

**EDUKASI DALAM MENINGKATKAN AWARENESS
MASYARAKAT TERHADAP TOKO PERHUTANI PERUM
PERHUTANI DIVISI REGIONAL JATENG MELALUI IKLAN
LAYANAN MASYARAKAT DI INSTAGRAM**



**“Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi
Sarjana Terapan Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi,
Universitas Diponegoro”**

**CORESI ANRICO
NIM. 40020619650171**

**SEKOLAH VOKASI
DEPARTEMEN INFORMASI DAN BUDAYA
PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN INFORMASI DAN HUMAS
SEMARANG**

2024

**EDUKASI DALAM MENINGKATKAN AWARENESS
MASYARAKAT TERHADAP TOKO PERHUTANI PERUM
PERHUTANI DIVISI REGIONAL JATENG MELALUI IKLAN
LAYANAN MASYARAKAT DI INSTAGRAM**



**“Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi
Sarjana Terapan Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi,
Universitas Diponegoro”**

**CORESI ANRICO
NIM. 40020619650171**

**SEKOLAH VOKASI
DEPARTEMEN INFORMASI DAN BUDAYA
PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN INFORMASI DAN HUMAS
SEMARANG**

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa skripsi 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 skripsi 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 : Coresi Anrico

NIM 40020619650171

Tanda Tangan :

Tanggal : 1 Juni 2024

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**EDUKASI DALAM MENINGKATKAN *AWARENESS*
MASYARAKAT TERHADAP TOKO PERHUTANI PERUM
PERHUTANI DIVISI REGIONAL JATENG MELALUI IKLAN
LAYANAN MASYARAKAT DI INSTAGRAM**

Oleh

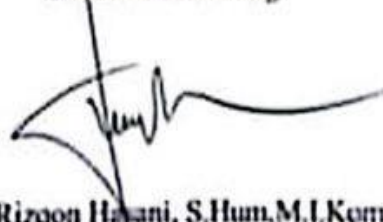
Coresi Anrico

40020619650171

Semarang, 1 Juni 2024

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Mj Rizqon Hawani', is written over a horizontal line.

Mj Rizqon Hawani, S.Hum.M.I.Kom.

NIP. 199112102021081001

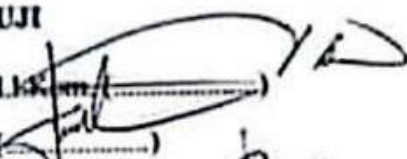
HALAMAN PENGESAHAN

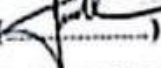
Proposal Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Coresi Anrico
NIM : 40020619650171
Program Studi/Konsentrasi : S. Tr Informasi dan Hubungan Masyarakat
Instansi Terkait : Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Tengah
Judul Proposal Tugas Akhir : Edukasi Dalam Meningkatkan *Awareness*
Masyarakat Terhadap Toko Pehutani Perum
Perhutani Divisi Regional Jateng Melalui Iklan
Layanan Masyarakat di Instagram

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

TIM PENGUJI

Pembimbing : Mj Rizqon Hasani, S.Hum.M.I.Kom. 

Penguji I : Agus Naryoso, S.Sos, M.Si. 

Penguji II : Muhammad Bayu Widagdo S.Sos, M.I.Kom. 

Semarang, 1 Juni 2024

Ketua Prodi Informasi dan Humas



Dra. Sri Indrahti, M.Hum

NIP. 196602151991032001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda. cuman sekiranya kalau teman-teman merasa gagal dalam mencapai mimpi, jangan khawatir, mimpi-mimpi lain bisa diciptakan”

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada:

Tuhan Yesus Kristus yang selalu mendengar doa saya, dan karena kasihNya saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.

Diri saya sendiri yang telah kuat berjuang sampai titik ini.

Orang tua, abang dan adik saya serta pacar dan teman saya yang senantiasa selalu mendoakan saya, memberi nasihat, dan selalu ada untuk saya, menjadi support system buat saya sampai hari ini.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME yang telah memberikan Rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul **“Edukasi Dalam Meningkatkan *Awareness* Masyarakat Terhadap Toko Perhutani Perum Perhutani Divisi Regional Jateng Melalui Iklan Layanan Masyarakat di Instagram** “. Dengan baik.

Pada Tugas Akhir ini Penulis membahas mengenai produksi media *public relations* 5 (lima) video *iklan layanan masyarakat* di Instagram dan 1 (satu) *Buku panduan* penting dalam produksi Iklan Layanan Masyarakat, untuk mengedukasikan aplikasi Toko perhutani agar masyarakat Jateng lebih mengetahui adanya Toko Perhutani dan memanfaatkan aplikasi tersebut.

Dalam proses penyusunan laporan tugas akhir ini terdapat berbagai pihak yang memberikan arahan maupun bimbingan kepada penulis. Maka penulis mengucapkan terima kasih banyak untuk bantuan dan dukungannya kepada Perum Perhutani Divisi Regional Jateng dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan dapat menjadi acuan untuk penulis selanjutnya yang membuat Tugas Akhir seperti ini. Penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya dan kiranya Tugas Akhir ini bermanfaat bagi semua orang yang membacanya.

Semarang, Maret 2024

Coresi Anrico

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Tuhan atas segala kelimpahan berkat dan anugerah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan laporan tugas akhir yang berjudul **“Edukasi Dalam Meningkatkan Awareness Masyarakat Terhadap Toko Perhutani Perum Perhutani Divisi Regional Jateng Melalui Iklan Layanan Masyarakat di Instagram”** dengan baik yang mana pembuatan laporan tugas akhir ini dimaksudkan untuk memenuhi kewajiban melaksanakan program studi S.Tr. Informasi dan Hubungan Masyarakat. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan anugerah-Nya saya dapat menyelesaikan masa studi saya hingga tahap penyelesaian tugas akhir ini
2. Kedua orang tua saya, Raguis Siregar dan Masta Rita, serta abang saya Ryanri Malvin, Raga Diangkari dan adik saya Felix Junhan yang senantiasa mendoakan dan mendukung dalam setiap proses saya hingga selesainya tugas akhir ini.
3. Prof.Dr. Ir. Budiyo, M.Si. Selaku Dekan Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro
4. Dra.Sri Indrahti, M.Hum. Selaku Ketua Program Studi S.Tr. Informasi dan Hubungan Masyarakat, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro yang telah memberikan pengarahan.
5. Mj Rizqon Hasani. S.Hum.M.I.Kom. Selaku dosen pembimbing yang senantiasa sabar membimbing saya serta banyak memberi masukan dan arahan yang benar dalam menyusun tugas akhir ini.
6. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi S.Tr. Informasi dan Hubungan Masyarakat Universitas Diponegoro.
7. Pihak Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Tengah yang telah membantu penuh dalam penyelesaian tugas akhir ini.
8. Emboel akuh Inriani Patricia Simbolon selaku kekasih dan selalu bawel agar aku segera menyelesaikan tugas akhir ini, Atas support systemnya penulis menjadi semangat untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Teman dan sahabat saya Pangeran, Petrik, Britania, Kezia, Kevin, Fabio, Adit, Flo, Fadil yang ikut serta membantu saya dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.
10. Himpunan Hubungan Masyarakat yang sudah menjadi wadah untuk saya

mengembangkan bakat, belajar bertanggung jawab dan membantu mendukung saya dalam proses pengerjaan skripsi.

11. PMK Sekolah Vokasi yang sudah menjadi wadah untuk saya mengembangkan bakat, belajar bertanggung jawab dan membantu mendukung saya dalam proses pengerjaan skripsi.
12. Teman-teman saya yang sangat baik dalam membantu dan mendukung baik secara langsung dan tidak langsung dalam proses penulisan Tugas Akhir ini.

Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak tersebut yang telah menjadikan penulis bersemangat dalam mengerjakan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca demi kesempurnaan Tugas Akhir ini.

Semarang, 06 Maret 2024

ABSTRAK

Masyarakat Semarang masih memiliki pemahaman yang kurang terhadap penggunaan aplikasi toko kayu dari Perhutani. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk membuat lima iklan layanan masyarakat di Instagram Perhutani Divisi Regional Jateng serta buku panduan penting dalam produksi Iklan Layanan Masyarakat. Tujuannya adalah membantu pemilik toko kayu memahami proses pembelian secara online dan mendorong partisipasi mereka dalam menggunakan aplikasi tersebut. Metode penelitian melibatkan wawancara, observasi, dan analisis dokumen, dengan tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Hasil menunjukkan bahwa video iklan layanan masyarakat yang diunggah di Instagram Perhutani Divisi Regional Jawa Tengah mendapatkan respons positif dari masyarakat. Video pertama “Kemudahan Berbelanja Kayu Berkualitas” ditonton 1.052 kali, disukai oleh 110 orang, dan menerima 22 komentar positif dalam 7 hari. Video kedua “Mewujudkan Proyek Impian Bersama Perhutani” ditonton 633 kali, disukai oleh 35 orang, dan menerima 2 komentar positif dalam 5 hari. Video ketiga “Belanja Kayu Lebih Mudah di Aplikasi Toko Perhutani” ditonton 550 kali dan disukai oleh 24 orang dalam 7 hari. Hal ini mengindikasikan bahwa iklan tersebut berhasil menarik perhatian dan meningkatkan pemahaman serta keterlibatan pengguna terhadap aplikasi toko kayu Perhutani.

Kata Kunci: Awareness, Produksi, Iklan, Aplikasi, Perhutani.

ABSTRACT

The people of Semarang still have a poor understanding of the use of the wood shop application from Perhutani. Therefore, this research aims to create five public service advertisements on Perhutani's Instagram, Central Java Regional Division as well as an important guidebook for the production of Public Service Advertisements. The goal is to help wood shop owners understand the online purchasing process and encourage their participation in using the application. The research method involves interviews, observation, and document analysis, with pre-production, production, and post-production stages. The results show that the public service advertisement video uploaded on the Central Java Regional Division of Perhutani's Instagram received a positive response from the public. The first video "Ease of Shopping for Quality Wood" was viewed 1,052 times, liked by 110 people, and received 22 positive comments in 7 days. The second video "Realizing Dream Projects with Perhutani" was watched 633 times, liked by 35 people, and received 2 positive comments in 5 days. The third video "Shopping for Wood is Easier on the Perhutani Store Application" was watched 550 times and liked by 24 people in 7 days. This indicates that the advertisement was successful in attracting attention and increasing user understanding and involvement in the Perhutani wood shop application.

Keywords: Kesadaran, Production, Advertisement, Application, Forestry.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penulisan	7
1.4 Manfaat Penulisan	8
1.5 Luaran Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Pustaka Penelitian Terdahulu	10
2.2 Komunikasi	11
2.3 Public Relations.....	12
2.4 Iklan Layanan Masyarakat	13
2.5 Perancangan Iklan Layanan Masyarakat (ILM)	15
2.6 Edukasi E-Commerce	18
2.7 Awareness	19
2.8 Audio Visual.....	20
2.9 Strategi Video ILM dalam Edukasi E-Commerce	20

BAB III METODE PELAKSANAAN.....	22
3.1 Profil Perum Perhutani Divisi Regional Jateng.....	22
3.2 Tempat dan Waktu Penciptaan Karya.....	22
3.3 Teknik Pengumpulan Data	23
3.4 Teknik Analisis Data.....	24
3.5 Konsep Karya Bidang.....	25
3.5.1 Mekanisme Konsep Karya Bidang	25
3.5.2 Segmentasi.....	28
3.5.3 Sumber Daya.....	28
3.5.4 Timeline Pelaksanaan.....	29
3.6 Standar Sequence Guide	30
3.6.1 Iklan Layanan Masyarakat #1.....	30
3.6.2 Iklan Layanan Masyarakat #2.....	32
3.6.3 Iklan Layanan Masyarakat #3.....	34
3.6.4 Iklan Layanan Masyarakat #4	38
3.6.5 Iklan Layanan Masyarakat #5:.....	42
3.7 Storyboard	46
BAB IV	53
PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Permasalahan.....	53
4.2 Pelaksanaan Project.....	53
4.3 Tahap Perancangan	54
4.3.1 Tahap Pra Produksi.....	54
4.3.2 Tahap Produksi	55
4.3.3 Tahap Pasca Produksi	59
4.4 Kendala Proses Produksi dan Solusinya.....	62

BAB V.....	66
PENUTUP.....	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	71
Lampiran 1. Proses Produksi	71
Lampiran 2. Uji Plagiasi Turnitin	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1	<i>Budgeting</i>	28
Tabel 3.2	Sumber Daya	29
Tabel 3.3	<i>Timeline</i> Pelaksanaan.....	30
Tabel 3.4	Draft #1	31
Tabel 3.5	Draft #2	34
Tabel 3.6	Draft #3	36
Tabel 3.7	Draft #4	39
Tabel 3.8	Draft #5	43
Tabel 3.9	<i>Storyboard</i> Iklan Layanan Masyarakat #1.....	47
Tabel 3.10	<i>Storyboard</i> Iklan Layanan Masyarakat #2.....	48
Tabel 3.11	<i>Storyboard</i> Iklan Layanan Masyarakat #3.....	49
Tabel 3.12	<i>Storyboard</i> Iklan Layanan Masyarakat #4.....	50
Tabel 3.13	<i>Storyboard</i> Iklan Layanan Masyarakat #5.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tampilan Tokoperhutani.com.....	3
Gambar 1. 2 Survei Pengetahuan Masyarakat Mengenai Aplikasi Toko Perhutani	4
Gambar 1. 3 Survei Pengetahuan Manfaat pada Aplikasi Toko Perhutani	5
Gambar 4. 1 “Kemudahan Berbelanja Kayu Berkualitas”	56
Gambar 4. 2 “Pilih Kayu Dengan Mudah Di Toko Pehutani”.....	57
Gambar 4. 3 “Mewujudkan Proyek Impian Bersama Toko Perhutani”	57
Gambar 4. 4 “Pembelian Kayu yang sangat efesien”.....	58
Gambar 4. 5 “Pilih kualitas terbaik di Toko Perhutani”.....	59
Gambar 4. 6 Editing Video Iklan Layanan Masyarakat	60
Gambar 4. 7 Export Hasil Video Yang Sudah di Edit	61
Gambar 4. 8 Upload Video Ke Google Drive	62
Gambar 4. 9 “Kemudahan Berbelanja Kayu Berkualitas”	63
Gambar 4. 10 “Mewujudkan Proyek Impian Bersama Perhutani”	64
Gambar 4. 11 “Belanja kayu lebih mudah di aplikasi Toko Perhutani	65