



UNIVERSITAS DIPONEGORO

**PRODUKSI VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DAN
MERCHANDISE KIT SEBAGAI SARANA PROMOSI KANAL
PENGADUAN DAN ASPIRASI SAPA MBAK ITA**

(POSISI KERJA: EDITOR DAN DESIGNER)

TUGAS AKHIR

Oleh:

MUHAMMAD HAINUR ROFIQI

40020619650005

PROGRAM STUDI S.Tr. INFORMASI DAN HUMAS

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2023



UNIVERSITAS DIPONEGORO

**PRODUKSI VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DAN
MERCHANDISE KIT SEBAGAI SARANA PROMOSI KANAL
PENGADUAN DAN ASPIRASI SAPA MBAK ITA**

(POSISI KERJA: EDITOR DAN DESIGNER)

TUGAS AKHIR

**“Diajukan untuk penyusunan Tugas Akhir pada Sarjana Terapan
Program Studi S.Tr. Informasi dan Hubungan Masyarakat”**

Oleh:

MUHAMMAD HAINUR ROFIQI

40020619650005

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

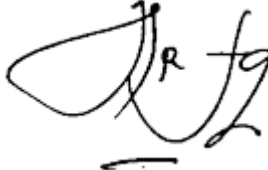
2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini Penulis menyatakan dengan sebenarnya bahwa Tugas Akhir ini disusun tanpa mengambil bahan hasil penelitian, baik untuk memperoleh suatu gelar sarjana yang sudah ada di Universitas lain maupun hasil penelitian lainnya. Penulis juga menyatakan bahwasannya 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 apabila terbukti melakukan plagiasi atau penjiplakan.

Nama : Muhammad Hainur Rofiqi

NIM : 40020619650005

Tanda Tangan : 

Tanggal : 30 Agustus 2023

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

PRODUKSI VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DAN MERCHANDISE KIT SEBAGAI SARANA PROMOSI KANAL PENGADUAN DAN ASPIRASI SAPA MBAK ITA

Oleh:

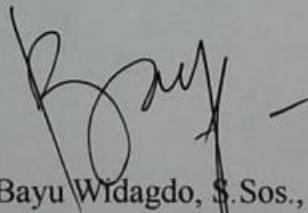
MUHAMMAD HAINUR ROFIQI

40020619650005

Semarang, 28 Agustus 2023

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



Muhammad Bayu Widagdo, S.Sos., M.I.Kom

NIP. 198002262014041001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

NAMA : Muhammad Hainur Rofiqi
NIM : 40020619650005
Program Studi/Konsentrasi : Informasi dan Hubungan Masyarakat
(Konsentrasi Humas)
Judul Tugas Akhir : Produksi Video Iklan Layanan Masyarakat dan
Merchandise Kit sebagai Sarana Promosi Kanal
Pengaduan dan Aspirasi SAPA MBAK ITA.

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 Hubungan Masyarakat, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro

TIM PENGUJI

Pembimbing : Muhammad Bayu Widagdo, S.Sos., M.I.Kom. ()
NIP. 198002262014041001
Penguji I : Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si. ()
NIP. 196201311987032001
Penguji II : Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom, M.I.Kom. ()
NIP. 199202122020122022

Semarang, 6 September 2023.

Ketua Program Studi S.Tr. Informasi dan Humas

Dra. Sri Indrahti, M.Hum.
NIP. 196602151991032001

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

NAMA : MUHAMMAD HAINUR ROFIQI
NIM : 40020619650005
PROGRAM STUDI : S.TR. 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 Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PRODUKSI VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DAN *MERCHANDISE KIT*
SEBAGAI SARANA PROMOSI KANAL PENGADUAN DAN ASPIRASI
SAPA MBAK ITA**

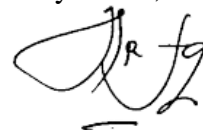
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Diponegoro berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang

Pada tanggal : 6 September 2023.

Yang Menyatakan,



Muhammad Hainur Rofiqi

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirmu, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu.”

– **Umar bin Khattab**

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini ku persembahkan bagi:

1. Allah SWT, Tuhan Semesta Alam, atas Rahmat dan Karunia-Nya saya dapat menyelesaikan pendidikan yang saya tempuh di Universitas Diponegoro dengan hasil terbaik.
2. Keluarga tercinta, Ibu, Bapak, dan Adik yang senantiasa mendoakan, mendukung, dan percaya akan ikhtiar saya dalam studi yang saya jalani meski raga tidak sedang berdampingan karena jarak yang terpaut cukup jauh.
3. Segenap civitas akademika Universitas Diponegoro, yang saya hormati dan banggakan, baik para tenaga didik dan kependidikan yang senantiasa membimbing dan membantu proses studi saya selama ini.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tahun ke tahun, bulan ke bulan, minggu ke minggu, hari ke hari, hingga akhirnya tiba saat ini, saat pekerjaan ini selesai. Entah berapa banyak emosi yang terbangun, berapa banyak kekecewaan yang terpendam, berapa banyak keprihatinan yang tersimpan, dan berapa banyak harapan yang tergenggam, mengiringi saat-saat penulisan Tugas Akhir saya ini. Puji Syukur kehadiran Allah SWT, Tugas Akhir yang berjudul “Produksi Video Iklan Layanan Masyarakat dan *Merchandise Kit* sebagai Sarana Promosi Kanal Pengaduan dan Aspirasi SAPA MBAK ITA” yang disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Informasi dan Hubungan Masyarakat ini dapat terselesaikan.

Dalam menyelesaikan penulisan dan penyusunan Tugas Akhir ini, saya telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan, bantuan, arahan, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Saya. Aku. Diriku. Muhammad Hainur Rofiqi. Terima kasih atas apa yang telah aku lakukan, aku bangga atas apa yang aku lakukan. Terima kasih untuk diriku sendiri yang sampai detik ini sudah kuat dan pantang menyerah dalam menghadapi semuanya. Terima kasih tetap menjadikan perasaan orang lain baik-baik saja disaat hatiku sendiri tidak. Terima kasih masih percaya akan diri sendiri disaat orang lain tidak. Semoga apa yang aku usahakan akan aku tuai dikemudian hari. Setiap kehidupan memang ada pasang dan surut. Tak apa pernah jatuh. Tak apa pernah gagal. Terpenting tetap semangat dan jangan pernah menyerah, hingga nanti waktunya tiba, aku berpulang. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih.
2. Orang yang paling ku cinta dan ku sayangi, Ibu Nur Midianti, S.Pd.I. dan Bapak Heru Sawitri, S.Ag., M.Pd.I. yang doanya senantiasa terpanjatkan meski raganya terhalang oleh jarak. Terima kasih atas apa yang telah diberikan baik moril maupun materil yang tak terhingga sampai akhir hayat Penulis. Menjadi penyemangat, sandaran terkuat dari kerasnya dunia, meskipun anak laki-lakimu ini tidak pernah bercerita tapi saya yakin kalian memahami dan mengerti. Yang tiada hentinya memberikan kasih dan sayang dengan penuh cinta. Semoga Allah SWT senantiasa melindungi dan memberkahi hidup Ibu dan Bapak di manapun dan kapanpun.
3. Adik-adik saya, Muhammad Haikal Royan yang saat ini sedang menjalankan studi sebagai mahasiswa di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta dan Balqis Zahratu Syifa yang saat ini sedang menempuh pendidikan sebagai siswi di Madrasah Negeri 6 Jakarta.

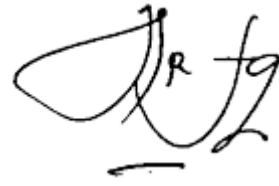
Semoga segala apa yang diharapkan dan diinginkan senantiasa dimudahkan dan dikabulkan oleh Allah SWT, Tuhan Penguasa Alam.

4. *Special person, who has always accompanied me from the start of entering this University even though maybe until now you still can't accept it. Thank you for accompanying both hard and happy. Thank you for the affection, love, attention, and enthusiasm you give, everything. Thanks Ms. Light.*
5. Muhammad Bayu Widagdo, S.Sos., M.I.Kom., Dosen Pembimbing saya yang senantiasa melapangkan hati dan pikirannya untuk terus memberikan masukan, motivasi, serta arahnya kepada saya dalam pembuatan Tugas Akhir ini.
6. Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si. dan Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom, M.I.Kom., Dosen Penguji saya yang telah meluangkan waktunya untuk menguji saya dan memberikan kepercayaan penuh untuk menjadikan saya sebagai Sarjana Terapan Informasi dan Hubungan Masyarakat.
7. Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian Kota Semarang. Terkhusus kepada Wulan Asih Setyarini, S.Sos., Sub. Koordinator Pengelolaan Aspirasi dan Informasi atau penanggung jawab dari kanal SAPA MBAK ITA. Terima kasih telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan penelitian dan ketersediaannya menjadi klien dalam penyusunan Tugas Akhir saya.
8. Nurul Farichah, selaku *partner* saya dalam pembuatan Tugas Akhir ini. Terima kasih telah berjuang bersama dalam menyelesaikan Tugas Akhir kita dengan segala keadaan yang mengiringi.
9. Teman-teman seperjuangan yakni Aufa Ghifari, Reza Pahlevi, Afif Hendar, dan Timotius Alfa yang telah membantu menjadi artis saya dalam pembuatan video, semoga kalian jadi aktor beneran.
10. Terakhir, kepada seluruh pihak yang telah membantu yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa terima kasih saya kepada kalian.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran Penulis terima dengan senang hati demi kesempurnaan Tugas Akhir Penulis. Namun demikian Penulis harap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan menginspirasi bagi teman-teman civitas akademika ataupun pihak lain yang berkepentingan.

Semarang, 30 Agustus 2023

Penulis,

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized cursive letters that appear to be 'Mr Rofiqi'.

Muhammad Hainur Rofiqi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Tugas Akhir yang berjudul Produksi Video Iklan Layanan Masyarakat dan *Merchandise Kit* sebagai Sarana Promosi Kanal Pengaduan dan Aspirasi SAPA MBAK ITA. Pada Tugas Akhir ini Penulis membahas mengenai produksi media *public relations* berupa 5 (lima) video iklan layanan masyarakat dan 5 (lima) *merchandise kit*, yakni *tote bag*, *tumbler*, *leaflet*, *handfan*, dan topi sebagai sarana promosi Kanal Pengaduan dan Aspirasi SAPA MBAK ITA dengan harapan masyarakat kota Semarang mengenal kanal milik Pemerintah tersebut terlebih menggunakannya.

Penyusunan Tugas Akhir ini merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan pendidikan tingkat Sarjana Terapan pada Fakultas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro, selain dimaksudkan untuk menambah wawasan khususnya pada bidang Kehumasan dalam lingkup produksi media *public relations* dan dapat menciptakan kerja sama yang saling menguntungkan di antara kedua belah pihak. Pembahasan dalam Tugas Akhir ini diuraikan dalam 5 (lima) BAB dengan rincian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN. Bab ini akan menjelaskan latar belakang permasalahan yang dimiliki oleh Kanal Pengaduan dan Aspirasi SAPA MBAK ITA adalah menurunnya tingkat *awareness* masyarakat kota Semarang terhadap sistem layanan publik, selain dikarenakan masuk ke dalam masa transisi dari LAPOR HENDI, selain itu juga LAPOR HENDI dalam keberjalanannya kurang optimal dari segi efektivitas, efisiensi, kecukupan, responsivitas, dan ketepatan, Penulis berharap dapat memperbaiki hal tersebut dengan menimbulkan kesan positif kepada masyarakat Kota Semarang melalui aplikasi terbaru yakni SAPA MBAK ITA melalui sarana atau media *public relations* yaitu 5 (lima) video iklan layanan masyarakat dan *merchandise kit*.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA. Bab ini membahas mengenai kajian penelitian terdahulu beserta teori-teori yang relevan dan berkaitan dengan penyusunan Tugas Akhir yang dilakukan oleh Penulis. Teori ini diambil dari berbagai sumber, mulai dari buku, jurnal, dan internet yang berkaitan dengan pembuatan produk akhir yang diproduksi oleh Penulis

BAB III METODE PENGKARYAAN. Bab ini menjelaskan tentang pembuatan karya bidang yang terdiri dari tiga tahap, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada bab ini juga dijelaskan mengenai rancangan anggaran, jadwal produksi, dan karya bidang yang akan diproduksi baik tertuang dalam *Standard Sequence Guide* (SSG) ataupun konsep *design*.

BAB IV PEMBAHASAN. Pada bab ini menjelaskan secara detail mengenai gambaran umum permasalahan dan proses pelaksanaan pembuatan karya bidang berupa 5 (lima) *Merchandise Kit* dan 5 (lima) video Iklan Layanan Masyarakat beserta detail pembagian tugas masing-masing individu hingga kendala dan solusi selama proses produksi karya bidang.

BAB V PENUTUP. Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil produksi serta saran terhadap penciptaan karya bidang yang telah diproduksi Penulis.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
UCAPAN TERIMAKASIH	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK	xix
ABSTRACT	xx
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan	13
1.4 Manfaat	13
1.5 Luaran	14
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Kajian Penulisan Terdahulu	16
2.2 <i>Government Public Relations</i>	17
2.3 <i>Produksi Media Public Relations</i>	17
2.4 Promosi	18
2.5 <i>Brand Awareness</i>	19
2.6 Video.....	20
2.7 Instagram.....	22
2.8 <i>Merchandise</i>	23

2.9	Desain Grafis	24
BAB III.....		26
METODE PENGKARYAAN		26
3.1	Konsep Penciptaan Karya	26
3.2	Rancangan Karya	30
3.3	Tata Cara Pembuatan	56
3.4	Tempat dan Waktu Pelaksanaan	58
3.5	Sumber Informasi Penciptaan Karya	58
3.6	<i>Timeline</i> Pelaksanaan.....	61
3.7	Rancangan Anggaran	62
3.8	Pembagian Tugas	63
BAB IV.....		65
PEMBAHASAN		65
4.1	Gambaran Umum Permasalahan.....	65
4.2	Proses Pembuatan Karya Bidang	66
4.3	Analisis Produksi <i>Output Merchandise Kit</i> dan Video Iklan Layanan Masyarakat ..	76
4.4	Analisis Hasil Pengunggahan Video Iklan Layanan Masyarakat	96
4.5	Analisis Hasil Pembuatan <i>Merchandise Kit</i>	97
4.6	Kendala Proses Produksi dan Solusinya	98
BAB V		99
PENUTUP.....		99
5.1	Kesimpulan	99
5.2	Saran	99
DAFTAR PUSTAKA.....		101

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. ILM 1 “Mancing Eps. 1”	35
Tabel 3.2. ILM 2 “Mancing Eps. 2”	39
Tabel 3.3. ILM 3 “Bubar Sholat Jamaah”	44
Tabel 3.4. ILM 4 “Resik-Resik”	48
Tabel 3.5. ILM 5 “COD”	52
Tabel 3.6. Daftar Pertanyaan Kuesioner 1	59
Tabel 3.7. Daftar Pertanyaan Kuesioner 2	60
Tabel 3.8. Daftar Pertanyaan Wawancara.....	60
Tabel 3.9. <i>Timeline</i> Pelaksanaan.....	62
Tabel 3.10. Rancangan Anggaran Video Iklan Layanan Masyarakat	62
Tabel 3.11. Rancangan Anggaran Merchandise	63
Tabel 3.12. Pembagian Tugas	64
Tabel 4.1. Perubahan Peralatan Produksi	66
Tabel 4.2. Analisis Hasil Produksi ILM 1	86
Tabel 4.3. Analisis Hasil Produksi ILM 2	89
Tabel 4.4. Analisis Hasil Produksi ILM 3	91
Tabel 4.5. Analisis Hasil Produksi ILM 4	93
Tabel 4.6. Analisis Hasil Produksi ILM 5	94
Tabel 4.7. Analisis Hasil Pengunggahan Video ILM	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Gabungan LAPOR HENDI dengan SAPA MBACK ITA 1.....	3
Gambar 1.2. Data Gabungan LAPOR HENDI dengan SAPA MBACK ITA 2.....	4
Gambar 1.3. Data Masyarakat yang Mengetahui SMI	5
Gambar 1.4. Data Perbedaan LAPOR HENDI dan SMI.....	6
Gambar 1.5. Data Sumber Informasi Masyarakat akan SMI.....	6
Gambar 1.6. Data Visualisasi Konten yang Diinginkan	7
Gambar 1.7. Data Media Promosi yang Efektif.....	8
Gambar 1.8. Data akan Kanal Publik Berbasis Digital.....	8
Gambar 1.9. Data Pengetahuan Masyarakat akan Kanal Pemerintah.....	9
Gambar 1.10. Data Pengetahuan akan Kanal Pemerintah	9
Gambar 1.11. Data SMI adalah Kanal Pemerintah.....	10
Gambar 1.12. Data Penyebab Ketidaktahuan Masyarakat akan SMI.....	10
Gambar 1.13. Data Alasan Masyarakat Belum Pernah Melapor atau Menyampaikan Aspirasi.....	11
Gambar 1.14. Data Keinginan Masyarakat untuk Promosi SMI	11
Gambar 1.15. Data Media Sosial yang Sering Diakses	12
Gambar 3.1. Proses Pembuatan Logo Campaign.....	27
Gambar 3.2. Konsep <i>Psychedelic</i>	28
Gambar 3.3. Tahap Awal Logo Campaign	28
Gambar 3.4. Logo dan Pattern Fix.....	29
Gambar 3.5. <i>Design Concept Merchandise Tote Bag</i>	53
Gambar 3.6. <i>Design Concept Merchandise Tumbler</i>	53
Gambar 3.7. <i>Design Concept Merchandise Leaflet</i>	54
Gambar 3.8. <i>Design Concept Handfan (Kipas Tangan)</i>	55
Gambar 3.9. <i>Design Concept Topi</i>	55
Gambar 4.1. Berkoordinasi dengan pihak DISKOMINFO	67
Gambar 4.2. Menghubungi Talent	67
Gambar 4.3. Mengurus Perizinan Pelaksanaan Tugas Akhir	68
Gambar 4.4. Penyerahan Merchandise Kepada Klien	68
Gambar 4.5. Pengunggahan Video ILM oleh Klien	68
Gambar 4.6. Penyewaan dan Pembelian Alat Produksi.....	69
Gambar 4.7. Mengatur dan Mengoperasikan Alat Produksi.....	70
Gambar 4.8. Teknik Pengambilan Video.....	70
Gambar 4.9. Pemilihan Set Lokasi 1	71
Gambar 4.10. Pemilihan Set Lokasi 2	71
Gambar 4.11. <i>Software Capcut Desktop Version</i>	72
Gambar 4.12. Melakukan Proses <i>Editing</i>	72
Gambar 4.13. Melakukan <i>HSL Adjustment</i>	73
Gambar 4.14. Melakukan <i>Proses Noise Redution</i> pada Audio di Adobe Audition.....	73
Gambar 4.15. Menambahkan <i>Backsound</i> yang Sesuai	73
Gambar 4.16. <i>Software Adobe Photoshop 2022</i>	74

Gambar 4.17. Membentuk <i>Psychedelic Pattern</i> dengan <i>Liquify Tools</i>	75
Gambar 4.18. Menambahkan <i>Campaign Logo</i>	75
Gambar 4.19. Memasukkan <i>Design Leaflet</i> ke dalam <i>Mockup</i>	75
Gambar 4.20. Memasukkan <i>Design Topi</i> ke dalam <i>Mockup</i>	76
Gambar 4.21. <i>Design Awal Merchandise Kit Tote Bag</i>	76
Gambar 4.22. <i>Redesign Psychedelic Pattern Tote Bag</i>	77
Gambar 4.23. <i>Design dan Mockup Fix Merchandise Kit Tote Bag</i>	78
Gambar 4.24. Hasil <i>Merchandise Kit Tote Bag</i>	78
Gambar 4.25. <i>Design Awal Merchandise Kit Tumbler</i>	79
Gambar 4.26. <i>Redesign Psychedelic Pattern Tumbler</i>	79
Gambar 4.27. <i>Design dan Mockup Fix Merchandise Kit Tumbler</i>	80
Gambar 4.28. Hasil <i>Merchandise Kit Tumbler</i>	80
Gambar 4.29. <i>Design Awal Merchandise Kit Leaflet</i>	81
Gambar 4.30. <i>Design dan Mockup Fix Merchandise Kit Leaflet</i>	82
Gambar 4.31. Hasil <i>Merchandise Kit Leaflet</i>	83
Gambar 4.32. <i>Design Awal Merchandise Kit Handfan</i>	83
Gambar 4.33. Hasil <i>Merchandise Kit Handfan</i>	84
Gambar 4.34. <i>Design dan Mockup Fix Merchandise Kit Topi</i>	84
Gambar 4.35. Hasil <i>Merchandise Kit Topi</i>	85
Gambar 4.36. <i>HSL Adjustment Video ILM 1</i>	87
Gambar 4.37. <i>Noise Reduction Video ILM 1</i>	87
Gambar 4.38. <i>HSL Adjustment Video ILM 2</i>	89
Gambar 4.39. <i>Noise Reduction Video ILM 2</i>	89
Gambar 4.40. <i>HSL Adjustment Video ILM 3</i>	91
Gambar 4.41. <i>Noise Reduction Video ILM 3</i>	92
Gambar 4.42. <i>HSL Adjustment Video ILM 4</i>	93
Gambar 4.43. <i>Noise Reduction Video ILM 4</i>	93
Gambar 4.44. <i>HSL Adjustment Video ILM 5</i>	95
Gambar 4.45. <i>Noise Reduction Video ILM 5</i>	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Penelitian	105
Lampiran 2 Dokumentasi Pra Produksi	106
Lampiran 3 Dokumentasi Produksi	107
Lampiran 4 Dokumentasi Pasca Produksi	108
Lampiran 5 Hasil Turnitin	113

ABSTRAK

Pelayanan publik merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pemerintah dalam melayani masyarakat (*Government to Citizen*) dengan menyesuaikan perkembangan zaman yang berbasis digital maka informasi dan pelayanan yang dilakukan oleh pemerintah tidak lagi harus mendatangi secara fisik ke kantor pemerintahan, dengan itu dibutuhkannya kanal atau aplikasi layanan publik untuk masyarakat dalam hal ini di kota Semarang. Pemanfaatan *Government to Citizen* (G2C) melalui *e-Government* di kota Semarang adalah dengan adanya aplikasi SAPA MBAK ITA. SAPA MBAK ITA merupakan Kanal Pengaduan dan Aspirasi yang dimiliki oleh Pemerintah Kota Semarang yang diresmikan pada tanggal 17 Desember 2022 menggantikan LAPOR HENDI. Berdasarkan data pada bulan Desember 2022 terdapat jumlah laporan yang menunjukkan angka di bawah rata-rata jika disesuaikan dengan jumlah laporan tahunan pada 2022 dikarenakan hal tersebut akibat dari masyarakat yang belum mengetahui keberadaan Kanal SAPA MBAK ITA, sehingga penurunan data laporan ini bukan menjadi hal positif seperti berkurangnya laporan masyarakat kepada pemerintah, melainkan belum mengenalnya masyarakat akan keberadaan kanal lapor pengganti LAPOR HENDI yakni SAPA MBAK ITA. Dapat disimpulkan bahwasannya masyarakat kota Semarang belum mengetahui akan kanal SAPA MBAK ITA maka penulis melakukan *project* Tugas Akhir ini untuk memperkenalkan atau mempromosikan SAPA MBAK ITA kepada masyarakat kota Semarang sehingga masyarakat dapat kembali melaporkan aduannya atau menyampaikan aspirasinya kepada pemerintah. Selain itu juga berdasarkan kajian penulisan terdahulu menunjukkan bahwasannya LAPOR HENDI berjalan kurang optimal sehingga diperlukan perbaikan dan pengembangan lebih lanjut agar dapat memberikan hasil yang lebih maksimal sesuai yang ditargetkan sehingga menimbulkan citra positif kepada masyarakat Kota Semarang melalui aplikasi terbaru yakni SAPA MBAK ITA melalui video iklan layanan masyarakat dan *merchandise kit* sarana promosi. Penyusunan Tugas Akhir ini menggunakan metode pengkayaan kualitatif dengan tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Hasil penyusunan Tugas Akhir berupa lima video iklan layanan masyarakat dan lima *merchandise kit*.

Kata Kunci: Pelayanan Publik, *Government to Citizen* (G2C), SAPA MBAK ITA, Sarana Promosi.

ABSTRACT

Public service is one of the efforts that can be made by the government to serve the community (Government to Citizen) by adapting to developments in the digital-based era so that information and services provided by the government no longer require physical visits to government offices, with this the need for channels or applications public services for the community in this case in the city of Semarang. The use of Government to Citizen (G2C) through e-Government in the city of Semarang is with the SAPA MBAK ITA application. SAPA MBAK ITA is a Complaints and Aspirations Channel owned by the Semarang City Government which was inaugurated on December 17 2022 replacing LAPOR HENDI. Based on data in December 2022, there are a number of reports that show figures below the average if adjusted to the number of annual reports in 2022 because this is the result of the public not knowing about the existence of the SAPA MBAK ITA Channel, so the decrease in report data is not a positive thing as There is a reduction in public reports to the government, but the public is not yet aware of the existence of a replacement reporting channel for LAPOR HENDI, namely SAPA MBAK ITA. It can be concluded that the people of Semarang city do not yet know about the SAPA MBAK ITA channel, so the author is carrying out this final project to introduce or promote SAPA MBAK ITA to the people of Semarang city so that people can report their complaints or express their aspirations to the government. Apart from that, based on previous written studies, it shows that LAPOR HENDI is running less than optimally, so further improvements and development are needed in order to provide maximum results according to targets, thereby creating a positive image for the people of Semarang City through the latest application, namely SAPA MBAK ITA through service advertising videos. community and promotional merchandise kits. The preparation of this Final Project uses a qualitative work method with pre-production, production and post-production stages. The results of the final assignment are five public service advertisement videos and five merchandise kits.

Keywords: Public Service, Government to Citizen (G2C), SAPA MBAK ITA, Promotional Facilities.