PRODUKSI KONTEN KREATIF *REELS* DI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DONATERY

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Terapan (S. Tr.) Informasi dan Humas
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Oleh:
Kintaru Kenesia Elzara
40020622650011

PROGRAM STUDI INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir 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 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: Kintaru Kenesia Elzara

NIM: 40020622650011

Tanda Tangan:



Tanggal: 21 Agustus 2026

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

PRODUKSI KONTEN KREATIF *REELS* DI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DONATERY

Oleh

Kintaru Kenesia Elzara

40020622650011

Semarang, 20 Agustus 2026

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing

Priskila Primaningrum Demmasapo, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIP. 199403202024062002

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan Oleh	:	
Nama	:	Kintaru Kenesia Elzara
NIM	:	40020622650011
Program Studi atau Konsentrasi	:	S.Tr Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir	:	Produksi Konten Kreatif *Reels* Di Instagram Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Donatery

Telah dinyatakan berhasil di hadapan Tim Penguji dan diterima untuk melengkapi persyaratan menjadi Sarjana Terapan pada program Diploma IV (S1 Terapan) Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.

TIM PENGUJI

Pembimbing	:	Priskila Primaningrum Demmasapo, S.I.Kom., M.I.Kom NIP. 199403202024062002	( )
Penguji I	:	Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si. NIP. 196201311987032001	( )
Penguji II	:	Tiara Pascanoviera Robaeni, S.I.Kom., M.I.Kom NIP. 199311102024062003	( )

Semarang, 2026
Ketua Program Studi S.Tr. Informasi dan Humas

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

iv

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya"
(Q.S. Al Baqarah: 286)

"The mystery of human existence lies not in just staying alive, but in finding something to live for."
(Fyodor Dostoevsky, The Brothers Karamazov)

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, kelancaran, dan kemudahan yang diberikan dalam setiap proses kehidupan. Keluarga senantiasa memberikan doa, kasih sayang, serta dukungan tanpa henti. Sahabat dan orang-orang terdekat selalu hadir memberikan semangat inspiratif dalam setiap langkah perjalanan penyelesaian karya ini. Segenap civitas akademika Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro telah menjadi bagian penting yang tak terpisahkan dari proses pembelajaran serta pengembangan diri penulis. Diri sendiri juga patut diapresiasi atas keberanian berjuang, bertahan, dan menolak menyerah hingga mampu menyelesaikan salah satu perjalanan penting dalam kehidupan ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat serta karunia yang diberikan sehingga penyusunan Tugas Akhir berjudul "Produksi Konten Kreatif Reels di Instagram dalam Meningkatkan Brand Awareness Donatery" dapat diselesaikan dengan baik. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat akademis untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr.) pada Program Studi Informasi dan Humas, Departemen Informasi dan Budaya, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Pelaksanaan proyek penciptaan karya ini ditujukan untuk mendongkrak tingkat *brand awareness* masyarakat terhadap produk inovasi Donatery melalui publikasi konten Reels Instagram. Proyek ini diharapkan dapat menjadi referensi konkret mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi pemasaran digital yang efektif bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pembahasan dalam laporan Tugas Akhir ini disusun secara sistematis ke dalam lima bab yang saling berkaitan. Penjabaran pada setiap bab dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, memaparkan latar belakang mengenai kondisi *brand awareness* Donatery yang masih rendah di kalangan target pasar potensial. Bab ini juga membahas rumusan masalah, tujuan, manfaat, serta luaran yang dicapai melalui pelaksanaan proyek pemasaran digital.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI, menyajikan kajian karya terdahulu beserta teori-teori relevan yang diaplikasikan sebagai landasan perancangan karya. Teori utama yang dibahas meliputi komunikasi pemasaran terpadu, tahapan *brand awareness*, pemasaran konten kreatif, serta prinsip videografi.

BAB III METODE PENCIPTAAN KARYA, menguraikan profil klien usaha, segmentasi target sasaran, konsep visual karya, serta tahapan proses produksi yang mencakup praproduksi, produksi, hingga pascaproduksi. Bab ini turut menjelaskan

linimasa pelaksanaan proyek, indikator kinerja utama, proyeksi keberlanjutan, dan rancangan anggaran biaya.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, menjelaskan hasil implementasi proyek mulai dari analisis tahap praproduksi, penataan lokasi, pengarahan *talent*, proses pengambilan gambar, hingga tahap pascaproduksi seperti penyuntingan dan publikasi konten Instagram Reels. Evaluasi pencapaian indikator kinerja, analisis dampak peningkatan tingkat *brand awareness* audiens, serta evaluasi hambatan produksi di lapangan dibahas secara mendalam pada bagian ini.

BAB V PENUTUP, menyajikan kesimpulan komprehensif dari keseluruhan tahap pelaksanaan proyek beserta saran konstruktif yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak mitra klien maupun peneliti pada masa mendatang.

Akhir kata, penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan Tugas Akhir ini masih memiliki berbagai ruang keterbatasan. Kritik dan saran yang membangun sangat dinantikan sebagai bahan evaluasi untuk perbaikan penciptaan karya selanjutnya. Penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat nyata bagi Donatery, Program Studi Informasi dan Humas, serta masyarakat luas.

Semarang, Agustus 2026

Kintaru Kenesia Elzara

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, kesehatan, serta kemudahan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "Produksi Konten Kreatif Reels di Instagram dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Donatery" dengan baik.

Dalam proses pelaksanaan *project* hingga penyusunan Tugas Akhir ini, penulis memperoleh banyak bantuan, dukungan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Pemilik mutlak seluruh zat dan alam semesta, yang menguasai, mengatur, dan berkuasa atas segala sesuatu, Allah SWT, atas segala rahmat, karunia, kesehatan, kemudahan, dan kekuatan yang senantiasa menyertai penulis dalam melewati setiap proses hingga akhirnya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik, terutama di saat-saat ketika proses ini terasa berat dan penulis mulai meragukan kemampuan diri sendiri.
2. Mbak Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, atas arahan, dukungan, serta kesempatan yang telah diberikan selama penulis menempuh pendidikan hingga sampai pada tahap akhir perjalanan perkuliahan ini.
3. Mbak Priskila Primaningrum Demmasapo, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mendampingi penulis sejak pelaksanaan project hingga penyusunan Tugas Akhir. Setiap arahan, masukan, revisi, dan dorongan yang diberikan menjadi bagian penting dalam proses penulis belajar untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai.

4. Ibu Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si. dan Mbak Tiara Pascanoviera Robaeni, S.Ikom., M.I.Kom., selaku dosen penguji, atas kritik, saran, dan masukan yang diberikan untuk membantu penulis melihat kembali kekurangan serta menyempurnakan Tugas Akhir ini.
5. Segenap civitas akademika Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, atas ilmu, pengalaman, dan wawasan yang telah diberikan selama masa perkuliahan. Empat tahun yang dijalani tidak hanya menjadi perjalanan untuk mendapatkan gelar, tetapi juga menjadi ruang bagi penulis untuk belajar, bertumbuh, dan mengumpulkan begitu banyak cerita.
6. Kak Muhammad Bintang Syahputra selaku pemilik UMKM Donatery dan segenap staff Donatery, yang telah memberikan kesempatan, kepercayaan, dan bantuan kepada penulis dalam pelaksanaan project Tugas Akhir. Kesempatan untuk terlibat langsung dalam proses project ini menjadi pengalaman berharga bagi penulis dalam menerapkan apa yang telah dipelajari selama perkuliahan.
7. Ibu Susanti Anomsari dan Ayah Elzar Sukendro, orang tua terkasih yang selalu menjadi tempat penulis kembali di tengah segala proses yang dijalani. Atas doa, kasih sayang, dukungan, pengorbanan, dan kepercayaan yang tidak pernah putus, bahkan ketika penulis sendiri sedang merasa lelah dan tidak yakin pada kemampuan diri. Di balik selesainya Tugas Akhir ini, ada begitu banyak perjuangan Ibu dan Ayah yang mungkin tidak selalu terlihat, tetapi selalu penulis rasakan.
8. Segenap keluarga besar Sugiarto dan Soetomo, yang selalu menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis melalui doa, perhatian, dukungan, dan kasih sayang yang diberikan. Kehadiran keluarga dalam berbagai fase kehidupan penulis menjadi pengingat bahwa di balik setiap langkah yang dijalani, selalu ada orang-orang yang ikut mendoakan dan menyertai dari dekat maupun jauh.
9. Mochammad Ikhsan Azhariansyah, partner yang hadir menemani penulis melewati panjangnya proses Tugas Akhir ini, menjadi tempat bertukar pikiran,

mendengarkan keluh kesah, berbagi cerita, membantu setiap perjalanannya, dan memberikan dukungan di tengah hari-hari yang melelahkan. Kehadiranmu menjadi salah satu bagian dari perjalanan ini yang akan selalu penulis ingat.

10. Anindya Dwi Hermando dan Jemmy Ariel Kirana Prasari, sahabat terdekat penulis sejak SMP, yang setelah sekian lama masih menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Atas segala cerita, tawa, dukungan, dan kebersamaan yang selalu menjadi pengingat bahwa di tengah banyaknya perubahan dalam hidup, masih ada orang-orang yang tetap hadir dan mengenal penulis sejak jauh sebelum sampai di titik ini.
11. Yolanda Friska Amanda Putri, Nabiila Rafa Marwanto, dan Regitha Nadya Intania, sahabat sekaligus teman seperjuangan selama masa perkuliahan yang telah menjadi bagian dari perjalanan penulis dan melewati begitu banyak cerita bersama. Atas kebersamaan, tawa, dukungan, serta berbagai fase yang telah dilalui bersama, baik dalam hari-hari yang menyenangkan maupun saat keadaan tidak selalu berjalan sesuai harapan. Kehadiran kalian menjadi salah satu bagian berharga dari perjalanan penulis yang akan selalu memiliki tempat tersendiri dalam cerita masa ini.
12. Hannah Zireh Hasiholan, sosok yang pernah menemani dan menjadi bagian penting dalam perjalanan kehidupan maupun akademik penulis. Meskipun setiap orang pada akhirnya memiliki jalan masing-masing, bagian dari perjalanan yang pernah dilewati bersama tetap menjadi sesuatu yang penulis hargai dan akan selalu memiliki tempat dalam cerita ini.
13. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang dalam bentuknya masing-masing telah memberikan bantuan, dukungan, doa, maupun kebaikan selama proses ini. Setiap hal yang diberikan, sekecil apa pun, menjadi bagian yang turut mengantarkan penulis hingga akhirnya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
14. Terakhir, diri sendiri, Kintaru Kenesia Elzara, yang telah berusaha, bertahan, dan memilih untuk terus berjalan meskipun perjalanan ini tidak selalu mudah.

Dari awal perkuliahan, berbagai project, jatuh bangun, hingga akhirnya sampai pada Tugas Akhir ini, banyak hal yang telah dilewati dan tidak semuanya berjalan sesuai rencana. Namun, pada akhirnya penulis berhasil sampai di sini. Terima kasih telah bertahan sejauh ini, telah menyelesaikan apa yang dimulai, dan telah memberikan yang terbaik dengan segala kemampuan yang dimiliki.

ABSTRAK

Donatery merupakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner berlokasi di kawasan Tembalang yang memproduksi kudapan *food hybrid* berkonsep donat mochi. Tingkat kesadaran merek (*brand awareness*) terhadap produk inovatif ini masih tergolong rendah di pasaran. Bukti empiris dari hasil kuesioner pendahuluan menunjukkan bahwa 80% responden sasaran belum menyadari eksistensi merek Donatery. Optimalisasi media promosi digital melalui platform Instagram menjadi solusi strategis untuk mengedukasi audiens baru secara efektif. Proyek penciptaan karya ini bertujuan memproduksi konten video promosi menggunakan fitur Instagram Reels guna mendongkrak *brand awareness* Donatery di Kota Semarang. Metode pelaksanaan proyek dirancang sistematis melalui tahapan praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Luaran akhir berupa sepuluh karya video vertikal yang diklasifikasikan ke dalam format dokumenter mini "After Shift" serta promosi estetis berbasis tren (*trend-based*). Sepuluh video tersebut didistribusikan secara konsisten melalui akun @donatery.id selama tujuh hari berturut-turut. Hasil evaluasi membuktikan pencapaian optimal, di mana sembilan konten sukses melampaui ambang batas 1.000 penayangan organik dengan rekor tertinggi 3.497 tayangan. Pengukuran kuesioner pascapublikasi turut mengonfirmasi bahwa 99,1% responden mampu mengenali eksistensi merek Donatery secara langsung. Keseluruhan data tersebut menegaskan bahwa produksi Instagram Reels terbukti efektif mengakselerasi *brand awareness* pada tahap pengenalan merek (*brand recognition*) di benak audiens.

Kata Kunci: *Brand Awareness*, Donat Mochi, Instagram Reels, Promosi Digital, UMKM.

ABSTRACT

Donatery is a culinary Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) located in the Tembalang area producing an innovative food hybrid snack of mochi donuts. The level of brand awareness for this innovative product remains relatively low in the market. Empirical evidence from a preliminary questionnaire indicates that 80% of target respondents were unaware of the Donatery brand's existence. Optimizing digital promotional media through the Instagram platform serves as a strategic solution to effectively educate new audiences. This creative project aims to produce promotional video content using the Instagram Reels feature to boost Donatery's brand awareness in Semarang City. The project implementation method was systematically designed through pre-production, production, and post-production stages. The final output consists of ten vertical video works classified into an "After Shift" mini-documentary format and a trend-based aesthetic promotion. These ten videos were consistently distributed through the @donatery.id account over seven consecutive days. Evaluation results proved optimal achievement, with nine contents successfully exceeding the 1,000 organic views threshold and reaching a record high of 3,497 views. Post-publication questionnaire measurements also confirmed that 99.1% of respondents could directly recognize the Donatery brand's existence. Overall data confirms that Instagram Reels production effectively accelerates brand awareness at the brand recognition stage in the audience's mind.

Keywords: *Brand Awareness, Digital Promotion, Instagram Reels, Mochi Donuts, MSME.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS ..... **ii**
HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
DAFTAR ISI ..... **xiv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvii**
DAFTAR TABEL ..... **xviii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xx**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Tujuan 7
1.4 Manfaat 7
1.5 Luaran 8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **9**
2.1 Kajian Karya Terdahulu 9
2.2 Kajian Pustaka 11
2.2.1 Public Relations 11
2.2.2 Marketing Public Relations 12
2.2.3 Brand Awareness 13
2.3 Content Marketing dan Konten Kreatif 14
2.3.1 Media Sosial 14
2.3.2 Instagram Reels 15
2.3.3 Videografi 15
2.3.4 Teknik Pengambilan Gambar, Video Editing, dan Audio 16
2.3.4.1 Teknik Pengambilan Gambar 16
2.3.4.2 Video Editing 17
2.3.4.3 *Micro-Documentary* (Storytelling Visual Pendek) 18
2.3.4.4 Konten Berbasis Tren (Trend-Based Content) 19
2.3.4.5 Elemen Audio 19
BAB III METODE PENCIPTAAN KARYA **21**
3.1 Klien Karya Bidang 21
3.2 Segmentasi dan Target Sasaran 21
3.2.1 Segmentasi Demografis 21
3.2.2 Segmentasi Geografis 22
3.2.3 Segmentasi Psikografis 22
3.3 Konsep Karya 23
3.4 Tahap Proses Produksi Video 27
3.4.1 Tahap Praproduksi 28
3.4.1.1 Brief Client 28

3.4.1.2 Pengumpulan Data 29
3.4.1.3 Pengembangan Ide/Konsep 30
3.4.2 Standard Sequence Guide.....31
3.4.2.1 Tabel Standard Sequence Guide.....31
3.4.2.1.1 Video 1 “After Shift Episode 1: “BehinDonatery: Awal Mula Donatery”” .32
3.4.2.1.2 Video 2 ”Tempat Yang Wajib Kamu Datengin (Tembalang Version)” 34
3.4.2.1.3 Video 3 “After Shift Episode 2: “Effort Di Balik Sekalii Gigitan Donatery”” 37
3.4.2.1.4 Video 4 ” Jajanan Enak Di Tembalang!” ..39
3.4.2.1.5 Video 5 “After Shift Episode 3” “Dua Rasa Yang Bikin Donatery Hidup”” 42
3.4.2.1.6 Video 6 “Teman Nugas Andalan Kamu Di Tembalang!” 44
3.4.2.1.7 Video 7 “After Shift Episode 4: Drama Dapur Donatery”” 46
3.4.2.1.8 Video 8 “Bingung Ngasih Apa Buat Temen Kamu? Donatery Aja!” 48
3.4.2.1.9 Video 9 “After Shift Episode 5: “Visi Donatery Selanjutnya”” 51
3.4.2.1.10 Video 10 “Capek Kuliah? Donatery Aja!”53
3.5 Tahap Produksi.....56
3.5.1 Pelaksanaan Produksi Video Konten 56
3.5.1.1 Produksi Video.....57
3.5.1.2 Produksi Audio.....57
3.6 Tahap Pascaproduksi 58
3.6.1 *Editing* (Penyuntingan).....58
3.6.2 *Mixing* (Pencampuran Audio).....58
3.6.3 Finishing dan Exporting 59
3.6.4 Timeline Publikasi 59
3.7 Tahap Evaluasi 65
3.8 Timeline Pelaksanaan.....66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....67
4.1 Gambaran Umum Permasalahan.....67
4.2 Analisis Tahap Pra Produksi.....68
4.2.1 Riset.....68
4.2.2 Pembentukan Tim Produksi.....69
4.2.3 Penentuan Lokasi dan Jadwal Produksi 70
4.2.4 Persiapan Properti.....70

4.3 Analisis Tahap Produksi 70
4.3.1 Standard Sequence Guide 70
4.3.2 Pengarahan Talent 81
4.3.3 Penataan Lokasi Produksi 82
4.3.4 Proses Pengambilan Gambar *(Shooting)* 82
4.4 Analisis Tahap Pasca Produksi 92
4.4.1 Proses Editing Video 92
4.4.2 Preview Video 95
4.4.3 Publikasi Video 95
4.4.4 Monitoring dan Evaluasi 97
4.4.4.1 Analisis Hasil Riset Pra-Project 97
4.4.4.2 Penetapan Indikator Kinerja Utama (KPI) 109
4.4.4.3 Analisis Keberhasilan Project 111
4.4.4.4 *Sustainability* (Keberlanjutan) 114
4.4.4.5 *Budgeting* (Anggaran Produksi) 115
4.5 Hambatan Produksi 116
4.5.1 Pra Produksi 116
4.5.2 Produksi 116
4.5.3 Pasca Produksi 117
BAB V PENUTUP 118
DAFTAR PUSTAKA 121
LAMPIRAN 124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram Donatery @donatery.id 2
Gambar 1.2 Data Media Sosial yang Paling Sering Digunakan 3
Gambar 1.3 Diagram Survei Pengetahuan Masyarakat Mengenai Donatery 4
Gambar 1.4 Data Media Sosial yang Paling Sering Digunakan 6
Gambar 4.1 Kuesinoer Pasca Proyek Pertanyaan 1 109
Gambar 4.2 Kuesinoer Pasca Proyek Pertanyaan 2 109
Gambar 4.3 Kuesinoer Pasca Proyek Pertanyaan 3 110

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Konsep Isi Karya 21
Tabel 3.2 *Standard Sequence Guide* Naskah 1 (Micro-documentary) 29
Tabel 3.3 *Standard Sequence Guide* Naskah 2 (Trend-based) 33
Tabel 3.4 *Standard Sequence Guide* Naskah 3 (Micro-documentary) 35
Tabel 3.5 *Standard Sequence Guide* Naskah 4 (Trend-based) 37
Tabel 3.6 *Standard Sequence Guide* Naskah 5 (Micro-documentary) 40
Tabel 3.7 *Standard Sequence Guide* Naskah 6 (Trend-based) 43
Tabel 3.8 *Standard Sequence Guide* Naskah 7 (Micro-documentary) 47
Tabel 3.9 *Standard Sequence Guide* Naskah 8 (Trend-based) 50
Tabel 3.10 *Standard Sequence Guide* Naskah 9 (Micro-documentary) 55
Tabel 3.11 *Standard Sequence Guide* Naskah 10 (Trend-based)..... 57
Tabel 3.12 Timeline Publikasi 65
Tabel 4.1 Pembagian Peran Tim Produksi..... 69
Tabel 4.2 Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide* 1..... 71
Tabel 4.3 Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide* 2..... 72
Tabel 4.4 Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide* 3..... 73
Tabel 4.5 Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide* 4..... 75
Tabel 4.6 Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide* 5..... 76
Tabel 4.7 Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide* 6..... 78
Tabel 4.8 Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide* 7..... 79
Tabel 4.9 Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide* 8..... 80
Tabel 4.10 Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide* 9..... 80
Tabel 4.11 Hasil Implementasi *Standard Sequence Guide* 10..... 81
Tabel 4.12 Proses Pengambilan Gambar 83
Tabel 4.13 Hasil Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide* 1..... 84
Tabel 4.14 Hasil Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide* 2..... 84
Tabel 4.15 Hasil Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide* 3..... 85
Tabel 4.16 Hasil Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide* 4..... 86
Tabel 4.17 Hasil Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide* 5..... 87
Tabel 4.18 Hasil Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide* 6..... 87

Tabel 4.19 Hasil Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide* 7..... 88
Tabel 4.20 Hasil Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide* 8..... 89
Tabel 4.21 Hasil Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide* 9..... 91
Tabel 4.22 Hasil Pengambilan Gambar *Standard Sequence Guide* 10..... 91
Tabel 4.23 Publikasi Video Konten 96
Tabel 4.24 Overview Hasil *Insight* Konten *Reels* Instagram Donatery..... 100
Tabel 4.25 Rekapitulasi Hasil *Insight* Konten *Reels* Instagram Donatery 106
Tabel 4.26 Indikator Kinerja Utama 110
Tabel 4.27 Analisis Keberhasilan Project..... 112
Tabel 4.28 Budgeting Produksi 115

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Permohonan Izin Pengambilan Data..... 132
Lampiran 2. Sertifikat HKI 133
Lampiran 3. Dokumentasi Pelaksanaan TA 134
Lampiran 4. BAST 135
Lampiran 5. Sertifikat TOEFL SEU Universitas Diponegoro 136
Lampiran 6. Surat Keterangan Bebas Plagiasi 137