



**PRODUKSI *VIDEO CONTENT INSTAGRAM REELS*
UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE*
INSTAGRAM DALAM *BRANDING* PARIWISATA
DESA WISATA LEREP KABUPATEN SEMARANG**

TUGAS AKHIR

CORNELIA LYDIA ALMIRA

40020619650208

PROGRAM STUDI INFORMASI DAN HUMAS

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2024



**PRODUKSI *VIDEO CONTENT INSTAGRAM REELS*
UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE*
INSTAGRAM DALAM *BRANDING* PARIWISATA
DESA WISATA LEREP KABUPATEN SEMARANG**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Terapan
Informasi dan Hubungan Masyarakat
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang**

CORNELIA LYDIA ALMIRA

40020619650208

**PROGRAM STUDI INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya Cornelia Lydia Almira menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul 'Produksi *Video Content Instagram Reels* untuk Meningkatkan *Engagement Rate* dalam *Branding* Pariwisata Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang' adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Cornelia Lydia Almira
NIM : 40020619650208

Tanda Tangan:



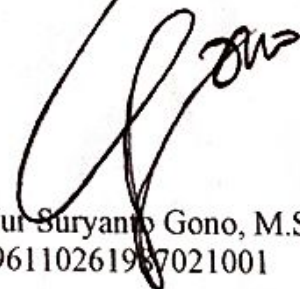
Tanggal : 17 September 2024

**HALAMAN PERSETUJUAN
LAPORAN TUGAS AKHIR**

Nama : Cornelia Lydia Almira
NIM : 40020619650208
Program Studi : Informasi dan Hubungan Masyarakat
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat
Judul Tugas Akhir : Produksi *Video Content Instagram Reels*
untuk Meningkatkan *Engagement Rate*
dalam *Branding* Pariwisata
Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang

**Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diuji sebagai syarat meraih
gelar Sarjana Terapan pada Program Studi
Informasi dan Hubungan Masyarakat
Departemen Informasi dan Budaya,
Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro**

Semarang, 10 Desember 2024
Dosen Pembimbing.



Drs. Joyo Nur Suryanto Gono, M.S.
NIP. 196110261967021001

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Cornelia Lydia Almira
NIM : 40020619650208
Program Studi : Informasi dan Hubungan Masyarakat
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat
Judul Tugas Akhir : **'PRODUKSI VIDEO CONTENT
INSTAGRAM REELS UNTUK
MENINGKATKAN ENGAGEMENT RATE
DALAM BRANDING
PARIWISATA DESA WISATA LEREP
KABUPATEN SEMARANG'**

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

TIM PENGUJI

Pembimbing : Drs. Joyo Nur Suryanto Gono, M.S. ()
Penguji I : Jazimatul Husna Arba'i, S.IP., M.IP. ()
Penguji II : Dr. Dra. Liliek Budiastuti Wiratno, M.Si. ()

Semarang, 17 Desember 2024
Ketua Program Studi Informasi dan Humas


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

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

Sebagai Civitas Akademika Universitas Diponegoro, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cornelia Lydia Almira
NIM : 40020619650208
Program Studi : Informasi dan Hubungan Masyarakat
Konsentrasi : 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 (*None-Exclusive Royalty Free Rights*) atas Tugas Akhir Karya Ilmiah saya yang berjudul:

**'PRODUKSI VIDEO CONTENT INSTAGRAM REELS UNTUK
MENINGKATKAN ENGAGEMENT RATE DALAM BRANDING
PARIWISATA DESA WISATA LEREP KABUPATEN SEMARANG'**

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 Pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Kota Semarang
Pada Tanggal : 17 September 2024

Yang Menyatakan,



Cornelia Lydia Almira

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, berkat kasih karuniaNya maka Penulis sekaligus Pelaksana *Project* dapat menyelesaikan Tugas Akhir *project* ‘Produksi *Video Content Instagram Reels* untuk Meningkatkan *Branding* Desa Pariwisata Lerep Kabupaten Semarang’. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat-Konsentrasi Hubungan Masyarakat (*Public Relations*), Departemen Informasi dan Budaya, Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang.

Dalam karya Tugas Akhir *project* ini, Penulis sekaligus Pelaksana *Project* menerapkan pentingnya upaya membangun citra positif (*Branding*) dengan penggunaan Media Sosial (*Social Media*); khususnya *Instagram-Instagram Reels feature* dalam membangun dan meningkatkan *Branding* Pariwisata pada Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang. Penyusunan Tugas Akhir *project* ini bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan bidang Kehumasan (*Public Relations*), Produksi Media *Public Relations*, serta Pariwisata. Tujuan berikutnya adalah mengenalkan Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Hubungan Masyarakat Universitas Diponegoro dengan Klien Karya Bidang Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang.

Terdapat LIMA (5) BAB dalam Tugas Akhir *project* ini, dengan penyusunan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN : Dimulai dengan membahas Latar Belakang Masalah mengenai potensi Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang serta Permasalahan yang dihadapi hingga menyebabkan Desa Wisata Lerep tak kunjung mengalami peningkatan *Engagements Instagram* maupun kunjungan wisatawan secara signifikan. Terdapat Rumusan Masalah untuk hasil (*output*) produk Tugas Akhir *project* berupa *Video Content Instagram Reels* untuk membangun Citra Positif (*Branding*) Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang.

BAB II KAJIAN PUSTAKA : Terdapat Kajian Pustaka Terdahulu yang relevan dengan Pembahasan pada Tugas Akhir *project* ini. Selain itu, terdapat beberapa teori yang menguatkan pembahasan dalam Tugas Akhir Produksi *Video Content Instagram Reels* untuk Meningkatkan *Branding* Pariwisata Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang.

BAB III METODE PRODUKSI KARYA : Pada Bab ini menjelaskan beberapa tahapan Produksi Karya Bidang yang dibagi menjadi tiga (3) Tahapan, yaitu: Tahap Pra-Produksi, Tahap Produksi, dan Tahap Pasca-Produksi. Lebih lanjut, Bab ini menerangkan Rincian Anggaran Biaya Produksi (*Budgeting*) serta Rentang Waktu (*Timeline*) keberjalanan Tugas Akhir *Project* ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN : Bab ini menerangkan hasil karya produk (*product output*) dari proses produksi *project* karya bidang; yakni pembuatan *Video Content Instagram Reels* Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang beserta penjelasan mengenai keberlangsungan proses produksi, dan analisis implementasi yakni penerapan hasil karya berupa perubahan atau penyesuaian yang terdapat pada hasil produk karya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN : Bab akhir ini menjelaskan mengenai inti berupa Kesimpulan dan masukan berupa Saran dari hasil produksi karya bidang. Kesimpulan dan Saran yang dijelaskan merujuk pada Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang dalam membangun hingga meningkatkan Citra Positif (*Branding*) DWL serta mendukung penyebarluasan informasi dan keunikan Desa Wisata Lerep agar semakin dikenal luas.

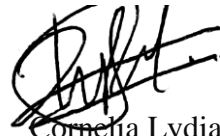
Penulis sekaligus Pelaksana *Project* berharap dapat memberikan kontribusi positif bagi Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang dan mengenalkan Potensi Budaya serta Wisata Alam yang dimiliki.

Penulis sekaligus Pelaksana *Project* berterima kasih banyak kepada semua pihak terlibat yang telah memberikan bantuan serta dukungan selama proses penyusunan Tugas Akhir *project* ini.

Dalam karya ini tentunya masih terdapat kekurangan atau kesalahan, maka dari itu mohon maaf dan mohon saran yang membangun untuk perkembangan yang lebih baik ke depannya. Semoga Tugas Akhir *project* ini dapat bermanfaat bagi pengembangan Ilmu Pengetahuan terkhususnya bidang Hubungan Masyarakat (*Humas/Public Relations*) serta Pariwisata.

Semarang, 17 September 2024

Penulis



Cornelia Lydia Almira

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“I can do all things through Christ who strengthens me.”

—*Philippians 4:13*

“Apa pun hambatannya, bilang sama diri sendiri; percaya keinginan itu dan tak akan menyerah. Bahwa akan berdiri lagi setiap jatuh, bahwa akan mengejanya hingga dapat, apa pun itu; segala keinginan, mimpi, cita-cita, keyakinan diri...

Biarkan keyakinanmu; *5 Centimeter* mengambang di depan keningmu.”

—*5 Cm.*

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa;
2. Yang Terkasih; Mama Veronica Maria Dwiyanti Wulandari (†) di Surga, Papa Joseph Irianto Widjatmoko, keluarga besar yang senantiasa mendukung saya;
3. Yang Terhormat Segenap Civitas Akademika Universitas Diponegoro;
4. Yang Tak Terlupakan para sahabat dan kawan;
5. *Last but not least; I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work.*

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur saya haturkan selalu kepada Tuhan Yang Maha Esa; berkat Kasih KaruniaNya maka Penulis sekaligus Pelaksana *Project* dapat menyusun Tugas Akhir *project* ‘Produksi *Video Content Instagram Reels* untuk Meningkatkan *Branding* Pariwisata Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang’.

Dalam menuntaskan penyusunan Tugas Akhir *project* ini, banyak arahan, bimbingan, serta motivasi yang saya dapatkan dari sejumlah pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini perkenankanlah saya mengucapkan terima kasih sesungguhnya kepada:

1. Kedua Orang Tua saya terkasih; Mama Veronica Maria Dwiyanti Wulandari di Surga (†) dan Papa Joseph Irianto Widjatmoko serta Keluarga Besar, terima kasih senantiasa atas segala doa, dukungan, dan semangat bagi putri tunggalnya.
2. Dra. Sri Indrahti, M.Hum., selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Hubungan Masyarakat Universitas Diponegoro sekaligus Dosen Wali saya; terima kasih banyak telah memberikan dukungan dan keyakinan kepada Penulis sekaligus Pelaksana *Project* dalam menuntaskan Tugas Akhir *project* dan Studi Sarjana Terapan ini.
3. Drs. Joyo Nur Suryanto Gono, M.S. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir *project*; terima kasih banyak atas arahan, bimbingan, serta saran bagi Penulis sekaligus Pelaksana *Project* dalam menyusun Tugas Akhir *project* ini;
4. Jazimatul Husna Arba’i, S.IP., M.IP. selaku Dosen Penguji I Tugas Akhir *project*; terima kasih banyak atas arahan, dukungan, dan masukan bagi Penulis sekaligus Pelaksana *Project* untuk menyelesaikan semua ini.
5. Dr. Dra. Liliek Budiastuti Wiratmo, M.Si selaku Dosen Penguji II Tugas Akhir *project*; terima kasih banyak atas arahan, masukan, dan motivasi bagi Penulis sekaligus Pelaksana *Project* dalam menuntaskan Tugas Akhir.
6. Segenap Tim Pengelola Desa Wisata Lerep – Pokdarwis Rukun Santoso; terima kasih sekali atas sambutan, kesempatan, dan pendampingan bagi Penulis sekaligus Pelaksana *Project* untuk melaksanakan Tugas Akhir *project* di Desa Wisata Lerep Semarang.
7. Gratia Puspa Raisa, Kezia Petrina Quincy Bancin, Dian Paskah Siregar, Mikael Erlambang, Desy Angeline, Peni Anggraelin; terima kasih selalu mendukung dan memahami selama penyusunan Tugas Akhir ini.
8. Loveesa Damaryadi, Bonifasia Dissa, Gabrielle Rahut, serta para kawan Srikandi Sabirin SMA Stella Duce 1 Yogyakarta XIX; terima kasih telah memotivasi dan masih *keep in touch each others*.

9. Sekar Purbasiwi Kusumaningrum, Titan Palestine, Sabrina Maulida Puteri, Laksmi Kinanthi, Satria Nur Hidayat, Louis Bertrand Bintang Timur, Jeva Shifananda Virapaksi, Dina Sofia—para kawan ‘Lulus Bareng Yaa!’ serta Arum Desti Wulandari, Adenia Nur Azzahra, Aulia Handayani, Afiat Naila Salsabila, Glory Mary Shabel, Devin Mulia, Gita Fitri; terima kasih sudah mendukung dan membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
10. Para pihak lain yang tak bisa disebutkan satu per satu; terima kasih.

Penulis sekaligus Pelaksana *Project* menyadari tentunya masih terdapat kekurangan atau kesalahan dalam Tugas Akhir *project* ini. Mohon saran dan masukan dari Pembaca. Semoga Laporan Tugas Akhir *project* ini dapat bermanfaat bagi semua.

Semarang, 17 Agustus 2024



Cornelia Lydia Almira

ABSTRAK

Desa Wisata Lerep merupakan salah satu destinasi wisata alam dan budaya tradisional yang memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata lokal untuk menarik wisatawan Indonesia maupun mancanegara melalui media sosial, khususnya Instagram. Dalam hal ini, terdapat masalah yaitu terkendala rendahnya *Engagement Rate (ER)* pada akun media sosial Instagram Desa Wisata Lerep Semarang (@desawisatalerep) sebesar 0,44% serta rendahnya *Brand Awareness* dari publik yang disebabkan oleh tak adanya jadwal *posting* konten yang konsisten. Proyek ini bertujuan untuk meningkatkan *Engagement Rate (ER)* dalam *Branding* Pariwisata Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang bidang *Public Relations* berupa Produksi *Video Content Instagram Reels* Desa Wisata Lerep. Proyek Tugas Akhir ini bertujuan untuk memproduksi *Video Content Instagram Reels* yang meningkatkan *Engagement Rate (ER)* dalam *Branding* Pariwisata, dengan Metode Penelitian Kualitatif Deskriptif.

Hasil Proyek Tugas Akhir ini menunjukkan Produksi *Video Content Instagram Reels* yang informatif dan menarik dapat meningkatkan *Engagement Rate (ER)* menjadi 1,22% serta meningkatkan *Followers* (Pengikut) *Instagram @desawisatalerep* menjadi 6,554 *Followers*. Rekomendasi bagi pihak Desa Wisata Lerep yaitu perlunya mengintensifkan produksi *Video Content Instagram Reels*, mengoptimalkan penggunaan media sosial *Instagram*, serta meningkatkan kerjasama dengan *stakeholder*.

Kata Kunci: *Video Content, Instagram Reels, Engagement, Branding* Pariwisata, Desa Wisata Lerep

ABSTRACT

Lerep Tourism Village is one of the natural and traditional cultural tourism destinations that has great potential in the local tourism sector to attract Indonesian and foreign tourists through social media, especially Instagram. In this case, there is a problem of the low Engagement Rate (ER) 0,44% of Instagram's account @desawisatalerep with the low Tourism Branding. Those caused by the non-consistent posting schedule. This project aims to increase the Engagement Rate (ER) in the Tourism Branding of Lerep Tourism Village, Semarang Regency with Production of Video Content Instagram Reels for Lerep Tourism Village in the Public Relations field with Descriptive Qualitative Research Method.

The results of this Final Project show that the informative and interesting Production Video Content Instagram Reels could increase the Engagement Rate (ER) to 1,22% and increase the Instagram Followers @desawisatalerep to 6,554 Followers. The Recommendations for Lerep Tourism Village are; the needs to intensify the Production Video Content Instagram Reels, optimize the Instagram social media usage, and increase the cooperation with stakeholder.

Keywords: Video Content, Instagram Reels, Engagement, Tourism Branding, Lerep Tourism Village

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	viii
UCAPAN TERIMA KASIH	ix
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Berdasarkan Latar Belakang masalah terkait, maka Penulis merumuskan masalah sebagai berikut:	28
1.3 Tujuan	28
1.4 Manfaat	28
1.5 Luaran Karya Proyek	29
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	30
2.1 Tinjauan Karya Terdahulu	30
2.2 Tinjauan Teori	31
2.2.1 Produksi Media <i>Public Relations</i>	31
2.2.2 <i>Branding</i>	32
2.2.3 <i>Brand Awareness</i>	32
2.2.4 <i>Video Branding</i>	33
2.2.4.1 Teknik Shooting Video, Editing Video, dan Audio	34

2.2.4.2	Teknik <i>Editing Video</i>	38
2.2.5	Audio	40
2.2.6	<i>Social Media</i> (Media Sosial)	40
2.2.7	Proses Pra-Produksi, Proses Produksi, dan Proses Pasca-Produksi	42
BAB III METODE PELAKSANAAN		45
3.1	Klien Karya Bidang	45
3.2	Profil Desa Wisata Lerep (DWL)	45
3.3	Jenis Karya Bidang	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		62
4.1	Gambaran Umum Permasalahan	62
4.2	Analisis Masalah	64
4.3	Perencanaan Produksi <i>Video Content Instagram Reels</i>	65
4.3.1	Penyusunan Target <i>Engagement</i> Keberhasilan	65
4.4	Pelaksanaan Produksi <i>Video Content Instagram Reels Branding</i>	66
4.4.1	<i>Timeline</i> Publikasi <i>Video Content Instagram Reels</i>	66
4.4.2	Publikasi Konten	68
4.5	Evaluasi Implementasi Strategi <i>Public Relations</i>	71
4.5.1	Evaluasi <i>Engagement Rate</i>	71
4.5.2	Analisis <i>Insights</i>	73
4.5.3	Analisis Hasil Publikasi Konten	75
4.5.4	Evaluasi Hasil Analisa Implementasi Strategi <i>Public relations</i>	78
4.5.5	Bagan Alur Strategi <i>Public Relations</i>	81
4.5.6	<i>Feedback</i> Pihak Pengelola Desa Wisata Lerep	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		85
5.1	Kesimpulan	85
5.2	Saran	86
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN		76

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	<i>Timeline</i> Tugas Akhir <i>Project</i>	61
Tabel 3.2	Anggaran (<i>Budgeting</i>) Produksi Karya <i>Video Project</i>	61
Tabel 4.1	Produksi <i>Video Content Instagram Reels</i>	65
Tabel 4.2	<i>Content Calendar</i> (Kalender Konten) Produksi <i>Video Content Instagram Reels Branding</i> Desa Wisata Lerep Semarang	66
Tabel 4.3	Tabel <i>Publikasi Video Content Branding Instagram Reels</i>	70
Tabel 4.4	Tabel Kenaikan <i>Engagement Rate</i>	72
Tabel 4.5	Analisa <i>Insight</i>	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Diagram Data Statistik Penduduk – Jenis Kelamin.....	2
Gambar 1.2	Diagram Data Statistik Penduduk - Pendidikan	2
Gambar 1.3	Diagram Data Statistik Penduduk – Pekerjaan.....	2
Gambar 1.4	Diagram Data Statistik Penduduk - Agama Error! Bookmark not defined.	
Gambar 1.5	Diagram Data Kota/Kabupaten Domisili Responden.....	3
Gambar 1.6	Diagram Data Usia Responden	4
Gambar 1.7	Diagram Data Tingkat Pengetahuan dan <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran akan Merek).....	5
Gambar 1.8	Diagram Data Tingkat Pengetahuan- <i>Brand Awareness</i> <i>Instagram @desawisatalerep</i>	6
Gambar 1.9	Diagram Data Tingkat Pengetahuan- <i>Brand Awareness</i> <i>TikTok @desawisatalerep</i>	6
Gambar 1.10	Diagram Data Tingkat Pengetahuan- <i>Brand Awareness</i> <i>YouTube</i> Desa Wisata Lerep Semarang	7
Gambar 1.11	Diagram Data <i>Social Media</i> (Media Sosial) Favorit Responden	8
Gambar 1.12	Diagram Data Tingkat Pengetahuan- <i>Brand Awareness</i> 'Wisata Pulang ke Rumah Nenek' Desa Wisata Lerep Semarang	9
Gambar 4.1	<i>Data Engagement Rate (ER) Social Media Instagram</i> <i>@desawisatalerep</i>	63
Gambar 4.2	<i>Engagement Rate</i> Sesudah Implementasi	72
Gambar 4.3	Diagram <i>Engagement Rate</i> Sesudah.....	73
Gambar 4.4	Reels yang paling banyak disukai.....	78
Gambar 4.5	Bagan Alur Strategi <i>Public relations</i>	81