platform BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata	14
Gambar 1. 6 Hasil Survei Pra – Produksi: Ketertarikan terhadap Kegiatan Diklat	15
Gambar 1. 7 Hasil Survei Pra – Produksi: Tanggapan Terbuka mengenai Alasan Mengikuti Kegiatan Diklat.....	15
Gambar 1. 8 Hasil Survei Pra – Produksi: Platform yang Sering Digunakan Responden.....	16
Gambar 1. 9 Hasil Survei Pra – Produksi: Pertimbangan Responden.	17
Gambar 3. 1 Logo BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.	38
Gambar 3. 2 Profile YouTube Disnakertrans Prov. Jateng (BLK Semarang) dan BBPPMPV Seni Budaya sebagai Brenchmark KPI.....	41
Gambar 4. 1 Produksi Video Promosi: Keahlian BDP	66
Gambar 4. 2 Produksi Video Promosi: Keahlian UPW	68
Gambar 4. 3 Produksi Video Promosi: Keahlian Perhotelan.....	70
Gambar 4. 4 Produksi Video Promosi: Keahlian Tata Boga	72
Gambar 4. 5 Produksi Video Promosi: Keahlian Tata Kecantikan.....	74
Gambar 4. 6 Produksi Video Promosi: Keahlian Tata Busana	76
Gambar 4. 7 Produksi Video Promosi: Keahlian Pekerjaan Sosial	78
Gambar 4. 8 Editing Video Promosi	80
Gambar 4. 9 Pengunggahan Video melalui G-drive	80
Gambar 4. 10 Pengunggahan Video Promosi : Bisnis Daring dan Pemasaran.....	81
Gambar 4. 11 Pengunggahan Video Promosi : Usaha Perjalanan Wisata	82

Gambar 4. 12 Pengunggahan Video Promosi : Perhotelan.....	83
Gambar 4. 13 Pengunggahan Video Promosi : Tata Boga.....	84
Gambar 4. 14 Pengunggahan Video Promosi : Tata Kecantikan.....	85
Gambar 4. 15 Pengunggahan Video Promosi : Tata Busana	86
Gambar 4. 16 Pengunggahan Video Promosi : Pekerjaan Sosial	87
Gambar 4. 17 Video Pendukung (Teaser) Instagram Story	88
Gambar 4. 18 Analitik Video Pendukung (Teaser) Instagram Story	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persentase Guru SMK yang Bersertifikat Pendidik di Seluruh Indonesia pada Tahun 2022/2023.....	1
Tabel 1. 2 Data Jumlah Peserta Diklat UPRESKILLING di BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata Tahun 2020 – 2024.....	5
Tabel 1. 3 Penjelasan Umum Kebijakan Pembiayaan Mandiri Kegiatan Diklat BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.....	6
Tabel 1. 4 Estimasi Biaya untuk Kegiatan Diklat BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata	7
Tabel 1. 5 Analisis SWOT Media Sosial BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.	10
Tabel 1. 6 Brenchmarking Kegiatan Diklat BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata dengan Instansi lain.....	11
Tabel 3. 1 Standart Sequence Guide #1	43
Tabel 3. 2 Standart Sequence Guide #2	45
Tabel 3. 3 Standart Sequence Guide #3	47
Tabel 3. 4 Standart Sequence Guide #4	50
Tabel 3. 5 Standart Sequence Guide #5	52
Tabel 3. 6 Standart Sequence Guide #6	54
Tabel 3. 7 Standart Sequence Guide #7	57
Tabel 3. 8 Rancangan Anggaran dan Biaya	59
Tabel 3. 9 Sumber Daya.....	60
Tabel 3. 10 Timeline Project.....	60
Tabel 3. 11 Jadwal Pelaksanaan Tugas Akhir.....	61
Tabel 4. 1 Camera Angle dan Shot Size Produksi Video Promosi: Keahlian BDP	66
Tabel 4. 2 Camera Angle dan Shot Size Produksi Video Promosi: Keahlian UPW	68
Tabel 4. 3 Camera Angle dan Shot Size Produksi Video Promosi: Keahlian Perhotelan.....	70
Tabel 4. 4 Camera Angle dan Shot Size Produksi Video Promosi: Keahlian Tata	

Boga	72
Tabel 4. 5 Camera Angle dan Shot Size Produksi Video Promosi: Keahlian Tata Kecantikan.....	74
Tabel 4. 6 Camera Angle dan Shot Size Produksi Video Promosi: Keahlian Tata Busana	76
Tabel 4. 7 Camera Angle dan Shot Size Produksi Video Promosi: Keahlian Pekerjaan Sosial	78
Tabel 4. 8 Anggaran dan Fasilitas Pasca Produksi	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Penelitian	107
Lampiran 2 Surat Balasan Persetujuan Penelitian	108
Lampiran 3 Sertifikat HKI	109
Lampiran 4 Surat Keterangan Bebas Plagiasi	110
Lampiran 5 Hasil Turnitin.....	111