



**PRODUKSI KONTEN INSTAGRAM *REELS* SEBAGAI
UPAYA UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
PADA LAKSMI ART BATIK**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Program Gelar Sarjana Terapan Studi S.Tr. Informasi dan Humas
Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro
Konsentrasi: *Public relations*

Disusun Oleh:

Emily Makmur
NIM. 40020622650071

**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 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 : Emily Makmur

NIM : 40020622650071

Tanda Tangan : 

Tanggal : 31 Agustus 2026

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

PRODUKSI KONTEN INSTAGRAM *REELS* SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA LAKSMI ART BATIK

Disusun Oleh:

Emily Makmur

NIM. 40020622650071

Semarang, 31 Agustus 2026

Disetujui Oleh,

Dosen Pembimbing



Ni Putu Eka Budi Pradnya Wulandari Dewi, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIP. 199905122024062001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh :
Nama : Emily Makmur
NIM : 40020622650071
Program Studi : Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : Produksi Konten Instagram *Reels* Sebagai
Upaya Untuk Meningkatkan *Brand*
Awareness Pada Laksmi Art Batik

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 : Ni Putu Eka Budi Pradnya Wulandari Dewi, (.....)
S.I.Kom., M.I.Kom.
Penguji I : Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom. (.....)
Penguji II : Mohammed Aden Suryana, S.IP., M.A. (.....)

Semarang, 15 September 2026
Ketua Program Studi Informasi dan Humas



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT. atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Produksi Konten Instagram Reels Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada Laksmi Art Batik”** dengan baik. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr.) pada Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan kontribusi selama proses penyusunan hingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

Tugas Akhir ini bertujuan membantu meningkatkan *brand awareness* publik terhadap UMKM Laksmi Art Batik, penulis memproduksi 10 (sepuluh) konten video *reels* yang memanfaatkan pendekatan *storytelling* edukasi dan pengenalan merek sebagai media publikasi informasi klien melalui akun Instagram @laksmi_art_batik.

Pada Tugas Akhir ini terdiri dari lima bab yang disusun untuk saling melengkapi. “Bab I Pendahuluan” membahas latar belakang permasalahan yang menjadi dasar pelaksanaan Tugas Akhir, yaitu *brand awareness* publik terhadap Laksmi Art Batik yang belum terbentuk secara mendalam dan konsisten. Bab ini juga menjelaskan rumusan masalah, tujuan, manfaat, serta luaran yang dihasilkan dari pelaksanaan karya tugas akhir. “Bab II Tinjauan Pustaka” berisi kajian karya terdahulu dan berbagai teori yang digunakan sebagai landasan dalam penyusunan tugas akhir. “Bab III Metode Penciptaan Karya” menjelaskan profil Laksmi Art Batik sebagai klien, segmentasi audiens, konsep produksi karya, dan mekanisme produksi yang terdiri atas tahap pra produksi, produksi, hingga pasca produksi. “Bab IV Hasil dan Pembahasan” menjelaskan pelaksanaan produksi karya tugas akhir berupa 10 (sepuluh) konten Instagram *reels* mulai dari proses pra produksi hingga pasca produksi. Bab ini juga membahas evaluasi konten melalui *Key*

Performance Indicator (KPI) untuk mengukur peningkatan *awareness* publik terhadap Laksmi Art Batik. “Bab V Penutup” berisi kesimpulan dan saran berdasarkan keseluruhan hasil pelaksanaan Tugas Akhir.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan karya di masa yang akan datang. Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi Program Studi Informasi dan Humas, Laksmi Art Batik, serta pihak-pihak yang membutuhkan referensi mengenai produksi konten media sosial sebagai sarana peningkatan *brand awareness* masyarakat.

Semarang, 24 Agustus 2026

Emily Makmur

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Setting goals is the first step in turning the invisible into the visible”

“Menetapkan tujuan adalah langkah pertama untuk mengubah sesuatu yang tidak terlihat menjadi nyata”

PERSEMBAHAN:

Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta yang selalu menjadi sumber kekuatan melalui doa, kasih sayang, kepercayaan, serta dukungan yang tidak pernah berhenti. Kepada diri sendiri, terima kasih karena telah bertahan, terus berjuang, dan memilih untuk tidak menyerah hingga seluruh proses ini dapat diselesaikan dengan baik. Persembahan ini juga penulis tujukan kepada keluarga, sahabat, teman-teman seperjuangan, serta seluruh civitas akademika Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dukungan, dan kenangan berharga selama menjalani masa perkuliahan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta kemudahan yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Produksi Konten Instagram *Reels* sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness* pada Laksmi Art Batik” dengan baik. Selama proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, bantuan, motivasi, serta arahan dari berbagai pihak yang memiliki peran penting dalam penyelesaian karya ini. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan lancar.

1. Allah SWT. atas segala limpahan rahmat, hidayah, kesehatan, kekuatan, dan kemudahan yang diberikan kepada penulis selama proses penyusunan hingga penyelesaian Tugas Akhir ini.
2. Mama tercinta, terima kasih telah menjadi sosok yang selalu menguatkan, mendukung setiap proses yang penulis jalani, serta memberikan keyakinan bahwa penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Segala pencapaian yang penulis raih hingga saat ini tidak terlepas dari doa, perjuangan, dan pengorbanan mama.
3. Papa tercinta, terima kasih telah menjadi salah satu sumber semangat bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan dan Tugas Akhir ini. Segala dukungan dan motivasi yang Papa berikan menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis hingga dapat mencapai tahap ini.
4. Nenek Asni tersayang, terima kasih atas kasih sayang, doa, perhatian, dan kesabaran yang selalu diberikan kepada penulis. Terima kasih telah merawat, menjaga, serta menemani perjalanan hidup penulis sedari kecil hingga dapat berada di titik ini. Segala kebaikan, pengorbanan, dan doa yang Nenek

berikan menjadi kekuatan besar bagi penulis dalam menjalani setiap proses hingga mampu menyelesaikan pendidikan dan Tugas Akhir ini.

5. Bapak Prof. Dr. Ir. Budiyo, M.Si. selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan dukungan serta fasilitas selama penulis menempuh pendidikan.
6. Mbak Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Informasi dan Humas, serta dosen wali yang telah memberikan arahan, dukungan, dan fasilitas selama penulis menempuh pendidikan di Program Studi Informasi dan Humas.
7. Mbak Ni Putu Eka Budi Pradnya Wulandari Dewi, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan waktu, memberikan bimbingan, dukungan, motivasi dan saran yang membangun dalam proses penyusunan Tugas Akhir, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
8. Mbak Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku ketua penguji yang telah memberikan arahan, masukan, serta evaluasi yang membangun untuk membantu penyempurnaan Tugas Akhir ini.
9. Mas Mohammed Aden Suryana, S.IP., M.A. selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan masukan, saran, dan evaluasi yang membangun demi penyempurnaan Tugas Akhir ini.
10. Ibu Crishtina Riyastuti selaku pemilik Laksmi Art Batik beserta seluruh pihak yang terlibat dalam Laksmi Art Batik yang telah memberikan kesempatan, kepercayaan, dukungan, apresiasi, serta kerja sama selama proses pelaksanaan dan penyusunan Tugas Akhir ini. Berkat bantuan dan keterlibatan yang diberikan, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan lancar.
11. Adik perempuan dan Kakak laki-laki tersayang yang membersamai penulis bertumbuh. Terima kasih telah menjadi sosok yang memberikan semangat dan dorongan bagi penulis untuk terus berkembang dan menyelesaikan Tugas Akhir ini. Meskipun tidak tumbuh di rumah yang sama, penulis sangat berterima kasih atas dukungan, hiburan dan kehadiran kalian di hidup penulis.

12. Khansa Aulia Rahma, Divanie Najla Nazifa, dan Nugraeni Febrianingrum selaku sahabat penulis, terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, memberikan motivasi, serta menemani berbagai proses dan perjalanan yang telah dilalui. Kehadiran kalian menjadi bagian yang berharga dalam perjalanan penulis dan menciptakan banyak kenangan indah selama masa perkuliahan penulis.
13. Maritza Hanan, Laura Santalia, Shafa Arauf, Aulia Syifa, Haykal Noor, Wisnu Galang, Bimo Wicaksono, serta seluruh teman-teman Program Studi Informasi dan Humas yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungan, semangat, bantuan, kebersamaan, dan pengalaman berharga yang telah diberikan selama penulis menjalani masa perkuliahan. Kehadiran dan dukungan yang diberikan menjadi salah satu bagian yang berarti dalam perjalanan akademik penulis.
14. Rusyiana, terima kasih telah hadir dan memberikan dukungan, semangat, dan berbagai hal kecil yang diberikan sehingga mampu membantu penulis melewati proses ini dengan lebih baik. Kehadiranmu menjadi salah satu hal berharga yang memberikan semangat bagi penulis hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
15. Azzurra Azhari, Dea Jenata, Aulia Eka Utami, Bunga Diva, Diva Wulan, Talitha Azalia, Efli Dwi, dan Charlina Anggreini terima kasih telah tetap hadir, menghibur, serta memberikan motivasi meskipun terpisahkan oleh jarak dan kesibukan masing-masing. Kehadiran kalian menjadi pengingat bahwa hubungan yang telah terjalin sejak masa sekolah tetap menjadi bagian berharga dalam perjalanan penulis hingga saat ini.
16. Ruangscene, terima kasih telah menjadi tempat bagi penulis untuk belajar, berkembang, serta mendapatkan berbagai pengalaman yang mendukung proses pengembangan diri maupun penyelesaian Tugas Akhir ini.
17. Mahdan, Tiyas, Reza, dan Irfan selaku rekan kerja penulis, terima kasih atas bantuan, dukungan, semangat, serta pengertian yang telah diberikan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini. Terima kasih telah memberikan ruang dan dukungan bagi penulis untuk menyelesaikan tanggung jawab akademik

di tengah aktivitas pekerjaan. Kebersamaan, kerja sama, dan pengalaman yang telah dilalui bersama menjadi bagian berharga dalam perjalanan penulis.

18. Penulis juga berterima kasih kepada diri sendiri yang telah bertahan, berusaha, dan terus melangkah dalam setiap proses yang dilalui hingga akhirnya mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga pencapaian ini menjadi pengingat bahwa setiap usaha, doa, dan proses yang telah dijalani memiliki arti yang berharga.
19. Seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa kepada penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir.

ABSTRAK

Penelitian penciptaan karya ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* publik terhadap UMKM Laksmi Art Batik di Kampung Batik Rejomulyo, Kota Semarang, yang sebelumnya masih rendah terkait pemahaman identitas merek, proses batik autentik tulis dan cap, serta motif khas Asem Arang akibat pengelolaan media sosial yang belum optimal. Metode pelaksanaan karya menggunakan pendekatan *Digital Public Relations* terapan melalui model SOME (*Share, Optimize, Manage, Engage*) yang mencakup tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi berupa pembuatan 10 konten Instagram Reels pada akun @laksmi_art_batik. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, audit media sosial, serta survei pra dan pasca publikasi terhadap 82 responden. Hasil evaluasi *Instagram Insight* menunjukkan peningkatan jangkauan akun dari 73 menjadi 4.764 akun, total 30.299 tayangan, serta penambahan 96 pengikut baru. Selain itu, seluruh target *Key Performance Indicator* (KPI) survei pasca publikasi berhasil terlampaui, meliputi peningkatan pengenalan UMKM penyedia edukasi membatik menjadi 85,4% (baseline 23,3%), pemahaman aktivitas utama menjadi 85,4% (baseline 23,0%), pemahaman produk autentik tulis dan cap menjadi 73,2% (baseline 3,7%), serta pengenalan motif khas *Asem Arang* menjadi 78,0% (baseline 8,7%). Dapat disimpulkan bahwa produksi konten Instagram Reels yang terencana dan konsisten terbukti efektif meningkatkan *brand awareness* publik terhadap Laksmi Art Batik. Pengelola akun disarankan untuk menjaga keberlanjutan publikasi dan mendiversifikasi format konten menggunakan *template feeds* infografis.

Kata kunci: Instagram Reels, Brand Awareness, Media Sosial, Batik Semarang.

ABSTRACT

This creative project aims to enhance public brand awareness for Laksmi Art Batik, an MSME located in Kampung Batik Rejomulyo, Semarang, which previously faced low comprehension regarding its brand identity, authentic written and stamped batik processes, and signature Asem Arang motif due to suboptimal social media management. The methodology employs an applied Digital Public Relations approach utilizing the SOME framework (Share, Optimize, Manage, Engage) across pre-production, production, and post-production phases to produce ten Instagram Reels on the @laksmi_art_batik account. Data collection was conducted through observation, in depth interviews, social media audits, and pre- and post-publication surveys involving 82 respondents. Evaluation results from Instagram Insights revealed an account reach expansion from 73 to 4,764 accounts, 30,299 total views, and an increase of 96 new followers. Furthermore, all Key Performance Indicator (KPI) targets from the post-publication survey were exceeded: recognition as an educational batik MSME rose to 85.4% (baseline 23.3%), comprehension of core business activities reached 85.4% (baseline 23.0%), awareness of authentic written and stamped products increased to 73.2% (baseline 3.7%), and identification of the signature Asem Arang motif escalated to 78.0% (baseline 8.7%). In conclusion, structured and consistent Instagram Reels production effectively enhances public brand awareness for Laksmi Art Batik. Account managers are advised to maintain publication consistency and diversify content formats using infographic feed templates.

Keywords: *Instagram Reels, Brand Awareness, Social Media, Batik Semarangan.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan	19
1.4 Manfaat	19
1.4.1 Bagi Penulis	20
1.4.2 Bagi Laksmi Art Batik	20
1.4.3 Bagi Masyarakat.....	20
1.5 Luaran	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Kajian Karya Terdahulu	22
2.2 Landasan Teori.....	26
2.2.1 <i>Public Relations</i>	26
2.2.2 Digital Public Relations	27

2.2.3	Media Sosial.....	29
2.2.4	Instagram.....	31
2.2.5	<i>Brand awareness</i>	37
2.2.6	Teknik Pengambilan Gambar.....	38
2.2.7	Teknik Editing Video.....	40
BAB III METODE PELAKSANAAN KARYA.....		42
3.1	Klien Produksi Karya.....	42
3.2	Profil Klien Laksmi Art Batik.....	42
3.3	Segmentasi Audiens	42
3.3.1	Segmentasi Demografis	43
3.3.2	Segmentasi Geografis.....	43
3.3.3	Segmentasi Psikografis	43
3.4	Konsep Produksi Karya.....	44
3.5	Mekanisme Produksi.....	45
3.5.1	Pra Produksi	45
3.5.2	Produksi	81
3.5.3	Pasca Produksi	82
3.6	Jadwal Publikasi.....	84
3.7	Key Performance Indicator (KPI)	85
3.8	Keberlanjutan	89
3.9	Timeline Pelaksanaan.....	90
3.10	Produksi Anggaran Produksi Karya.....	93
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		94
4.1	Gambaran Umum Permasalahan.....	94
4.2	Analisis Hasil Tahap Pra Produksi.....	95
4.2.1	Penentuan Tema dan Konsep Konten	95
4.2.2	Penyusunan Produksi Konten	97
4.2.3	Penyusunan Tim Produksi	125
4.2.4	Penentuan Jadwal dan Lokasi Produksi	125
4.2.5	Persiapan Properti dan Peralatan.....	126

4.3	Analisis Tahap Produksi	126
4.3.1	Briefing Tim dan Talent.....	126
4.3.2	Penataan Lokasi	127
4.3.3	Penataan Wardrobe	127
4.3.4	Pengambilan Gambar (Shooting).....	127
4.4	Analisis Tahap Pasca Produksi	139
4.4.1	Editing Video	139
4.4.2	Preview Hasil Editing	149
4.4.3	Publikasi Video	150
4.5	Proses Evaluasi	154
4.5.1	Evaluasi Hasil <i>Insight</i> Konten <i>Reels</i> Instagram Laksmi Art Batik 154	
4.5.2	Evaluasi Hasil Survei Pasca Publikasi	160
4.6	Hambatan Pada Proses Penciptaan Karya.....	172
4.6.1	Hambatan Pada Tahap Pra Produksi	172
4.6.2	Hambatan Pada Tahap Produksi	173
4.6.3	Hambatan Pada Tahap Pasca Produksi	175
BAB V PENUTUP.....		179
5.1	Kesimpulan	179
5.2	Saran.....	180
DAFTAR PUSTAKA.....		182
LAMPIRAN.....		190

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil survei pengetahuan masyarakat	5
Gambar 1. 2 Survei pengetahuan terhadap aktivitas Laksmi Art Batik	6
Gambar 1. 3 Survei pengetahuan terhadap jenis batik yang di produksi	7
Gambar 1. 4 Survei pengetahuan motif khas Laksmi Art Batik	8
Gambar 1. 5 Survei pengetahuan terhadap Laksmi Art Batik	9
Gambar 1. 6 Data pengguna media sosial di Indonesia	10
Gambar 1. 7 Data pengguna platform Instagram di Indonesia	11
Gambar 1. 8 Akun Instagram Laksmi Art Batik	12
Gambar 1. 9 Insight Akun Instagram Laksmi Art Batik	16
Gambar 4. 1 Proses import footage konten ke CapCut	139
Gambar 4. 2 Proses rough cut	140
Gambar 4. 3 Proses penyuntingan voice over	141
Gambar 4. 4 Proses pemilihan backsound	141
Gambar 4. 5 Proses input backsound	142
Gambar 4. 6 Proses penggunaan keyframe pada audio	142
Gambar 4. 7 Proses penyesuaian visual	143
Gambar 4. 8 Proses menambahkan transisi	144
Gambar 4. 9 Proses penggunaan sound effect	145
Gambar 4. 10 <i>Font Headline</i>	145
Gambar 4. 11 <i>Font Sub Headline</i>	146
Gambar 4. 12 <i>Background Font Sub Headline</i>	146
Gambar 4. 13 Penambahan <i>Subtittle</i> menggunakan <i>auto caption</i>	146
Gambar 4. 14 <i>Font Subtittle</i>	146
Gambar 4. 15 Proses penggunaan animasi teks	147
Gambar 4. 16 Penambahan efek blur	147
Gambar 4. 17 Penambahan logo	148
Gambar 4. 18 Proses <i>output</i> atau <i>rendering</i>	148
Gambar 4. 19 Proses <i>preview</i> hasil <i>final editing</i>	149
Gambar 4. 20 Waktu aktif pengikut akun Laksmi Art Batik	150

Gambar 4. 21 <i>Screenshot</i> koordinasi upload <i>high quality</i>	151
Gambar 4. 22 <i>Screenshot</i> data jangkauan akun Instagram sebelum dan sesudah publikasi konten	154
Gambar 4. 23 <i>Screenshot</i> data kunjungan profil sebelum dan sesudah publikasi konten.....	155
Gambar 4. 24 <i>Screenshot direct message</i> penyampaian informasi konten.....	161
Gambar 4. 25 Data konten yang paling efektif untuk Laksmi Art Batik	162
Gambar 4. 26 Data pengetahuan terhadap arti nama Laksmi Art Batik	163
Gambar 4. 27 Data tindakan yang akan dilakukan setelah melihat konten	163
Gambar 4. 28 Data pengetahuan aktivitas yang paling menggambarkan Laksmi Art Batik.....	164
Gambar 4. 29 Data pengetahuan jenis batik yang diproduksi Laksmi Art Batik	165
Gambar 4. 30 Data pengetahuan motif yang paling identik dengan Laksmi Art Batik	166
Gambar 4. 31 Data pengetahuan produk media membatik pada <i>workshop</i>	167
Gambar 4. 32 Data pengetahuan harga <i>workshop</i> membatik.....	168

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Content Pillar	47
Tabel 3. 2 Ternyata Semarang Punya Batik Sekeren Ini	50
Tabel 3. 3 The Face Behind Laksmi Art Batik	53
Tabel 3. 4 Kenapa Harus Nama Laksmi?.....	56
Tabel 3. 5 Kalau ke Laksmi Art Batik, bisa eksplor apa aja?	59
Tabel 3. 6 Pernah Lihat Motif ini? Tapi Gak Tau Maknanya? Asal usul motif Asem Arang	63
Tabel 3. 7 Mitos vs Fakta – Benarkah Semua Kain Bermotif Itu Batik?.....	66
Tabel 3. 8 Bedah Akulturasi 3 Budaya di Motif Warak Ngendog.....	70
Tabel 3. 9 Spill Budget & Fasilitas Workshop Membatik di Laksmi Art Batik...	73
Tabel 3. 10 Jangan-jangan Selama ini, Kamu Salah?	76
Tabel 3. 11 Wear your culture, show your pride.....	79
Tabel 3. 12 Wear your culture, show your pride.....	84
Tabel 3. 13 Key Performance Indicator	86
Tabel 3. 14 Timeline Kegiatan.....	91
Tabel 3. 15 Produksi Anggaran Produksi	93
Tabel 4. 1 Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> 1	98
Tabel 4. 2 Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> 2	102
Tabel 4. 3 Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> 3	106
Tabel 4. 4 Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> 4	109
Tabel 4. 5 Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> 5	111
Tabel 4. 6 Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> 6	113
Tabel 4. 7 Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> 7	115
Tabel 4. 8 Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> 8	117
Tabel 4. 9 Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> 9	119
Tabel 4. 10 Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> 10	122
Tabel 4. 11 Susunan tim produksi.....	125
Tabel 4. 12 Rincian proses pengambilan gambar	128
Tabel 4. 13 Pengambilan gambar <i>Standard Sequence Guide</i> 1	129

Tabel 4. 14 Pengambilan gambar <i>Standard Sequence Guide 2</i>	130
Tabel 4. 15 Pengambilan gambar <i>Standard Sequence Guide 3</i>	131
Tabel 4. 16 Pengambilan gambar <i>Standard Sequence Guide 4</i>	132
Tabel 4. 17 Pengambilan gambar <i>Standard Sequence Guide 5</i>	133
Tabel 4. 18 Pengambilan gambar <i>Standard Sequence Guide 6</i>	134
Tabel 4. 19 Pengambilan gambar <i>Standard Sequence Guide 7</i>	135
Tabel 4. 20 Pengambilan gambar <i>Standard Sequence Guide 8</i>	136
Tabel 4. 21 Pengambilan gambar <i>Standard Sequence Guide 9</i>	137
Tabel 4. 22 Pengambilan gambar <i>Standard Sequence Guide 10</i>	138
Tabel 4. 23 Rincian pengaturan elemen teks	145
Tabel 4. 24 Jadwal publikasi dan tautan konten	152
Tabel 4. 25 Perbandingan akun sesudah dan sebelum produksi	156
Tabel 4. 26 Instagram <i>Insight</i>	156
Tabel 4. 27 Capaian <i>Key Performance Indicator</i>	169

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Desain Template Feeds dan Story	190
Lampiran 2 Surat Permohonan Izin Penelitian	191
Lampiran 3 Sertifikat Tes Bahasa Inggris SEU	192
Lampiran 4 Sertifikat Penciptaan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	193
Lampiran 5 Surat Berita Acara Serah Terima Produk	194
Lampiran 6 Surat Keterangan Bebas Plagiasi	198
Lampiran 7 Hasil Turnitin.....	199