



**PRODUKSI VIDEO *REELS* INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA BRANDING UNTUK MENINGKATKAN
VISIBILITAS ARABESQUE BALLET SEMARANG**

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 :

Belinda Ivana Putri

40020622650074

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

2026

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 : Belinda Ivana Putri

NIM : 40020622650074

Tanda :

Tangan



Tanggal : 19 Juni 2026

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**PRODUKSI VIDEO *REELS* INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
BRANDING UNTUK MENINGKATKAN VISIBILITAS ARABESQUE
BALLET SEMARANG**

Oleh

Belinda Ivana Putri

40020622650074

Semarang, 18 Juni 2026

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



Tiara Pascanoviera Robaeni S.Ikom., M.I.Kom.
NIP. 199311102024062003

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Belinda Ivana Putri
NIM : 40020622650074
Program Studi : Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : Produksi Video *Reels* Instagram Sebagai Media Branding
Untuk Meningkatkan Visibilitas Arabesque Ballet
Semarang

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 : Tiara Pascanoviera Robaeni S.Ikom., M.I.Kom. (.....)
Penguji I : Dr. Dra. Liliek Budiastuti M.Si. (.....)
Penguji II : Ni Putu Eka Budi Pradnya Wulandari
Dewi S.I.Kom., M.I.Kom (.....)



Semarang, 1 JULI 2026

Ketua Prodi Informasi dan Humas,



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan YME yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan pelaksanaan serta penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Produksi Video *Reels* Instagram sebagai Media Branding Untuk Meningkatkan Visibilitas Arabesque Ballet Semarang.” Tugas Akhir ini merupakan salah satu bentuk pemenuhan tanggung jawab akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr.) pada Program Studi Informasi dan Humas, Departemen Informasi dan Budaya, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Melalui pelaksanaan *project* ini, penulis berharap bahwa rangkaian produksi konten *Reels* Instagram yang telah dihasilkan dapat memberikan manfaat bagi pihak klien, yaitu Arabesque Ballet Semarang, khususnya dalam upaya membangun dan memperkuat identitas brand melalui strategi komunikasi visual di media sosial. Pembahasan dalam Tugas Akhir ini tersusun ke dalam 5 BAB yang memiliki keterkaitan satu sama lain. Secara garis besar, pembahasan tiap BAB dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, berisi latar belakang yang menjelaskan bahwa Arabesque Ballet Semarang memiliki potensi dalam pengembangan media sosial sebagai sarana komunikasi visual, namun pemanfaatan konten *Reels* Instagram masih belum optimal dalam menampilkan identitas brand secara menyeluruh. Kondisi ini melatarbelakangi perumusan masalah utama, yaitu perlunya penguatan branding Arabesque Ballet Semarang melalui produksi konten *Reels* Instagram yang lebih terarah, konsisten, dan sesuai dengan karakteristik brand. Sebagai langkah strategis, penulis memilih pendekatan produksi konten *Reels* Instagram untuk mendukung pembentukan identitas brand di media sosial.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI, menguraikan kajian terdahulu yang relevan serta teori-teori pendukung yang menjadi landasan dalam pelaksanaan *project* Tugas Akhir penulis.

BAB III METODE PELAKSANAAN, membahas tahapan-tahapan produksi Tugas Akhir yang terdiri dari pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.

Pada bab ini juga dijelaskan rancangan *Standard Sequence Guide (SSG)* sebagai acuan alur pembuatan konten, mulai dari perencanaan ide hingga penyusunan konsep visual.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, menyajikan analisis proses produksi konten Reels Instagram, penyesuaian konsep SSG, hasil editing, insight publikasi, evaluasi performa konten, serta hambatan yang ditemui selama proses Tugas Akhir berlangsung.

BAB V PENUTUP, berisi kesimpulan dari keseluruhan project serta saran untuk pengembangan strategi branding Arabesque Ballet Semarang di masa mendatang.

Penulis menyadari bahwa pelaksanaan maupun penyusunan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk peningkatan kualitas karya di masa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap Tugas Akhir yang berjudul “Produksi Video *Reels* Instagram sebagai Media Branding Untuk Meningkatkan Visibilitas Arabesque Ballet Semarang” ini dapat memberikan manfaat, digunakan sebagaimana mestinya, serta memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan strategi branding melalui media sosial.

Semarang, 12 Juni 2026

Belinda Ivana Putri

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

*So do not fear, for I am with you; do not be dismayed, for I am your God.
I will strengthen you and help you; I will uphold you with my righteous
right hand.*

Isaiah 41 : 10

PERSEMBAHAN

Dari seluruh halaman yang tersusun, tiada halaman yang paling mengetuk hati dibandingkan halaman persembahan. Tugas akhir ini penulis persembahkan untuk diri sendiri yang tidak pernah menyerah, untuk kedua orang tua yang menjadi rumah bagi setiap doa, saudara penulis, sahabat, segenap civitas akademik Program Studi Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, serta pihak-pihak yang telah hadir, mendampingi dalam setiap langkah perjalanan ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan YME atas segala rahmat, karunia, dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Produksi Video *Reels* Instagram Sebagai Upaya Branding Untuk Meningkatkan Visibilitas Arabesque Ballet Semarang”. Penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak yang telah berkontribusi selama proses perancangan, pelaksanaan, hingga penyusunan laporan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa menyertai dan memberikan kekuatan kepada penulis dalam setiap proses penyusunan hingga penyelesaian tugas akhir ini.
2. Kedua orang tua penulis, yaitu Bapak Rianata dan Ibu Ratih Nugraheni yang senantiasa memberikan doa, dukungan, kasih sayang, serta motivasi yang tiada henti kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga proses penyusunan tugas akhir ini.
3. Kakak dan adik penulis, Ivan Prayoga Eka Putra dan Glenn Surya Raynata yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
4. Dr. Dra. Mamik Indaryani, M.S. dan Prof. Dr. Nanik Trihastuti S.H., M.Hum. yang telah memberikan perhatian, doa, serta dukungan yang diberikan kepada penulis selama proses penyusunan tugas akhir ini.
5. Mbak Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi S.Tr. Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan pengarahan, serta bantuan dalam proses penyusunan tugas akhir ini.
6. Mbak Tiara Pascanoviera Robaeni S.Ikom., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, serta masukan kepada penulis selama proses penyusunan hingga penyelesaian tugas akhir ini.

7. Ibu Dr. Dra. Liliek Budiastuti M.Si. dan Mbak Ni Putu Eka Budi Pradnya Wulandari Dewi S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen penguji penulis yang telah memberikan arahan dan saran berharga dalam penyusunan tugas akhir ini.
8. Arabesque Ballet yang telah bersedia menjadi klien dalam pelaksanaan tugas akhir ini. Terima kasih atas kesediaan, waktu, dan kerja samanya dalam memberikan informasi, dan masukan yang dibutuhkan penulis sehingga proses penyusunan tugas akhir ini dapat berjalan dengan lancar.
9. Yehezkiel Gayuh, Jonathan Raka, Yudesta Belva, dan Anggraena Dis sebagai sahabat penulis sejak kecil yang telah memberikan dukungan, doa, dan motivasi, serta menemani penulis dalam menghadapi berbagai tantangan selama penyusunan tugas akhir.
10. Teman-teman terdekat penulis selama masa perkuliahan, Frizky Fathya, Maritza Hanan, Mishel Deriani, Jelita Nindia, Khansa Aulia dan Haykal Noor yang telah menjadi bagian dalam perjalanan akademik ini. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta berbagai pengalaman yang telah dibagikan selama menempuh pendidikan. Terima kasih telah saling membantu, bertukar pikiran, serta memberikan dukungan dalam menghadapi berbagai tantangan selama masa perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini.
11. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan, bantuan, doa, serta kontribusi selama proses perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini. Penulis mengucapkan terima kasih atas segala bentuk perhatian, motivasi, dan bantuan yang telah diberikan. Setiap dukungan dan kontribusi yang diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung, memiliki arti yang sangat berharga dan turut membantu kelancaran serta keberhasilan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Terakhir, kepada diri sendiri, Belinda Ivana Putri. Terima kasih telah berjuang dan mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih karena terus belajar, dan tidak menyerah meskipun terdapat berbagai tantangan,

tekanan, serta proses yang harus dilalui selama masa perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini. Setiap usaha dan pengorbanan yang telah diberikan akhirnya bisa membawa pada tahap ini. Semoga pencapaian ini menjadi pengingat bahwa setiap proses yang dijalani tidak pernah sia-sia dan akan selalu membawa pelajaran yang berharga.

ABSTRAK

Arabesque Ballet Semarang merupakan studio ballet untuk anak hingga dewasa yang dibentuk tahun 2026. Menggunakan kurikulum pembelajaran ATOD (Australian Teachers of Dancing) dengan pengajaran yang tetap berfokus pada teknik namun menyenangkan. Arabesque Ballet Semarang masih tergolong baru di Kota Semarang sehingga memerlukan upaya branding untuk memperkenalkan identitas, layanan, dan aktivitas pembelajarannya kepada masyarakat. Namun, konten pada akun Instagram @arabesque_smg masih minim sehingga upaya branding melalui media sosial belum dilakukan secara optimal. Oleh karena itu, dilakukan produksi konten *Reels* Instagram sebagai upaya branding Arabesque Ballet Semarang. Produksi konten dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Tahap pra-produksi meliputi observasi media sosial, wawancara dengan pemilik, penyusunan konsep konten, dan pembuatan *Standard Sequence Guide (SSG)*. Tahap produksi dilakukan melalui proses pengambilan gambar, sedangkan tahap pasca-produksi meliputi *editing*, publikasi konten, dan monitoring performa konten menggunakan Instagram *Insight*. Hasil implementasi menunjukkan bahwa seluruh target publikasi berhasil tercapai melalui publikasi 10 konten *Reels* Instagram. Selain itu, KPI yang ditetapkan juga berhasil melampaui target, dengan capaian jangkauan sebesar 2.354 akun dari target 500 akun, serta 8.559 tayangan dari target 2.000 tayangan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konten *Reels* Instagram yang diproduksi mampu meningkatkan visibilitas akun Arabesque Ballet Semarang kepada audiens yang lebih luas. Dengan demikian, produksi konten *Reels* Instagram terbukti efektif dalam mendukung upaya branding Arabesque Ballet Semarang melalui media sosial Instagram.

Kata Kunci: *Reels* Instagram, Konten *Digital*, *Branding*, Media Sosial, Arabesque Ballet Semarang.

ABSTRACT

Arabesque Ballet Semarang is a ballet studio for children and adults established in 2026. The studio implements the Australian Teachers of Dancing (ATOD) curriculum, offering instruction that emphasizes proper technique while maintaining an enjoyable learning experience. As a relatively new ballet studio in Semarang, Arabesque Ballet Semarang requires branding efforts to introduce its identity, services, and learning activities to the public. However, the content available on its Instagram account, @arabesque_smg, was still limited, resulting in suboptimal branding efforts through social media. Therefore, the production of Instagram Reels content was carried out as a branding strategy for Arabesque Ballet Semarang. The content production process consisted of three stages: pre-production, production, and post-production. The pre-production stage included social media observation, interviews with the owner, content concept development, and the preparation of a Standard Sequence Guide (SSG). The production stage involved video shooting, while the post-production stage included video editing, content publication, and content performance monitoring using Instagram Insights. The implementation results showed that all publication targets were successfully achieved through the publication of 10 Instagram Reels. Furthermore, the established KPIs exceeded the targets, achieving a reach of 2,354 accounts compared to the target of 500 accounts and generating 8,559 views, surpassing the target of 2,000 views. These results indicate that the produced Instagram Reels content was able to increase the visibility of the Arabesque Ballet Semarang Instagram account to a wider audience. Therefore, the production of Instagram Reels content proved effective in supporting the branding efforts of Arabesque Ballet Semarang through Instagram.

Keywords: *Instagram Reels, Digital Content, Branding, Social Media, Arabesque Ballet Semarang.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan	10
1.4 Manfaat	11
1.5 Luaran.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Kajian Karya Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	18
2.1.1 <i>Public Relations</i>	18
2.2.2 <i>Branding</i>	19
2.2.3 Visibilitas.....	20
2.2.4 Media Sosial.....	20
2.2.5 Konten	21
2.2.6 Videografi	23
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	27
3.1 Klien Penciptaan Karya	27

3.2	Profil Klien.....	27
3.3	Segmentasi / Target Sasaran	28
3.3.1	Segmentasi Demografis.....	28
3.3.2	Segmentasi Geografis.....	28
3.3.3	Segmentasi Psikografis	28
3.4	Metode Pelaksanaan	29
3.4.1	Pra-Produksi.....	29
3.4.2	Produksi	31
3.4.3	Pasca Produksi	31
3.5	<i>Standart Sequence Guide (SSG)</i>	32
3.5.1	<i>Standart Sequence Guide 1</i>	33
3.5.2	<i>Standart Sequence Guide 2</i>	35
3.5.3	<i>Standart Sequence Guide 3</i>	37
3.5.4	<i>Standart Sequence Guide 4</i>	40
3.5.5	<i>Standart Sequence Guide 5</i>	42
3.5.6	<i>Standart Sequence Guide 6</i>	44
3.5.7	<i>Standart Sequence Guide 7</i>	46
3.5.8	<i>Standart Sequence Guide 8</i>	49
3.5.9	<i>Standart Sequence Guide 9</i>	51
3.5.10	<i>Standart Sequence Guide 10</i>	54
3.6	Key Performance Indikator	57
3.7	Keberlanjutan Karya (<i>Sustainability</i>)	58
3.8	<i>Timeline</i> Pelaksanaan Tugas Akhir	59
3.9	Rancangan Anggaran Biaya	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		61
4.1	Gambaran Umum Permasalahan.....	61
4.2	Analisis Tahap Pra Produksi	62
4.2.1	Pengumpulan Ide	62
4.2.2	Implementasi <i>Standart Sequences Guide (SSG)</i>	63
4.2.3	Penyusunan Tim Produksi	76
4.2.4	Penentuan Jadwal dan Lokasi Produksi.....	77
4.2.5	Persiapan Properti dan Peralatan	77

4.3	Analisis Tahap Produksi	78
4.3.1	Briefing Talent	78
4.3.2	Penataan Lokasi	78
4.3.3	Penataan <i>Wardrobe</i>	79
4.3.4	Pengambilan Gambar (Shooting)	79
4.4	Analisis Tahap Pasca Produksi	90
4.4.1	Editing Video	90
4.4.2	Preview Hasil Edit	94
4.4.3	Publikasi Video	95
4.4.3	Monitoring dan Evaluasi	97
4.4.4	Keberlanjutan Karya (<i>Sustainability</i>)	110
4.5	Hambatan Produksi	111
4.5.1	Pra Produksi	111
4.5.2	Produksi	111
4.5.3	Pasca Produksi	111
BAB V PENUTUP		113
5.1	Kesimpulan	113
5.2	Saran	114
DAFTAR PUSTAKA		115
LAMPIRAN		119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Instagram Arabesque Ballet Semarang	2
Gambar 1. 2 Postingan Akun Instagram @arabesque_smg	3
Gambar 1. 3 Insight Instagram Arabesque Ballet Semarang	5
Gambar 4. 1 Tahap <i>Import</i> Video	90
Gambar 4. 2 Tahap <i>Cutting</i> Video	91
Gambar 4. 3 Tahap Transisi Video	91
Gambar 4. 4 Tahap Penyuntingan Audio	92
Gambar 4. 5 Tahap Penyesuaian Visual	93
Gambar 4. 6 Penambahan Efek Visual dan Grafis	93
Gambar 4. 7 Tahap Output Video	94
Gambar 4. 8 Analisis Waktu Aktivitas Followers	95
Gambar 4. 9 Contoh Respons Audiens	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Overview Unggahan	4
Tabel 3.1 <i>Standart Sequence Guide 1</i>	33
Tabel 3.2 <i>Standart Sequence Guide 2</i>	35
Tabel 3.3 <i>Standart Sequence Guide 3</i>	38
Tabel 3.4 <i>Standart Sequence Guide 4</i>	40
Tabel 3.5 <i>Standart Sequence Guide 5</i>	43
Tabel 3.6 <i>Standart Sequence Guide 6</i>	45
Tabel 3.7 <i>Standart Sequence Guide 7</i>	47
Tabel 3.8 <i>Standart Sequence Guide 8</i>	49
Tabel 3.9 <i>Standart Sequence Guide 9</i>	51
Tabel 3.10 <i>Standart Sequence Guide 10</i>	55
Tabel 3.11 Key Performance Indikator	57
Tabel 3.12 Timeline Pelaksanaan Tugas Akhir	59
Tabel 3.13 Rancangan Anggaran Biaya	60
Tabel 4. 1 Perubahan <i>Standart Sequences Guide 1</i>	63
Tabel 4. 2 Perubahan <i>Standart Sequences Guide 2</i>	64
Tabel 4. 3 Perubahan <i>Standart Sequences Guide 3</i>	66
Tabel 4. 4 Perubahan <i>Standart Sequences Guide 4</i>	67
Tabel 4. 5 Perubahan <i>Standart Sequences Guide 5</i>	68
Tabel 4. 6 Perubahan <i>Standart Sequences Guide 6</i>	69
Tabel 4. 7 Perubahan <i>Standart Sequences Guide 7</i>	70
Tabel 4. 8 Perubahan <i>Standart Sequences Guide 8</i>	71
Tabel 4. 9 Perubahan <i>Standart Sequences Guide 9</i>	72
Tabel 4. 10 Perubahan <i>Standart Sequence Guide 10</i>	73
Tabel 4. 11 Jadwal Pengambilan Gambar	79
Tabel 4. 12 Pengambilan Gambar SSG 1	80
Tabel 4. 13 Pengambilan Gambar SSG 2	81
Tabel 4. 14 Pengambilan Gambar SSG 3	82
Tabel 4. 15 Pengambilan Gambar SSG 4	83
Tabel 4. 16 Pengambilan Gambar SSG 5	84
Tabel 4. 17 Pengambilan Gambar SSG 6	85
Tabel 4. 18 Pengambilan Gambar SSG 7	86
Tabel 4. 19 Pengambilan Gambar SSG 8	87
Tabel 4. 20 Pengambilan Gambar SSG 9	88
Tabel 4. 21 Pengambilan Gambar SSG 10	89
Tabel 4. 22 Jadwal Unggah Konten	96
Tabel 4. 23 Perbandingan Insight Akun Instagram @arabesque_smg	98
Tabel 4. 24 Overview Konten Instagram @arabesque_smg	99
Tabel 4. 25 Perbandingan Performa Konten <i>Reels</i> Instagram	104

Tabel 4. 26 Hasil Analisis KPI.....	107
-------------------------------------	-----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Dokumentasi Proses Pengambilan Gambar.....	119
Lampiran 1. 2 Dokumentasi Wawancara	119
Lampiran 1. 3 Proses <i>Editing</i> Video	120
Lampiran 1. 4 Sertifikat Toefl SEU UNDIP	120
Lampiran 1. 5 Sertifikat HKI	121
Lampiran 1. 6 Hasil Turnitin.....	122