



**PRODUKSI VIDEO KONTEN INSTAGRAM
SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN *BRAND*
AWARENESS DI PT KAWASAN BERIKAT
NUSANTARA**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Terapan Program Studi Informasi dan Humas
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang

Oleh:

Sylfina Setiawan Salsahbilla

40020622650062

**PROGRAM STUDI INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

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 karya ilmiah 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 : Sylfina Setiawan Salsahbilla

NIM : 40020622650062

Tanda Tangan :

Tanda Tanggal : 2 Juni 2026

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**PRODUKSI VIDEO KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI UPAYA
PENINGKATAN BRAND AWARENESS DI PT KAWASAN BERIKAT
NUSANTARA**

Oleh

Sylfina Setiawan Salsahbilla

40020622650062

Semarang, 2 Juni 2026

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing

Yofiendi Indah Indainanto S.I.Kom., M.I.Kom.

NIP. 199504212024061001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :
Nama : Sylfina Setiawan Salsahbilla
NIM : 40020622650062
Program Studi : S.Tr. Informasi dan Hubungan Masyarakat
Judul Tugas Akhir : Produksi Video Konten Instagram Sebagai
Upaya Peningkatan Brand Awareness di PT
Kawasan Berikat Nusantara

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

TIM PENGUJI

Pembimbing : Yofiendi Indah Indainanto S.I.Kom., M.I.Kom. ()
NIP. 199504212024061001
Penguji 1 : Arifa Rachma Febriyani S.I.Kom., M.I.Kom. ()
NIP. 199202122020122022
Penguji 2 : Mohammed Aden Suryana S.IP., M.A. ()
NIP. 199804292024061001

Semarang, 2 Juni 2026

Ketua Prodi Informasi dan Humas

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

NIP. 199202122020122022

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Produksi Video Konten Instagram sebagai Upaya Peningkatan Brand Awareness di PT Kawasan Berikat Nusantara”.

Melalui Tugas Akhir ini, penulis berusaha memberikan kontribusi terhadap PT Kawasan Berikat Nusantara dalam upayanya meningkatkan brand awareness melalui media sosial Instagram. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan untuk memperkenalkan diri kepada calon tenant melalui konten Instagram yang menarik dan efektif.

Bab I, “Pendahuluan”, membahas latar belakang permasalahan yang mendasari pembuatan video konten Instagram untuk PT Kawasan Berikat Nusantara. Bab ini juga memuat rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat produksi bagi penulis, pembaca, serta pihak perusahaan, dan deskripsi mengenai hasil yang diharapkan dari tugas akhir ini. Bab II, “Tinjauan Pustaka”, berisi kajian terhadap literatur yang relevan dengan topik ini, yang dijadikan referensi, serta landasan teori yang digunakan dalam proses penyusunan dan produksi tugas akhir. Bab III, “Metode”, menguraikan metode perancangan yang diterapkan, konsep desain, pemilihan media, teknik pelaksanaan produksi, proses pengujian, penyusunan timeline pelaksanaan, serta rancangan anggaran biaya.

Selanjutnya, Bab IV, “Hasil dan Pembahasan”, menyajikan analisis terhadap permasalahan yang muncul selama proses produksi, hasil akhir produksi video konten Instagram, serta hasil pengujian yang dilakukan berdasarkan ulasan dari klien. Adapun Bab V, “Penutup”, berisi kesimpulan atas pelaksanaan tugas akhir serta saran untuk pengembangan kegiatan di PT Kawasan Berikat Nusantara di masa mendatang.

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah 2:286)

“Rasakan setiap proses yang kamu jalani, karena di setiap lelah dan air mata, ada versi dirimu yang sedang tumbuh menjadi lebih kuat dari sebelumnya.”

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu.”

(Umar Bin Khattab)

“We survived the Great War.”

— The Great War by Taylor Swift

PERSEMBAHAN

”Tugas Akhir ini penulis persembahkan untuk diri sendiri yang telah bertahan dan berjuang hingga sampai pada tahap ini, kepada kedua orang tua dan keluarga tercinta atas doa serta dukungannya, kepada sahabat dan orang-orang terdekat yang selalu memberikan semangat, kepada PT Kawasan Berikat Nusantara atas pengalaman dan pembelajaran yang berharga, serta kepada Program Studi Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah menjadi tempat penulis bertumbuh dan belajar selama masa perkuliahan.”

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Produksi Video Konten Instagram sebagai Upaya Peningkatan Brand Awareness di PT Kawasan Berikat Nusantara.” Selama proses penyelesaian Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa penyusunan laporan dan pelaksanaan proyek tidak terlepas dari bantuan, dukungan, arahan, serta motivasi dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Penulis memanjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan kemudahan yang telah diberikan, sehingga penulis dapat melalui seluruh proses penyusunan Tugas Akhir ini hingga selesai. Dalam perjalanan menyelesaikan penugasan ini, penulis menyadari bahwa setiap tahap yang dilalui tidak selalu mudah, namun berkat pertolongan dan kasih sayang-Nya, penulis mampu menyelesaikannya dengan baik.
2. *Yofiendi Indah Indainanto, S.I.Kom., M.I.Kom.*, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, masukan, serta dukungan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini. Terima kasih atas bimbingan, ketelitian, kesabaran, dan motivasi yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
3. *Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom.*, selaku Ketua Program Studi S.Tr. Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, sekaligus Dosen Penguji I dalam Seminar Proposal dan Sidang Tugas Akhir. Terima kasih atas arahan, masukan, evaluasi, serta bimbingan yang telah diberikan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
4. *Mohammed Aden Suryana, S.IP., M.A.*, selaku Dosen Penguji II dalam Seminar Proposal dan Sidang Tugas Akhir. Terima kasih atas ilmu, masukan, arahan, serta evaluasi yang telah diberikan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.

5. *Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom.*, selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan, informasi, serta pendampingan selama masa perkuliahan. Terima kasih atas segala informasi akademik, dukungan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menjalani proses perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir ini dengan baik.
6. Donatur utama sekaligus peneduh langkah penulis, Papa tersayang, Wawan Setiawan. Terima kasih atas segala doa, didikan, motivasi, dukungan, serta semangat yang tidak pernah putus. Dari Papa, penulis belajar arti kuat, sabar, dan kebaikan, hingga mampu menyelesaikan studi dan meraih gelar sarjana. Sehat selalu dan panjang umur, Papa tercinta.
7. Pintu surgaku, Mama tercinta, Sukarsih. Terima kasih atas kasih sayang, doa, motivasi, dan cinta yang selalu menguatkan penulis. Mama adalah tempat pulang, tempat bercerita, sekaligus sumber semangat hingga penulis mampu menyelesaikan studi dan meraih gelar sarjana. Semoga Mama selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan.
8. Kakak tercinta, Alfianti Anastasia, dan adik tersayang, Nikeish Deliya Setiawan, yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan kebahagiaan dalam perjalanan penulis. Terima kasih juga kepada Bude Endang atas perhatian, doa, dan dukungan tulus yang telah diberikan, sehingga penulis mampu melewati proses ini hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik.
9. Keluarga Bidang Hubungan Masyarakat PT Kawasan Berikat Nusantara, yaitu Bang Ibnu, Bang Eza, Kak Kiki, dan Pak Rofan, yang telah memberikan izin, data, saran, serta arahan kepada penulis dalam pelaksanaan project tugas akhir dari awal hingga selesai.
10. Keluarga Sekretariat Perusahaan PT Kawasan Berikat Nusantara yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas dukungan, semangat, dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis sejak masa magang hingga terselesaikannya tugas akhir ini.
11. Kepada sahabat-sahabat tercinta sejak masa SMA hingga saat ini, “Mulai”, yaitu Manda, Dhea, Wawa, Puspa, Khansa, Qeysha, Rahma, Tata, Janice,

- Didi, Maria, dan Angel. Terima kasih telah menemani perjalanan penulis, memberikan dukungan, semangat, serta menjadi tempat berbagi cerita selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
12. Terima kasih kepada sahabat penulis, Rafaelia dan Amanda, yang telah saling mendukung, serta memberikan semangat selama proses penyusunan Tugas Akhir ini. Terima kasih telah menjadi tempat bercerita dan ruang aman bagi penulis hingga tahap ini.
 13. Kepada teman-teman terdekat penulis selama masa perkuliahan, yaitu grup Wisudawan, Ama, Sherly, dan Pamila. Terima kasih telah menemani penulis selama menempuh perkuliahan, menjadi teman seperjuangan dalam penyusunan Tugas Akhir, serta kebersamaan hingga saat ini.
 14. Rekan-rekan BEM UNDIP 22, yaitu Karen, Minaj, Nathan, Mba Dika, Ka Ardian, Iwan, serta pihak lainnya. Terima kasih telah menemani penulis sejak awal perkuliahan hingga saat ini, serta menjadi teman seperjuangan dalam proses penyusunan Tugas Akhir.
 15. Teman-teman Ruang Pemimpi, yaitu Oliv, Kak Alken, Seren, Salman, Arsyia, Cia, dan Alvin. Terima kasih telah menemani penulis sejak awal masa perkuliahan, menjadi bagian dari proses berkembang penulis.
 16. Teman-teman terdekat penulis dari kepanitiaan USA hingga saat ini, yaitu Fatimah, Vania, dan Eka. Terima kasih telah berproses dan berjuang bersama, serta menemani penulis dalam berbagai keadaan hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini.
 17. Teman-teman bimbingan Mas Yofi terima kasih atas dukungan pada proses bimbingan dan penyusunan Tugas Akhir hingga saat ini.
 18. Sahabat penulis, Intan, yang telah menemani sejak masa magang di KBN hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini. Terima kasih atas dukungan, semangat, diskusi, serta ide yang telah diberikan.
 19. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seseorang dengan inisial BRP, yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup penulis. Terima kasih atas kesabaran dalam mendengarkan setiap keluh kesah, dukungan, motivasi, serta kehadirannya dalam suka maupun duka selama

proses penyusunan Tugas Akhir ini. Terima kasih telah menjadi saksi dari setiap proses, perjuangan, dan langkah penulis dari awal hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini.

20. *Last but not least*, penulis mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, Sylfina Setiawan Salsahbilla, atas segala perjuangan, kesabaran, dan keteguhan hati dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih telah bertahan di setiap proses yang tidak selalu mudah, tetap melangkah meskipun lelah, serta mampu menyelesaikan perjalanan ini dengan baik dan tepat waktu. Setiap usaha, air mata, dan doa yang terucap dalam diam menjadi bukti bahwa penulis telah berjuang sejauh ini. Penulis berdoa agar langkah ke depan senantiasa dipertemukan dengan hal-hal baik, dikelilingi oleh orang-orang yang tulus, serta setiap mimpi yang diperjuangkan dapat terjawab satu per satu. Aamiin. *You have done well, and I am truly proud of you.*

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan dan penulisan Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan, yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat, kebaikan, serta menjadi langkah awal dalam mewujudkan tujuan bersama.

Semarang, 2 Juni 2026
Penulis

Sylfina Setiawan Salsahbilla

ABSTRAK

PT Kawasan Berikat Nusantara atau PT KBN merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kawasan industri, logistik, dan properti. Media sosial Instagram @KBN_ID digunakan sebagai sarana penyampaian informasi mengenai profil, produk, dan layanan perusahaan kepada khalayak yang lebih luas, khususnya calon *tenant*. Tugas akhir ini berfokus pada produksi video konten Instagram sebagai upaya meningkatkan *brand awareness* PT Kawasan Berikat Nusantara. Proses pembuatan karya dilakukan melalui tiga tahap, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Tahap pra-produksi meliputi observasi, pengumpulan data, perencanaan konsep, dan penyusunan indikator keberhasilan. Tahap produksi dilakukan melalui pengambilan gambar dan penyuntingan video. Selanjutnya, tahap pasca-produksi dilakukan dengan mempublikasikan video melalui Instagram @KBN_ID dan mengevaluasinya melalui data *insight* serta survei kepada calon *tenant*. Hasil proyek menunjukkan bahwa video konten Instagram dapat membantu penyampaian informasi perusahaan dan memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan *brand awareness* PT Kawasan Berikat Nusantara.

Kata Kunci: *Brand Awareness*, Video Konten, Instagram, PT Kawasan Berikat Nusantara.

ABSTRACT

PT Kawasan Berikat Nusantara, also known as PT KBN, is a company engaged in industrial estate, logistics, and property sectors. Instagram @KBN_ID is used as a medium to share information about the company's profile, products, and services with a wider audience, especially prospective tenants. This final project focuses on producing Instagram video content as an effort to increase the brand awareness of PT Kawasan Berikat Nusantara. The production process was carried out through three stages: pre-production, production, and post-production. The pre-production stage included observation, data collection, concept planning, and the preparation of success indicators. The production stage involved video shooting and editing. Furthermore, the post-production stage was conducted by publishing the videos on Instagram @KBN_ID and evaluating them through insight data and surveys with prospective tenants. The result of this project shows that Instagram video content can help deliver company information and provide a positive contribution to increasing the brand awareness of PT Kawasan Berikat Nusantara.

Keywords: Brand Awareness, Video Content, Instagram, PT Kawasan Berikat Nusantara.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS	II
HALAMAN PERSETUJUAN.....	III
HALAMAN PENGESAHAN	IV
KATA PENGANTAR	V
MOTTO	VI
PERSEMBAHAN.....	VII
UCAPAN TERIMAKASIH.....	VIII
ABSTRAK	XII
ABSTRACT	XIII
DAFTAR ISI.....	XIV
DAFTAR GAMBAR	XVII
DAFTAR TABEL.....	XX
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan	18
1.4 Manfaat	18
1.5 Luaran Tugas.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Tinjauan Karya Terdahulu	20
2.2 Landasan Teori.....	23
2.2.1 Public Relations (Humas)	23
2.2.2 Media Public Relations	27
2.2.3 Produksi Konten Media Sosial.....	28
2.2.4 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	31
2.2.5 Produksi Media <i>Public Relations</i>	34
2.2.6 Videografi	35
BAB III METODE.....	41

3.1	Profil <i>Tenant</i>	41
3.2	Segmentasi/Target Sasaran	41
	3.2.1 Segmentasi Demografis	41
	3.2.2 Segmentasi Geografis.....	42
	3.2.3 Segmentasi Psikografis	42
3.3	Konsep Karya.....	42
3.4	Alur Pembuatan Karya	42
3.5	Metode Pelaksanaan.....	43
	3.5.1 Pra Produksi	43
3.6	Produksi.....	74
3.7	Pasca Produksi	75
3.8	Rancangan Anggaran Biaya (RAB).....	77
3.9	Timeline Pelaksanaan.....	78
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		70
4.1	Gambaran Umum Permasalahan.....	70
4.2	Hasil Tahap Pra Produksi.....	71
4.3	Hasil Tahap Produksi	87
4.4	Hasil Tahap Pasca Produksi	90
4.5	Hasil dan Evaluasi.....	98
	4.5.1 Perencanaan Evaluasi.....	98
	4.5.2 Analisis Hasil Posting dan Ulasan Publik	98
	4.5.3 Analisis Hasil Survei.....	116
	4.5.4 Hasil Ulasan	121
4.6	Pembahasan Ketercapaian Brand Awareness	122
4.7	Hambatan dan Solusi Proses Produksi	123
	4.7.1 Pra Produksi	123
	4.7.2 Produksi.....	124
	4.7.3 Pasca Produksi	126
BAB V PENUTUP		128
5.1.	Kesimpulan	128
5.2.	Saran.....	129

DAFTAR PUSTAKA	130
LAMPIRAN.....	133

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram: <i>Advertising Audience Overview</i>	4
Gambar 1.2 Konten <i>Reels</i> Instagram PT KBN	7
Gambar 1.3 Tingkat Relevansi Informasi Instagram KBN Menurut Responden .	11
Gambar 1.4 Ekspektasi Format Video Audiens	13
Gambar 2. 1 Proses Strategi <i>Public Relations</i>	26
Gambar 2. 2 Piramida <i>Brand Awareness</i>	32
Gambar 4.1 Close -Up Shoot	88
Gambar 4.2 Medium Shoot	89
Gambar 4.3 Long shoot.....	89
Gambar 4.4 Low Angle.....	90
Gambar 4.5 <i>Pemilihan Klip Video</i>	91
Gambar 4.6 <i>Penyuntingan Video</i> Sumber : Dokumentasi Pribadi.....	91
Gambar 4.7 <i>Penambahan Musik dan Voice Over</i> Sumber : Dokumentasi Pribadi	92
Gambar 4.8 <i>Penambahan Colour Grading</i>	92
Gambar 4.9 <i>Penambahan teks/subtitle</i>	93
Gambar 4.10 Koordinasi	96
Gambar 4.11 Video Layanan Melalui Sistem E-Gate Elektronik Yang dipublikasikan pada tanggal 20 April 2026	101
Gambar 4.12 Komentar audiens pada konten Layanan Melalui Sistem E-Gate Elektronik.....	102
Gambar 4.13 Video Hari Kartini KBN Yang dipublikasikan pada tanggal 21 April 2026.....	103
Gambar 4.14 Komentar audiens pada konten Hari Kartini KBN	103
Gambar 4.15 Video Kartini's Day at PT KBN Yang dipublikasikan pada tanggal 22 April 2026	104
Gambar 4.16 Komentar audiens pada konten Kartini's Day at PT KBN.....	104
Gambar 4.17 Video Seminar Nasional Kepelabuhanan ABUPI 2026 Yang dipublikasikan pada tanggal 22 April 2026	105

Gambar 4.18 Komentar audiens pada konten	105
Gambar 4.19 Video Perjalanan PT. Kawasan Berikat Nusantara Yang dipublikasikan pada tanggal 23 April 2026	106
Gambar 4.20 Komentar audiens pada konten Perjalanan PT. Kawasan Berikat Nusantara.....	106
Gambar 4.21 Video KBN Resmi GO Live 4 Aplikasi Digital.....	107
Gambar 4.22 Video Strategi Pengelolaan Kawasan Industri Berwawasan Global yang Dipublikasikan pada Tanggal 27 April 2026	108
Gambar 4.23 Komentar Audiens pada Konten Strategi Pengelolaan Kawasan Industri Berwawasan Global	108
Gambar 4.24 Video Fasilitas Kantor Pusat PT Kawasan Berikat Nusantara Yang Dipublikasikan Pada Tanggal 29 April 2026	109
Gambar 4.25 Komentar Audiens Pada Konten Fasilitas Kantor Pusat PT Kawasan Berikat Nusantara (Komitmen Pelayanan Terbaik)	109
Gambar 4.26 Video Sukses Membangun Usaha Sendiri dari Pelatihan Cukur Rambut TJSI PT KBN Yang dipublikasikan pada tanggal 29 April 2026	110
Gambar 4.27 Komentar audiens pada konten Sukses Membangun Usaha Sendiri dari Pelatihan Cukur Rambut TJSI PT KBN	110
Gambar 4.28 Video Harapan KBN 2026 Yang dipublikasikan pada tanggal 20 April 2026.....	111
Gambar 4.29 Komentar audiens pada konten Harapan KBN 2026	111
Gambar 4.30 Grafik Jumlah viewers konten Instagram.....	114
Gambar 4.31 Grafik jumlah likes video konten Instagram	115
Gambar 4.32 Diagram jangkauan pengetahuan calon klien terhadap Instagram @KBN_ID	117
Gambar 4.33 Diagram kemudahan calon klien dalam mengingat PT Kawasan Berikat Nusantara melalui penyebutan “Kawan Nusantara” dalam video.....	118
Gambar 4.34 Diagram Tingkat Pemahaman Calon Klien terhadap Produk dan Layanan PT Kawasan Berikat Nusantara Setelah Menonton Video Instagram @KBN_ID	119

Gambar 4.35 Diagram Tingkat Ingatan Calon Klien terhadap PT KBN sebagai
Perusahaan Kawasan Industri pada Instagram @KBN_ID 120

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 SWOT PT Kawasan Berikat Nusantara (KBN).....	2
Tabel 1.2 Data Bulan September – Desember Tahun 2025.....	6
Tabel 1.3 Data Jenis Konten Bulan September – Desember (2025).....	9
Tabel 2. 2 Matriks Perbandingan Karya Terdahulu.....	22
Tabel 3. 1 <i>STANDARD SEQUENCE GUIDE (SSG) #1</i>	47
Tabel 3. 2 <i>STANDARD SEQUENCE GUIDE (SSG) #2</i>	50
Tabel 3. 3 <i>STANDARD SEQUENCE GUIDE (SSG) #3</i>	53
Tabel 3. 4 <i>STANDARD SEQUENCE GUIDE (SSG) #4</i>	55
Tabel 3. 5 <i>STANDARD SEQUENCE GUIDE (SSG) #5</i>	57
Tabel 3. 6 <i>STANDARD SEQUENCE GUIDE (SSG) #6</i>	59
Tabel 3. 7 <i>STANDARD SEQUENCE GUIDE (SSG) #7</i>	61
Tabel 3. 8 <i>STANDARD SEQUENCE GUIDE (SSG) #8</i>	62
Tabel 3. 9 <i>STANDARD SEQUENCE GUIDE (SSG) #8</i>	65
Tabel 3. 10 <i>STANDARD SEQUENCE GUIDE (SSG) #10</i>	67
Tabel 3. 11 <i>Key Perfomance Indicator Instagram Reels KBN</i>	72
Tabel 3.12 <i>Key Perfomance Indicator Keberhasilan Instagram Reels KBN</i>	73
Tabel 3.13 <i>Key Perfomance Indicator Kegagalan Instagram Reels KBN</i>	74
Tabel 3. 14 Rancangan Anggaran Biaya.....	77
Tabel 3. 15 Waktu Pelaksanaan	78
Tabel 4.1 SSG Final	72
Tabel 4.2 Penentuan Talent dan Narasumber pada Konten <i>Instagram Reels</i> PT KBN	85
Tabel 4.3 Dominan Efek Penyuntingan Video	93
Tabel 4.4 Link Video Konten.....	96
Tabel 4.5 Hasil Posting Video Reels Instagram.....	99
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Komentar	112