



UNIVERSITAS DIPONEGORO

**PRODUKSI VIDEO PROMOSI SEBAGAI UPAYA DALAM
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* MELALUI *PLATFORM*
TIKTOK PADA *E-COMMERCE ERASPACE.ID***

(PT ERAJAYA SWASEMBADA)

Tugas Akhir

Diajukan sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan

Pada Program Studi Sarjana Terapan (Str.)

Latifah Cholifatul Janah

40020619650129

SEKOLAH VOKASI

DEPARTEMEN INFORMASI DAN BUDAYA

PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN INFORMASI DAN HUMAS

SEMARANG

2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Latifah Cholifatul Janah

NIM : 40020619650129

Tanda Tangan :

Tanggal : 21 Agustus 2023

HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**PRODUKSI VIDEO PROMOSI SEBAGAI UPAYA DALAM MEMBANGUN
BRAND AWARENESS MELALUI *PLATFORM* TIKTOK PADA *E-COMMERCE*
ERASPACE.ID**

(PT ERAJAYA SWASEMBADA)

Oleh:

LATIFAH CHOLIFATUL JANAH

40020619650129

Semarang, 21 Agustus 2023

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

Agus Naryoso S.Sos, M.Si

197508312002121002

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :
Nama : Latifah Cholifatul Janah
NIM : 40020619650129
Departemen/Program Studi : Informasi dan Hubungan Masyarakat
SARJANA(S1)Judul Skripsi : Produksi Video Promosi Sebagai Upaya Dalam
Membangun Brand Awareness Melalui Platform
Tiktok Pada E-Commerce Eraspac (Pt Erajaya
Swasembada)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada program studi Sarjana, Departemen Informasi dan HUMAS Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro

TIM PENGUJI,

Pembimbing : Agus Naryoso S.Sos, M.Si ()
NIP : 197508312002121002

Penguji 1 : Drs. Joyo Nur Suryanto Gono MSi. ()
NIP : 196110261987021001

Penguji 2 : Mj Rizqon Hasani, S.Hum.M.I.Kom. ()
NIP : NIP H.7.199112102021081001

Semarang, 21 Agustus 2023

Ketua Program Studi
D4 Informasi dan Hubungan Masyarakat

Dra. Sri Indrahti, M.Hum.
NIP 196602151991032001

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Diponegoro, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Latifah Cholifatul Janah
NIM : 40020619650129
Program Studi : Informasi dan Hubungan Masyarakat
Departemen : Informasi dan Budaya
Fakultas : Sekolah Vokasi
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Diponegoro Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas laporan Tugas Akhir saya yang berjudul:

Produksi Video Promosi Sebagai Upaya Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Platform Tiktok Pada E-Commerce Eraspace (Pt Erajaya Swasembada)

Beserta perangkat yang ada(jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti/Noneksklusif ini Universitas Diponegoro berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasi Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang

Pada Tanggal : 21 Agustus 2023

Yang menyatakan

()

HALAMAN MOTTO

“kunci keberhasilan adalah konsistensi, seperti cerita sebuah batu yang dipahat 100 kali tapi tidak pecah, namun ketika pahatan yang ke-101 batu tersebut terbelah menjadi banyak kepingan, ini bukan tentang 1 pahatan yang ke 101 namun tentang semua proses yang dilalui”

Latifah Cholifatul Janah

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Produksi Video Promosi Sebagai Upaya Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Platform Tiktok Pada E-Commerce Eraspace” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S.Tr.S.I dari Program Studi D4 Informasi dan Hibingan Masyarakat di Universitas Diponegoro. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan motivasi dalam penyelesaian Tugas Akhir ini terutama orang tua saya dan juga sahabat sahabat yang mendukung saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir saya

Semarang, 21 Agustus 2023

Penulis

LEMBAR PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini dipersembahkan untuk Universitas Diponegoro, Sekolah Vokasi, S.Tr Informasi dan Hubungan Masyarakat, Bapak, Ibu, Kakak, Adik, Sahabat, dan juga Team Brand and User Acquisitions Eraspace

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya panjatkan puja dan puji syukur kepada Allah SWT atas berkat dan rahmatnya saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir saya yang berjudul “Produksi Video Promosi Sebagai Upaya Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Platform Tiktok Pada E-Commerce Eraspace (Pt Erajaya Swasembada)” serta sholawat serta salam untuk junjungan nabi Muhammad SAW. Pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT karena kuasanya saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dan telah memberi saya banyak kemudahan di setiap langkah dalam perjalanan hidup saya, Alhamdulillah.
2. Kedua orang tua saya Pak Din dan Bu Tri, yang telah memberikan support materil dan spirit secara penuh sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan saya dan mendapatkan gelar S.Tr.S.I
3. Dra. Sri Indrahti, M.Hum., selaku Ketua Program Studi S.Tr Informasi dan Hubungan Masyarakat, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro yang telah memberikan pengarahan untuk menyusun Laporan Tugas Akhir ini.
4. Agus Naryoso S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing dan Dosen Wali saya yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dan terimakasih atas bantuan yang telah diberikan selama menjalani masa studi
5. Drs. Joyo Nur Suryanto Gono MSi. selaku Dosen Penguji, yang memberikan saya masukan dan juga arahan sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini
6. MJ Rizqon Hasani, S.Hum., M.I.Kom., selaku dosen penguji, yang telah memberikan saran serta pengarahan terkait pelaksanaan dan evaluasi penulisan Tugas Akhir

7. Seluruh staff dosen Universitas Diponegoro, yang telah memberikan ilmu, masukan, ide, dan tenaga yang sangat berharga dalam proses pembelajaran yang dapat memberikan wawasan kepada penulis
8. Saudara saya, Kakak Imam, dan adik Andra yang menjadi semangat saya untuk menyelesaikan studi
9. Kakak saya Fatma, Santi, Defty yang selalu memberikan saya arahan dan motivasi untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini
10. Team Martech Erajaya Swasembada Tbk, dan Kemendikbud RI yang telah memberi saya kesempatan untuk bergabung dengan Erajaya dalam Program MSIB Batch 4 yang sekaligus menjadi klien dalam Tugas Akhir saya
11. Semua teman teman yang memberikan dukungan, semangat, motivasi untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir
12. Untuk diri saya sendiri Lala, terima kasih untuk setiap usaha yang telah dilakukan, terima kasih telah bertahan.

Penulis menyadari dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik maupun saran yang membantu untuk menjadi yang lebih baik di masa yang akan datang. Harapan penulis adalah semoga dapat menjadi manfaat serta memberikan motivasi bagi pembaca Tugas Akhir penulis

Semarang, 21 Agustus 2023

Latifah Cholifatul Janah

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
UCAPAN TERIMA KASIH	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Tema.....	1
1.2. Judul Karya.....	1
1.3. Latar Belakang	1
1.4. Rumusan Masalah	11
1.6. Signifikansi.....	11
1.6.1. Signifikansi Akademik.....	11
1.6.2. Signifikansi Praktis	11
1.7. Objek Karya Bidang.....	11
1.8. Profil Eraspac (PT Erajaya Swasembada)	11
BAB 2	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Kajian penelitian yang terdahulu.....	14
2.2. Landasan Konsep	15
2.2.1 Pengertian Hubungan Masyarakat	15
2.2.2 Tujuan Humas	16
2.2.3 Marketing Public Relations.....	16

2.2.4	Kegiatan Produksi Video	16
2.2.5	Penulisan naskah dan konsep video	17
2.2.6	Video Promosi.....	17
2.2.7	TikTok.....	18
2.2.8	Pembuatan Konten berdasarkan dengan teori AIDA	19
2.2.9	Manfaat TikTok bagi Eraspaceid	20
BAB 3	21
METODE PELAKSANAAN	21
3.1	Konsep karya bidang	21
3.2	Mekanisme konsep karya bidang	21
3.3	Gambaran Project Marketing Public Relations	22
3.5	Segmentasi.....	23
3.6	Standart Sequence Guide.....	23
BAB 4	37
HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1.	Analisis Masalah	37
4.2.	Tahap Produksi.....	37
4.2.1	Pra Produksi	37
4.2.2	Produksi	39
4.2.3	Pasca Produksi	48
4.3	Hasil Publikasi.....	52
BAB V	55
PENUTUP	55
5.1	Kesimpulan.....	55
5.2	Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	57
BIODATA MAHASISWA	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Gambar contoh content calendar project	38
Gambar 4.2	Gambar Konten USP Bebas Ongkir	39
Gambar 4.3	Gambar Konten Cicilan 0%	40
Gambar 4.4	Gambar Konten Vertical Brand	42
Gambar 4.5	gambar konten Promotion.....	43
Gambar 4.6	gambar konten fitur bandingkan di Eraspace	44
Gambar 4.7	Konsep USP Barang Retail Resmi	45
Gambar 4.8	Konsep USP Retail Resmi	46
Gambar 4.9	konten USP Poin Myeraspace	47
Gambar 4.10	USP Fitur ambil di Toko	48
Gambar 4.11	Konten USP Ambil di Toko	49
Gambar 4.12	Editing melalui aplikasi CapCut	51
Gambar 4.13	Drive File	52

ABSTRAK

TikTok adalah platform berbagi video pendek yang telah mencapai popularitas global dengan lebih dari jutaan pengguna aktif harian. *E-commerce* Eraspac, sebagai salah satu pemain di industri e-commerce, juga harus beradaptasi dengan tren ini untuk tetap bersaing dan memperluas jangkauan konsumen potensialnya

Tugas akhir ini bertujuan mengoptimalkan produksi konten video promosi dengan menghasilkan video promosi yang persuasif dalam penyampaiannya kepada audiens sebagai upaya meningkatkan brand awareness Eraspac.id

Namun, produksi video promosi di TikTok menimbulkan sejumlah tantangan yang perlu diatasi. Pertama, batasan waktu video yang singkat memerlukan kemampuan kreatif untuk menyampaikan pesan yang kuat dalam waktu yang terbatas. Kedua, persaingan di *platform* ini semakin ketat, memerlukan perusahaan untuk menghasilkan konten yang menarik dan persuasif. Ketiga, pemahaman yang mendalam tentang karakteristik demografis dan preferensi pengguna TikTok menjadi kunci untuk menghasilkan konten yang relevan

Tugas akhir ini juga mengusulkan panduan praktis bagi perusahaan dan merek yang ingin memanfaatkan TikTok sebagai alat untuk meningkatkan *brand awareness*. Panduan ini mencakup langkah-langkah mulai dari perencanaan konten hingga publikasi. Dengan mengikuti panduan ini, diharapkan perusahaan dapat menghasilkan konten yang persuasif, relevan.

Kata Kunci: TikTok, *brand awareness*, media sosial, video promosi,

ABSTRACT

TikTok is a short video sharing platform that has gained global popularity with millions of daily active users. E-commerce Eraspace, as a player in the e-commerce industry, also needs to adapt to this trend to remain competitive and expand its potential consumer reach.

This final project aims to optimize the production of promotional video content by creating persuasive promotional videos for delivery to the audience, as an effort to enhance brand awareness for Eraspace.id. However, effective promotional video production on TikTok presents several challenges that need to be overcome. First, the short video time limit requires creative abilities to deliver a strong message within a limited time frame. Second, competition on this platform is becoming tougher, requiring companies to generate engaging and persuasive content. Third, a deep understanding of the demographic characteristics and user preferences of TikTok is crucial for producing relevant content.

This final project also proposes practical guidelines for companies and brands looking to leverage TikTok as a tool to enhance brand awareness. These guidelines encompass steps ranging from content planning to publication. By following these guidelines, it is hoped that companies can produce persuasive and relevant content.

Keywords: TikTok, brand awareness, social media, promotional video