



**PRODUKSI VIDEO TIKTOK
SEBAGAI LANGKAH MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS LAYANAN KONSULTASI ONLINE
SISTEM INFORMASI PUSAT PEMBELAJARAN KELUARGA
KOTA SEMARANG**

TUGAS AKHIR

Oleh:

Bunga Avani Melani Putri

40020620650047

**PROGRAM STUDI
INFORMASI DAN HUBUNGAN MASYARAKAT
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2024**



**PRODUKSI VIDEO TIKTOK
SEBAGAI LANGKAH MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS LAYANAN KONSULTASI ONLINE
SISTEM INFORMASI PUSAT PEMBELAJARAN KELUARGA
KOTA SEMARANG**

TUGAS AKHIR

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

Oleh:

Bunga Avani Melani Putri

40020620650047

**PROGRAM STUDI
INFORMASI DAN HUBUNGAN MASYARAKAT
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2024

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 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 atau penjiplakan.

Nama : Bunga Avani Melani Putri

NIM : 40020620650047

Tanda Tangan:



Tanggal : 20 Juni 2024

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**PRODUKSI VIDEO TIKTOK SEBAGAI LANGKAH MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS LAYANAN KONSULTASI ONLINE SISTEM
INFORMASI PUSAT PEMBELAJARAN KELUARGA KOTA SEMARANG**

Oleh:

Bunga Avani Melani Putri

40020620650047

Semarang, 20 Juni 2024

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing

Drs. Joyo Nur Suryanto Gono, M.Si.




NIP. 196110261987021001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Bunga Avani Melani Putri
NIM : 40020620650047
Program Studi : Informasi dan Hubungan Masyarakat
Judul Tugas Akhir : Produksi Video Tiktok Sebagai Langkah
Meningkatkan *Brand Awareness* Layanan
Konsultasi Online Sistem Informasi
Pusat Pembelajaran Keluarga Kota Semarang

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Terapan (STr.) pada Program Studi Informasi dan Humas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Pembimbing : Drs. Joyo Nur Suryanto Gono, M.Si. ()
NIP. 196110261987021001
Penguji 1 : Agus Naryoso, S.Sos., M.Si. ()
NIP. 197508312002121002
Penguji 2 : Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si. ()
NIP. 196201311987032001

Semarang, 08 Juli 2024

Ketua Prodi Informasi dan Humas



Dra. Sri Indrahti, M. Hum

NIP. 196602151991032001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Tetaplah berusaha! Namun, perlu sadar akan kapasitas diri.
Karena Tuhan tau apa yang lebih berarti”

PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri, orang tua, keluarga, para sahabat dan orang tersayang, serta Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, dan Pusat Pembelajaran Keluarga (PUSPAGA) Kota Semarang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada saat penyusunan tugas akhir ini, penulis merasakan tidak ada sebuah hambatan yang berarti karena tidak lepas dari faktor bimbingan dan arahan dari berbagai pihak sehingga penyusunan dapat berjalan dengan baik. Oleh karena itu, penulis dengan sangat tulus ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua dan adik-adik penulis yang akan selalu mendukung dan mendoakan penulis selama masa perkuliahan di Universitas Diponegoro yang sudah melewati banyak tahap.
2. Prof. Dr. Ir. Budiyono, M.Si., selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, telah memberikan izin bagi penulis untuk dapat melakukan pengambilan data sebagai langkah identifikasi masalah di Pusat Pembelajaran Keluarga Kota Semarang.
3. Dra. Sri Indrahti, M.Hum., selaku Ketua Program Studi S.Tr Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan pengarahan dalam penyusunan tugas akhir ini.
4. Drs. Juyo Nur Suryanto Gono M.Si., selaku Dosen Pembimbing penulis yang selalu memberikan tanggapan dan masukan, serta motivasi untuk penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Dosen Wali yang telah memberikan semangat dan motivasi selama masa studi hingga pada tahap ini.
6. Mas Agus Naryoso S.Sos, M.Si., dan Ibu Dr. Dra Liliek Budiastuti M.Si., yang telah meluangkan waktu dan bersedia untuk menjadi dosen penguji penulis pada seminar proposal dan sidang tugas akhir.
7. Ibu Rustiyanah Rachman, selaku koordinator Pusat Pembelajaran Keluarga (PUSPAGA) Kota Semarang yang sudah bersedia diajak bekerja sama dalam *project* ini dan telah memberikan izin untuk melaksanakan pengambilan data dukung.

8. Para teman SMA penulis yang tergabung dalam nama lucu yakni *Hits People*, sahabat, serta para teman kuliah yang selalu memberikan dukungan, motivasi, serta apresiasi dalam melaksanakan dan menuliskan tugas akhir ini.
9. Seluruh Pihak yang sudah memberikan penulis motivasi dan membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan dan penulisan tugas akhir ini masih terdapat kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan, kemampuan, dan pengetahuan yang penulis miliki. Sehingga, penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun untuk kebaikan bersama. Semoga penulisan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan sebagai langkah awal untuk mewujudkan tujuan bersama.

Semarang, 20 Juni 2024

Penulis,



Bunga Avani Melani Putri

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang dipergunakan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.

Project tugas akhir ini berjudul “Produksi Video Tiktok Sebagai Langkah Meningkatkan *Brand Awareness* Layanan Konsultasi Online Sistem Informasi Pusat Pembelajaran Keluarga Kota Semarang”. *Project* ini didasari sebagai bentuk kontribusi langsung penulis untuk mengembangkan layanan konsultasi online SIPUSPAGA. Media sosial, TikTok, dianggap sebagai media yang efektif dalam memasarkan dan mengenalkan produk kepada masyarakat luas. Sehingga, bersama dengan *project* ini diharapkan dapat mengenalkan kepada masyarakat tentang apa itu SIPUSPAGA. Tidak hanya meningkatkan kesadaran masyarakat, mengubah perilaku masyarakat untuk dapat berkonsultasi secara online melalui SIPUSPAGA termasuk tujuan dari *project* ini. Adapun, penyusunan dari pembahasan *project* ini yang terdiri dari lima bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN: Diawali dengan bab yang membahas tentang latar belakang masalah yakni angka pengguna layanan konsultasi online Sistem Informasi Pusat Pembelajaran Keluarga (SIPUSPAGA) yang fluktuatif. Berdasarkan hasil survei diketahui bahwa masyarakat Kota Semarang sudah mengetahui tentang Pusat Pembelajaran Keluarga (PUSPAGA) namun tidak mengetahui tentang layanan konsultasi online yang dihadirkan. Oleh karena itu, dibutuhkan instrumen pendukung untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Kota Semarang.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA: Pada bab ini berisi tentang kajian pustaka terdahulu yang relevan sebagai acuan dalam merencanakan konsep Video Konten yang akan diproduksi. Dilanjutkan dengan berbagai teori sebagai landasan untuk menguatkan penulisan tugas akhir ini.

BAB III METODE PELAKSANAAN: Membahas tentang bagaimana metode pelaksanaan yang digunakan dalam *project* tugas akhir ini yang terbagi dalam tahapan praproduksi, proses produksi, dan pascaproduksi. Selain itu, menjelaskan tentang rancangan anggaran, linimasa produksi, dan rancangan karya bidang yang tertuang dalam *Standart Sequence Guide* (SSG).

BAB IV PEMBAHASAN: Pada bab ini berisi tentang laporan *project* yang meninjau kesesuaian antara rencana dengan realita yang terjadi di lapangan ketika proses produksi, termasuk penjelasan hambatan yang dilalui dan solusi yang dilakukan.

BAB V PENUTUP: Bab terakhir ini membahas tentang bagaimana kesimpulan dari hasil produksi dan saran yang tepat untuk penciptaan karya bidang yang telah dihasilkan oleh penulis merujuk pada Sistem Informasi Pusat Pembelajaran Keluarga (SIPUSPAGA).

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan.....	10
1.4 Manfaat.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.5 Luaran.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Karya Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 <i>Digital Public Relations</i>	15
2.2.2 <i>Government Public Relations</i>	16
2.2.3 <i>Brand Awareness</i>	16
2.2.4 <i>Content Marketing</i>	17
2.2.5 TikTok	18
2.2.6 Teknik Pengambilan Gambar.....	19
2.2.7 <i>Editing Video</i>	24
BAB III METODE PELAKSANAAN	25
3.1 Konsep Penciptaan Karya.....	25

3.1.1	Klien Karya Bidang.....	25
3.1.2	Profile PUSPAGA Kota Semarang	25
3.1.3	Segmentasi / Target Sasaran.....	25
3.1.4	Konsep Karya.....	26
3.2	Metode Pelaksanaan	29
3.2.1	Tahap Praproduksi.....	29
3.2.2	Tahap Produksi.....	30
3.2.3	Tahap Pascaproduksi	30
3.2.4	Tahap Evaluasi	30
3.3	Rancangan Karya Bidang	31
3.3.1	<i>Standart Sequence Guide</i> Video Konten 1	31
3.3.2	<i>Standart Sequence Guide</i> Video Konten 2.....	40
3.3.3	<i>Standart Sequence Guide</i> Video Konten 3	47
3.3.4	<i>Standart Sequence Guide</i> Video Konten 4.....	51
3.3.5	<i>Standart Sequence Guide</i> Video Konten 5.....	56
3.4	Tutorial Penggunaan.....	61
3.5	Tata Cara Pembuatan.....	62
3.5.1	Praproduksi	62
3.5.2	Produksi	64
3.5.3	Pascaproduksi.....	65
3.5.4	Tempat dan Waktu Pelaksanaan	66
3.5.5	Sumber dan Informasi Penulisan	66
3.6	Proses Pengujian yang Dilakukan	66
3.7	<i>Timeline</i> Pelaksanaan	67
3.8	Rancangan Anggaran Dana	68
3.9	Tim Produksi	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		70
4.1	Gambaran Umum Permasalahan	70
4.2	Analisis Hasil Tahap Praproduksi.....	71
4.2.1	Video Konten 1	71
4.2.2	Video Konten 2	73
4.2.3	Video Konten 3	74
4.2.4	Video TikTok 4.....	76
4.2.5	Video TikTok 5.....	77

4.3	Analisis Hasil Tahap Produksi.....	78
4.4	Analisis Hasil Tahap Pascaproduksi.....	80
4.4.1	Editing.....	80
4.4.2	Anggaran dan Fasilitas Pascaproduksi.....	81
4.4.3	Ulasan Klien Terhadap Hasil Produksi	82
4.5	Analisis Hasil Tahap Evaluasi	83
4.5.1	Perencanaan Evaluasi.....	83
4.5.2	Pengumpulan Data	83
4.5.3	Analisis Data	92
4.5.4	Penilaian.....	96
4.5.5	Rekomendasi dan Tindak Lanjut.....	97
4.6	Hambatan Proses Produksi	98
4.6.1	Praproduksi	98
4.6.2	Produksi	98
4.6.3	Pascaproduksi.....	99
BAB V PENUTUP		101
5.1	Kesimpulan.....	101
5.2	Saran.....	102
5.2.1	Bagi Pusat Pembelajaran Keluarga Kota Semarang	102
5.2.2	Bagi Penulis Selanjutnya	102
DAFTAR PUSTAKA		103
LAMPIRAN.....		107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram pengetahuan responden terhadap layanan SIPUSPAGA.....	4
Gambar 1.2 Diagram kepemilikan kebutuhan atau masalah responden	6
Gambar 1.3 Diagram jumlah pengguna TikTok di dunia (Oktober 2023).....	8
Gambar 1.4 Diagram durasi penggunaan TikTok oleh Gen Z	9
Gambar 3.1 Diagram alur pembuatan	29
Gambar 4.1 Tahapan produksi	79
Gambar 4.2 Tahapan pascaproduksi.....	80
Gambar 4.3 Ulasan klien.....	82
Gambar 4.4 Cuplikan <i>scene</i> video konten 1.....	84
Gambar 4.5 Cuplikan <i>scene</i> video konten 2.....	85
Gambar 4.6 Cuplikan <i>scene</i> video konten 3.....	86
Gambar 4.7 Cuplikan <i>scene</i> video konten 4.....	87
Gambar 4.8 Cuplikan <i>scene</i> video konten 5.....	88
Gambar 4.9 Diagram pengetahuan responden akan SIPUSPAGA	89
Gambar 4.10 Diagram asal informasi SIPUSPAGA	90
Gambar 4.11 Diagram frekuensi penayangan video konten	91
Gambar 4.12 Diagram interaksi penayangan video konten	91
Gambar 4.13 Diagram kepuasan terhadap video konten	94
Gambar 4.14 Diagram pendapat responden terhadap video konten	95
Gambar 4.15 Analisis video konten 5	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data pengguna layanan konsultasi online SIPUSPAGA Kota Semarang pada bulan Januari - April 2024	3
Tabel 3.1 Standart Sequence Guide Video Konten 1	31
Tabel 3.2 <i>Standart Sequence Guide</i> Video Konten 2	40
Tabel 3.3 <i>Standart Sequence Guide</i> Video Konten 3	47
Tabel 3.4 <i>Standart Sequence Guide</i> Video Konten 4	51
Tabel 3.5 <i>Standart Sequence Guide</i> Video Konten 5	56
Tabel 3.6 Timeline Pelaksanaan	67
Tabel 3.7 Rancangan Anggaran Dana	68
Tabel 4.1 <i>Final SSG</i> Video Konten 1	71
Tabel 4.2 <i>Final SSG</i> Video Konten 2	73
Tabel 4.3 <i>Final SSG</i> Video Konten 3	74
Tabel 4.4 <i>Final SSG</i> Video Konten 4	76
Tabel 4.5 <i>Final SSG</i> Video Konten 5	77
Tabel 4.6 Jadwal Produksi.....	78
Tabel 4.7 Anggaran dan Fasilitas Pascaproduksi	81
Tabel 4.8 Data <i>engagement</i> konten	93
Tabel 4.9 Data pengguna SIPUSPAGA Kota Semarang.....	96

ABSTRAK

Sistem Informasi Pusat Pembelajaran Keluarga (SIPUSPAGA) merupakan layanan utama yang dihadirkan oleh Pusat Pembelajaran Keluarga (PUSPAGA) Kota Semarang. Berbentuk layanan konsultasi online, bertujuan untuk menjangkau masyarakat yang tidak dapat hadir secara langsung ke unit layanan untuk menyelesaikan permasalahan dalam hal keluarga, pendidikan anak, dan perlindungan anak. Namun, rendahnya tingkat kesadaran masyarakat akan kemudahan layanan SIPUSPAGA membuat keberjalanan layanan tidak maksimal. Oleh karena itu, dibutuhkan video konten sebagai tayangan pendukung untuk meningkatkan *brand awareness* SIPUSPAGA di Kota Semarang. Penyusunan Tugas Akhir ini menggunakan metode pengkayaan bidang dengan tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Hasil Tugas Akhir ini adalah karya bidang, berupa lima video konten bertemakan Bersama SIPUSPAGA. Keterlibatan karya berhasil mencapai tujuan, meningkatkan *brand awareness* layanan SIPUSPAGA dalam jangka waktu dua minggu. Dengan strategi pengunggahan lima video konten melalui media sosial, TikTok.

Kata Kunci: SIPUSPAGA, TikTok, Video, Konten, Konsultasi

ABSTRACT

The Family Learning Center Information System is the main service provided by the Semarang City Family Learning Center. In the form of an online consultation service, it aims to reach people who cannot attend the service unit directly to resolve problems regarding family, children's education and child protection. However, the low level of public awareness regarding the convenience of the Family Learning Center Information System service means that service delivery is not optimal. Therefore, video content is needed as a supporting display to increase SIPUSPAGA brand awareness in Semarang City. The preparation of this Final Project uses a field work method with pre-production, production and post-production stages. The results of this final assignment are field works, in the form of five content videos with the theme Together with the Family Learning Center Information System. The involvement of the work succeeded in achieving the goal, increasing brand awareness of the Family Learning Center Information System service within a period of two weeks. With a strategy of uploading five video content via social media, TikTok.

Keywords: SIPUSPAGA, TikTok, Video, Content, Consultation