



**PRODUKSI KONTEN VIDEO *REELS INSTAGRAM*
PADA AKUN @KUSUMAWEDDINGOFFICIAL
UNTUK Mendukung PEMASARAN DIGITAL
*KUSUMA WEDDING***

TUGAS AKHIR

Anissa Melianie Saputri

40020619650154

PROGRAM STUDI STr. INFORMASI DAN HUMAS

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2023



**PRODUKSI KONTEN VIDEO *REELS INSTAGRAM*
PADA AKUN @KUSUMAWEDDINGOFFICIAL
UNTUK Mendukung PEMASARAN DIGITAL
*KUSUMA WEDDING***

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Terapan Program Studi STr. Informasi dan Hubungan Masyarakat
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang

Oleh :

Anissa Melianie Saputri

40020619650154

PROGRAM STUDI STr. INFORMASI DAN HUMAS

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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 dalam Daftar Pustaka. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiasi/penjiplakan.

Nama : Anissa Melianie Saputri

NIM : 40020619650154

Tanda Tangan :



Tanggal : 06 Agustus 2023

HALAMAN PERSETUJUAN

LAPORAN TUGAS AKHIR

PRODUKSI KONTEN VIDEO REELS *INSTAGRAM* PADA AKUN @KUSUMAWEDDINGOFFICIAL UNTUK MENDUKUNG PEMASARAN DIGITAL KUSUMA WEDDING

Oleh,

Anissa Melianie Saputri

40020619650154

Semarang, 22 Agustus 2023

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing






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

HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir ini diajukan oleh :
Nama : Anissa Melianie Saputri
NIM : 40020619650154
Program Studi : S.Tr. Informasi dan Hubungan Masyarakat
Judul Tugas Akhir : Produksi Konten Video Reels *Instagram*
pada Akun @Kusumaweddingofficial
Untuk Mendukung Pemasaran Digital
Kusuma Wedding

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.

Pembimbing : Arifa Rachma F, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 199202122020122022
Penguji 1 : Dr. Dra. Liliek Budiastuti M.Si.
NIP. 196201311987032001
Penguji 2 : Yayuk Endang Irawati S.S., M.A.
NIP. 198502112019032009

()
()
()

Semarang, 22 Agustus 2023
Ketua Prodi Informasi dan Humas


Dra. Sri Indrahti, M. Hum
NIP. 196602151991032001

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta pertolongan-Nya kepada penulis, hingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini yang berjudul *Produksi Konten Video Reels Instagram pada Akun @Kusuma Weddingweddingofficial Untuk Mendukung Pemasaran Digital Kusuma Wedding* dengan lancar tanpa ada hambatan yang berarti.

Tak lupa, penulis juga berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi untuk membantu kelancaran dari project Tugas Akhir dan penulisan tugas akhir ini. Terutama kepada *owner* sekaligus CEO dari *Kusuma Wedding* yang sudah bersedia menjadi klien pada project Tugas Akhir ini sekaligus telah memberikan kesempatan dan kepercayaan kepada penulis untuk mengunggah konten video *reels* di instagram resmi *Kusuma Wedding*.

Pada tugas akhir ini membahas tentang tahapan persiapan/pra-produksi, proses produksi, dan pasca produksi konten video *reels* instagram sebanyak 10 video. Project Tugas Akhir ini diharapkan dapat mendukung pemasaran digital industri bisnis pernikahan *wedding organizer* dan *wedding planner Kusuma Wedding*. Selain itu, penulisan dan penyusunan tugas akhir ini menjadi persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan tingkat Sarjana Terapan pada Fakultas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro dan dimaksudkan untuk menambah wawasan serta pengetahuan pada bidang kehumasan. Pembahasan pada Tugas Akhir ini diuraikan menjadi lima BAB sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN. Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah dari project Tugas Akhir ini, yang mana *Kusuma Wedding* sebagai jasa yang menyediakan layanan *wedding organizer* dan *planner* aktif melakukan pemasaran secara digital terutama melalui media sosial instagram mereka. Namun, *engagement rate* mereka yang jauh dari angka ideal menjadi tantangan tersendiri untuk *Kusuma Wedding*. Oleh karena itu, dapat dirumuskan masalah bahwa *Kusuma Wedding* membutuhkan konten-konten video *reels* instagram sebanyak 10

konten video yang dapat menaikkan *engagement rate* mereka agar dapat meluaskan pasar secara digital. Pemilihan tema 10 konten video *reels* tersebut akan dilihat dari konten-konten *reels* instagram *Kusuma Wedding* terdahulu yang banyak diminati secara *views, likes, comment*.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA. Pada bab ini membahas mengenai kajian pustaka dari karya ilmiah terdahulu yang relevan dengan Tugas Akhir penulis.

BAB III METODE PELAKSANAAN. Pada bab ini berisikan penjelasan dari diagram alir project Tugas Akhir yang terdapat tiga tahap yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Selain itu, bab ini juga membahas rancangan karya bidang yang tertuang dalam *Standard Sequence Guide (SSG)*

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN. Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil analisis dan perubahan dari project Tugas Akhir yang sudah diproduksi oleh penulis yang disesuaikan dengan pembagian tugas.

BAB V PENUTUP. Pada bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran yang dituliskan oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan, oleh karena itu, penulis sangat terbuka untuk menerima saran dan juga kritik yang membangun. Penulis mengharapkan bahwa tugas akhir ini dapat berguna bagi penulis dan pada pihak-pihak yang berkepentingan.

Semarang, 6 Agustus 2023



Penulis

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ ۚ قَدِ احْتَمَمْتُ
عِيسَىٰ ۖ وَرَأَيْتُ عِيسَىٰ
سُورَةُ الْاِنشِرَاحِ ۙ

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. (QS. Al-Insyirah:5-6)”

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini penulis persembahkan pada:

- 1. Segenap civitas akademik Universitas Diponegoro dan para dosen yang saya hormati yang sudah memberikan tenaga dan juga pikirannya untuk mengarahkan dan membimbing saya hingga saya dapat menyelesaikan studi saya di Universitas Diponegoro*
- 2. Kedua orang tua saya yang saya sayangi dan cintai atas segala pengorbanan dan juga perjuangan untuk menyekolahkan saya sampai akhir dan mendapatkan gelar sarjana*
- 3. Kepada diri saya sendiri yang sudah melalui berbagai macam rintangan, berjuang, dan akhirnya sampai pada titik ini*

Anissa Melianie Saputri

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan kesehatan, rahmat, hidayah, dan pertolongan-Nya, hingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini yang berjudul *Produksi Konten Video Reels Instagram* pada Akun *@Kusuma Weddingweddingofficial* Untuk Mendukung Pemasaran Digital *Kusuma Wedding* dengan lancar tanpa ada hambatan yang berarti.

Pada penyusunan tugas akhir ini, penulis tidak lupa atas bantuan dan dukungan moril dari berbagai pihak, sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin berterima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Ibu Dra. Sri Indrahti, M.Hum selaku Ketua Program Studi S.Tr Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro
2. Mba Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen pembimbing penulis yang telah memberikan solusi, mengarahkan, dan membimbing penulis secara detail dan rinci dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Ibu Dr. Dra. Liliek Budiastuti M.Si. selaku dosen penguji sidang tugas akhir yang telah memberikan masukan dan juga semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
4. Mba Yayuk Endang Irawati S.S., M.A. selaku dosen penguji sidang tugas akhir yang telah memberikan masukan dan juga semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
5. A Endri selaku *owner* sekaligus CEO *Kusuma Wedding* yang dengan senang hati bersedia untuk menjadi klien project tugas akhir ini, telah memberikan arahan dan juga masukan kepada video-video yang penulis buat.

6. Seluruh crew tim *Kusuma Wedding* yang sudah memberikan bantuan dan bersedia diajak untuk bekerja sama menjadi talent pada project tugas akhir ini.
7. Tika Apriani Putri, Firyal Ghina Novalda, Kartika Justia Dwi Ningrum, Destri Nur Hasanah, dan Fidella Renanta yang sudah memberikan dukungan, semangat, dan doa kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Terutama kepada Ghina dan Destri yang sudah berkenan meminjamkan *handphone* untuk penulis mengambil gambar project tugas akhir ini.
8. Hafizhah Az'zahra dan Liza Aulia Muazzah yang telah menjadi sahabat dan keluarga bagi penulis. Terima kasih sudah mau mendengarkan segala lika liku dari penulis
9. Seluruh member paguyuban keluarga batur yang selalu menyemangati dan mensupport penulis di segala situasi dan kondisi.
10. Firli Bintang Arifin, Sinta Mutiara Waskita, Dinda Maharani yang sudah menghabiskan waktu perkuliahan bersama-sama dari semester awal hingga akhir dan sudah berkenan mengeluarkan tenaga untuk membantu penulis dalam segala urusan kuliah.
11. Mas Fitzgerald Aruna Gentalabara selaku partner dalam segala situasi dan kondisi yang telah memberikan dukungan moril dan materil yang tidak habis-habisnya. Penulis sangat berterima kasih atas kebaikan yang sudah dengan senang hati diberikan kepada penulis
12. Ibu Megawati dan Bapak Arifin Effendi, ayah ibu yang penulis sayangi dan cintai. Terima kasih atas segala usaha, tenaga, dan pikiran yang sudah dikerahkan untuk menyekolahkan penulis hingga penulis dapat menyelesaikan masa studi ini
13. Terakhir dan teramat penting, terima kasih kepada Anissa Melianie Saputri yang sudah selalu berjuang dari segala kondisi yang menyenangkan maupun menyakitkan.

Semarang, Agustus 2023

ABSTRAK

Industri bisnis pernikahan pada jasa wedding planner dan wedding organizer semakin diminati seiring dengan banyaknya peristiwa pernikahan yang terjadi di Indonesia. Kusuma Wedding sebagai layanan jasa WO dan WP senantiasa meningkatkan pemasaran digital mereka melalui media sosial instagram. Akan tetapi, engagement rate (ER) instagram yang jauh dari angka ideal, menjadi tantangan tersendiri bagi Kusuma Wedding dalam meluaskan pasar mereka secara digital. Oleh karena itu, dibutuhkan konten-konten di instagram resmi Kusuma Wedding untuk dapat meningkatkan engagement rate instagram Kusuma Wedding sekaligus mendukung pemasaran digital mereka. Project tugas akhir ini menggunakan metode yang melalui 3 tahap yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. hasil dari project tugas akhir ini adalah sepuluh konten video reels instagram dengan tema edukasi/hiburan dan testimoni. Pada project tugas akhir ini, setelah konten video reels berhasil diunggah sebanyak 9 konten, ER tidak ada kenaikan signifikan, namun Kusuma Wedding mendapatkan konten bervariasi sepanjang bulan Juli tahun 2023, mendapatkan engagement (views, likes, comment, dan share) video yang meningkat dibandingkan video-video sebelumnya sepanjang bulan Januari – Juni 2023. Peningkatan pengikut instagram sebanyak 85 pengikut, dan mendapatkan apresiasi dari Instagram yaitu creative streak, karena sudah mengunggah lebih dari 2 reels dalam 1 minggu. Melalui project konten video reels ini, ditemukanlah prime time publikasi konten (waktu terbaik dalam mengunggah konten) yang dapat dijadikan acuan untuk tim Kusuma Wedding.

Kata Kunci : Engagement Rate, Wedding Planner, Wedding Organizer, Industri Pernikahan, Pemasaran Digital

ABSTRACT

The wedding business industry in the realm of wedding planning and organizing services has experienced escalating demand, in parallel with the burgeoning number of wedding events transpiring in Indonesia. Kusuma Wedding, operating as a wedding organizing (WO) and wedding planning (WP) service, consistently augments their digital marketing endeavors through the Instagram social media platform. Nonetheless, the engagement rate (ER) on Instagram, significantly deviating from the ideal benchmark, has emerged as a distinct challenge for Kusuma Wedding in expanding their digital market presence. Consequently, the imperative of curating content on Kusuma Wedding's official Instagram account has arisen, with the aim of elevating the Instagram engagement rate for Kusuma Wedding, while concurrently bolstering their digital marketing pursuits. This culminating project employs a methodology encompassing three distinct phases: pre-production, production, and post-production. The resultant outcome of this final project comprises ten Instagram video reel contents, centered around educational/entertaining and testimonial themes. Within the scope of this final project, despite the successful upload of nine video reel contents, the engagement rate exhibited no statistically significant elevation. Nevertheless, Kusuma Wedding did amass a diversified portfolio of content over the course of July 2023, witnessed a surge in video engagement (views, likes, comments, and shares) compared to videos from January to June 2023, garnered an increase in Instagram followers by 85 individuals, and garnered acknowledgment from Instagram for a "creative streak," attributed to the upload of more than two reels in a single week. Through the implementation of this video reel content project, the prime time for content publication (optimal content release timing) was discerned, serving as a reference point for the Kusuma Wedding team.

Keywords: Engagement Rate, Wedding Planner, Wedding Organizer, Wedding Industry, Digital Marketing.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	viii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ix
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR ISTILAH	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xix
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan.....	9
1.4 Manfaat.....	9
1.5 Luaran.....	10
BAB II	11
2.1 Karya Ilmiah Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Pengertian Produksi Konten.....	12
2.2.2 Pengertian Video	12

2.2.3 Pengertian Instagram	15
2.2.4 Pengertian Instagram <i>Reels</i>	16
2.2.5 Pengertian Pemasaran Digital/Digital Marketing.....	18
2.2.6 Pengertian Engagement Rate.....	18
BAB III.....	19
METODE PELAKSANA	19
3.1 Klien Karya Bidang.....	19
3.1.2 Profile <i>Kusuma Wedding</i>	19
3.2 Diagram Alir Pembuatan.....	19
3.2.1 Pra-Produksi	20
3.2.2 Produksi.....	21
3.2.3 Pasca Produksi.....	21
3.3 Metode Pelaksanaan	21
3.4 Konsep Penciptaan Karya	22
3.5 Rancangan Karya	22
3.5.1 SSG 10 Konten Video Instagram <i>Reels Kusuma Wedding</i>	23
3.6 Tata Cara Pembuatan.....	42
3.7 Proses Pengujian.....	42
3.8 Timeline Pelaksanaan	42
3.9 Rancangan Anggaran Dana	43
3.10 Pembagian Tugas.....	44
BAB IV	46
HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Permasalahan	46
4.2 Proses Pembuatan Karya Bidang Sesuai Pembagian Tugas.....	47

4.2.1 Produser	47
4.2.2 Script Writer	48
4.2.3 Juru Kamera/Videographer	48
4.2.4 Editor	49
4.2.5 Art Director	49
4.2.6 Voice Over (VO)	50
4.3 Analisis Perubahan pada <i>Standard Sequence Guide</i> (SSG) dengan Hasil Video	50
4.3.1 Video Reels 1	51
4.3.2 Video Reels 2	55
4.3.3 Video Reels 3	57
4.3.4 Video Reels 4	60
4.3.5 Video Reels 5	63
4.3.6 Video Reels 6	65
4.3.7 Video Reels 7	67
4.3.8 Video Reels 8	70
4.3.9 Video Reels 9	71
4.3.10 Video Reels 10	74
4.4 Analisis Hasil Pengunggahan 10 Konten Video Reels	76
BAB V	82
PENUTUP	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	84
BIODATA MAHASISWA	88

LAMPIRAN.....	90
HASIL TURNITIN	95

DAFTAR ISTILAH

1. *Wedding Planner* : Pelaku usaha dibidang industri pernikahan dalam membantu calon pengantin untuk merencanakan dan mempersiapkan acara pernikahan mereka. Dimulai dari awal persiapan hingga acara pernikahan dilaksanakan.
2. *Wedding Organizer* : Pelaku usaha dibidang industri pernikahan dalam membantu calon pengantin pada saat hari acara pernikahan dilaksanakan.
3. *Engagement Rate* : Matrik dasar yang digunakan dalam pemasaran media sosial untuk mengukur kinerja sebuah konten pada platform media sosial atau web.
4. *Intimate Wedding* : pernikahan minimalis yang hanya mengundang orang-orang tertentu saja dengan jumlah tamu 100 sampai dengan 200 tamu.
5. *Asisten brides & grooms* : pendamping yang akan membantu mempelai perempuan (*brides*) dan mempelai pria (*grooms*) selama acara pernikahan berlangsung.
6. *Vendor* : perusahaan dalam bentuk barang atau jasa yang berperan sebagai pemasok/distributor.
7. *Venue* : Sebuah tempat untuk melaksanakan sebuah acara
8. *Make up Artist (MUA)* : profesi pekerjaan untuk merias wajah
9. *Prime Time* : Waktu terbaik dalam mengunggah sebuah konten

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil survey e-commerce 2021 (www.katadata.co.id)	2
Gambar 1. 2 Testimoni klien <i>Kusuma Wedding</i>	4
Gambar 1. 3 Testimoni klien <i>Kusuma Wedding</i>	4
Gambar 1. 4 Testimoni klien <i>Kusuma Wedding</i>	4
Gambar 1. 5 Highlight story instagram "Kata Pengantin"	5
Gambar 1. 6 Highlight story instagram "Dari Hati"	5
Gambar 1. 7 Engagement rate instagram <i>Kusuma Wedding</i> per-tanggal 12 Mei 2023 (analisa.io).....	7
Gambar 1. 9 Avarege Reach instagram reels	8
Gambar 1. 8 Data ER instagram	8
Gambar 3. 1 Diagram alir pembuatan konten	19
Gambar 4. 1 Caption video reels 1	54
Gambar 4. 2 Cover video reels 1	54
Gambar 4. 3 Opening awal video reels 1	54
Gambar 4. 4 Cover konten starter pack asisten brides	55
Gambar 4. 5 Testimoni klien.....	58
Gambar 4. 6 Cover video reels 4.....	60
Gambar 4. 7 Cover dan opening video reels 6	67
Gambar 4. 8 Vendor showcase.....	69
Gambar 4. 9 Cover dan awalan video reels 8.....	71
Gambar 4. 10 Cover video reels 9	74
Gambar 4. 11 Cover video reels 10.....	75
Gambar 4. 12 Jumlah pengikut <i>Kusuma Wedding</i> (7 Juli 2023).....	76
Gambar 4. 13 Jumlah pengikut <i>Kusuma Wedding</i> (6 Agustus 2023)	76
Gambar 4. 14 Creative strike akun instagram <i>Kusuma Wedding</i>	80

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 SSG Video Konten "Behind The Scenes"	23
Tabel 3. 2 SSG konten video "Tips ala <i>Kusuma Wedding</i> "	25
Tabel 3. 3 SSG konten video testimoni "Dari Hati"	27
Tabel 3. 4 SSG konten video "hal-hal ini yang dikasih <i>Kusuma Wedding</i> untuk kamu"	28
Tabel 3. 5 SSG konten video testimoni "Kata Pengantin"	30
Tabel 3. 6 SSG konten video "Vendor yang dibutuhkan buat acara nikahan impian kamu"	31
Tabel 3. 7 SSG konten video "With or Without bridesmaid?"	34
Tabel 3. 8 SSG konten video "Tips budget pernikahan ala <i>Kusuma Wedding</i> "	36
Tabel 3. 9 SSG konten video "Resepsi atau gengsi?"	38
Tabel 3. 10 SSG konten video "5 rekomendasi hiburan acara pernikahan"	40
Tabel 3. 11 Jangka waktu kerja atau timeline schedule	42
Tabel 3. 12 Rancangan anggaran dana produksi konten video	43
Tabel 3. 13 Pembagian tugas produksi konten.....	44
Tabel 4. 1 SSG final video reels 1.....	52
Tabel 4. 2 SSG final video reels 2.....	56
Tabel 4. 3 SSG final video reels 3.....	58
Tabel 4. 4 SSG final video reels 4.....	61
Tabel 4. 5 SSG final video reels 5.....	64
Tabel 4. 6 SSG perencanaan awal video reels 6	66
Tabel 4. 7 SSG final video reels 6.....	66
Tabel 4. 8 SSG final video reels 7.....	68
Tabel 4. 9 SSG perencanaan awal video reels 8	70
Tabel 4. 10 SSG final video reels 8.....	70
Tabel 4. 11 SSG final video reels 9.....	72
Tabel 4. 12 SSG perencanaan awal video reels 10	75
Tabel 4. 13 SSG final video reels 10.....	75
Tabel 4. 14 Tabel hasil konten video 10 reels instagram <i>Kusuma Wedding</i>	79