



**PRODUKSI VIDEO *REELS* INSTAGRAM
UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE*
INSTAGRAM USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
GRADI PIZZERIA KABUPATEN KUDUS**

TUGAS AKHIR

Oleh :

Rizky Desindra Kurniawan

40020620650077

**PROGRAM STUDI STr. INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2025**



**PRODUKSI VIDEO *REELS* INSTAGRAM
UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE*
INSTAGRAM USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
GRADI PIZZERIA KABUPATEN KUDUS**

TUGAS AKHIR

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

Oleh :

Rizky Desindra Kurniawan

40020620650077

**PROGRAM STUDI STr. INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menegaskan bahwa hasil penelitian yang mengarah pada gelar sarjana atau diploma dari universitas lain atau hasil penelitian lain tidak digunakan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Penulis juga menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain selain yang disebutkan dalam referensi dan daftar pustaka. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiarisme.

Nama : Rizky Desindra Kurniawan

NIM : 40020620650077

Tanda Tangan :



Tanggal : 5 Mei 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

**PRODUKSI VIDEO *REELS* INSTAGRAM
UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE*
INSTAGRAM USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
GRADI PIZZERIA KABUPATEN KUDUS**

Oleh

Rizky Desindra Kurniawan

40020620650077

Semarang, 5 Mei 2025

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



Dr. Dra. Liliek Budiastuti Wiratmo, M.Si.

NIP. 1962013119871032001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Rizky Desindra Kurniawan

NIM : 40020620650077

Program Studi : STr. Informasi dan Humas

Judul Tugas Akhir : “Produksi Video *Reels* Instagram Untuk Meningkatkan *Engagement Rate* Instagram Usaha Mikro Kecil dan Menengah Gradi Pizzeria Kabupaten Kudus”

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

TIM PENGUJI

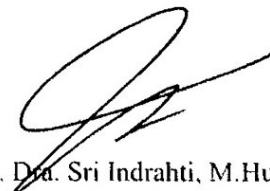
Pembimbing : Dr. Dra. Liliek Budiastuti Wiratmo, M.Si. ()

Penguji I : Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom. ()

Penguji II : Yofiendi Indah Indainanto, S.I.Kom., M.I.Kom. ()

Semarang, 19 Mei 2025

Ketua Prodi Informasi dan Humas,



Dr. Dra. Sri Indrahti, M.Hum.

NIP. 196602151991032001

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Doa Nabi Yunus

لَا إِلَهَ إِلَّا أَنْتَ سُبْحَانَكَ إِنِّي كُنْتُ مِنَ الظَّالِمِينَ

"Bahwa tidak ada Tuhan selain Engkau. Maha Suci Engkau sesungguhnya aku adalah termasuk orang-orang yang zalim."

“Berbahagialah wahai para tersepelekan, dengan begitu kau dan aku punya kesempatan besar untuk mengejutkan”

(Farid Stevy – FSTVLST)

PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Ayah, Ibu, dan Kakak yang senantiasa memberikan dukungan sepenuhnya pada setiap langkah perjalanan saya menuju kesuksesan.
3. Segenap civitas akademika Universitas Diponegoro yang saya hormati, para dosen yang senantiasa tulus dalam membimbing saya dalam mencapai tujuan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Produksi Video *Reels* Instagram Untuk Meningkatkan *Engagement Rate* Instagram Usaha Mikro Kecil dan Menengah Gradi Pizzeria Kabupaten Kudus”.

Penyusunan Tugas Akhir ini adalah bentuk pertanggung jawaban penulis sebagai mahasiswa serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Informasi dan Hubungan Masyarakat Fakultas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini terdapat beberapa pihak yang turut andil dalam memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak atas segala bantuan dan bimbingannya dalam proses penyusunan tugas akhir. Dalam penyusunan tugas akhir ini terdiri dari beberapa BAB antara lain :

BAB I PENDAHULUAN. Pada bab pertama menjelaskan tentang latar belakang dari pemilihan judul “Produksi Video *Reels* Instagram Untuk Meningkatkan *Engagement Rate* Instagram Usaha Mikro Kecil dan Menengah Gradi Pizzeria Kabupaten Kudus” dengan data *engagement rate* berdasarkan *insight* lalu terdapat rumusan masalah, tujuan, dan manfaat proyek tugas akhir yang penulis susun.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA. Pada bab kedua menjelaskan tentang kajian karya terdahulu yang relevan dengan proyek tugas akhir yang penulis susun dan beberapa landasan teori yang menguatkan proyek tugas akhir ini.

BAB III METODE PELAKSANAAN. Pada bab ketiga menjelaskan tentang metode pelaksanaan karya bidang seperti penjelasan konsep karya. Penjelasan mekanisme produksi melalui tiga tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Tidak hanya itu, dalam bab ini juga membahas *Standart Sequence Guide*, *Timeline*, dan *Budgeting*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN. Pada bab keempat menjelaskan tentang hasil serta pembahasan dari gambaran umum permasalahan dan hasil pasca produksi yang sudah diunggah di akun Instagram *@gradipizzeria*. Dalam bab 4 juga menjelaskan analisis hasil pada setiap tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

BAB V PENUTUP. Pada bab kelima ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran dari hasil proyek tugas akhir yang sudah penulis susun.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala kelimpahan berkat dan rahmat-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Tugas Akhir yang berjudul **“Produksi Video Reels Instagram Untuk Meningkatkan *Engagement Rate* Instagram Usaha Mikro Kecil dan Menengah Gradi Pizzeria Kabupaten Kudus”** dengan baik yang mana penulisan Laporan Tugas Akhir ini dimaksudkan untuk memenuhi kewajiban melaksanakan program studi STr. Informasi & Hubungan Masyarakat. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Kurnia Yuliarto sebagai Ayah, Dra. Budiarti sebagai Ibu, dan Pratiwi Indah Kurniati sebagai Kakak yang telah membantu saya dalam setiap langkah perjalanan menuju jalan kesuksesan.
3. Dr. Dra Liliek Budiastuti Wiratmo, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing saya dengan tulus dan baik untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom dan Yofiendi Indah Indainanto, S.I.Kom., M.I.Kom sebagai dosen penguji.
5. Segenap civitas akademika Universitas Diponegoro yang telah membantu proses menyelesaikan Tugas Akhir saya.
6. UMKM Gradi Pizzeria yang telah menjadi klien untuk berjalannya proyek Tugas Akhir saya.
7. Teman-teman saya (Arjuna Raynaldi, Akhdan Baihaqi, Chalifad Agil, Drajat Angkasa, Dyas Andri, Daffa Arsy, Firdaus Ikhlas, Fikri Ahmad, Gilang Satiya, Ramadhika, Rezky Harya, Syah Putro, Yossangga Assadullah).
8. Teman-teman Kelas C (Enriz, Cahyo, Farel, M Farrell, Gustav, Rico).

ABSTRAK

Gradi Pizzeria merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner dengan produk *pizza* Italia dengan cita rasa lokal. Dalam upaya memperkenalkan produknya, Gradi Pizzeria memanfaatkan media sosial Instagram. Namun, tingkat *engagement rate* yang rendah menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial tersebut belum optimal. Rendahnya tingkat *engagement rate* ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam produksi konten digital yang menarik dan efektif. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis melaksanakan proyek tugas akhir berjudul “Produksi *Video Reels* Instagram untuk Meningkatkan *Engagement Rate* Instagram Usaha Mikro Kecil dan Menengah Gradi Pizzeria Kabupaten Kudus”. Proyek ini dilaksanakan melalui tiga tahapan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa proyek ini berhasil meningkatkan *engagement rate* akun Instagram Gradi Pizzeria dari 0,9% menjadi 3,7%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pemanfaatan media sosial secara strategis melalui produksi konten yang informatif, kreatif, dan konsisten dapat meningkatkan interaksi *audiens* secara substansial.

Kata Kunci : *Reels*, Instagram, *Engagement Rate*, UMKM, Gradi Pizzeria, Humas

ABSTRACT

Gradi Pizzeria is a Micro, Small and Medium Enterprise (MSME) engaged in the culinary sector with Italian pizza products with local flavors. In an effort to introduce its products, Gradi Pizzeria utilizes Instagram social media. However, the low engagement rate indicates that the utilization of social media is not optimal. The low engagement rate is caused by limited knowledge and skills in producing interesting and effective digital content. Based on these problems, the author carried out a final project entitled "Instagram Reels Video Production to Increase the Instagram Engagement Rate of Micro, Small and Medium Enterprises Gradi Pizzeria, Kudus Regency". This project was carried out through three stages, namely pre-production, production, and post-production. The evaluation results showed that this project succeeded in increasing the engagement rate of Gradi Pizzeria's Instagram account from 0,9% to 3.7%. This indicates that strategic use of social media through the production of informative, creative, and consistent content can substantially increase audience interaction.

Keywords : Reels, Instagram, Engagement Rate, MSME, Gradi Pizzeria, Public Relations

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	7
1.5 Luaran	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kajian Karya Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 <i>Public Relations</i>	10
2.2.2 <i>Media Public Relations</i>	11
2.2.3 Instagram.....	11

2.2.4 Reels Instagram	13
2.2.5 Social Media Engagement	14
BAB III METODE PELAKSANAAN	16
3.1 Klien.....	16
3.2 Segmentasi	18
3.3 Konsep Karya Bidang	18
3.4 Mekanisme Produksi.....	23
3.4.1 Pra Produksi	24
3.4.2 Produksi.....	24
3.4.3 Pasca Produksi	44
3.5 Publikasi.....	45
3.6 Evaluasi.....	45
3.7 Tim.....	46
3.8 Timeline	46
3.9 Budgeting.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum Permasalahan	49
4.2 Analisis Hasil Tahap Pra Produksi	49
4.2.1 Penentuan Konsep.....	49
4.2.2 Persiapan Rancangan Konten / SSG	50
4.2.3 Penentuan Talent.....	64
4.2.4 Penentuan Lokasi	64
4.2.5 Persiapan Properti dan Peralatan	64
4.3 Analisis Hasil Tahap Produksi	64
4.3.1 Briefing Tim dan Talent.....	64

4.3.2 Setting Lokasi	64
4.3.3 Penataan Wardrobe	65
4.3.4 Pengambilan Gambar.....	65
4.4 Analisis Hasil Tahap Pasca Produksi	76
4.4.1 Proses Editing Video.....	76
4.4.2 Review Hasil Editing	80
4.4.3 Publikasi.....	80
4.4.4 Evaluasi.....	83
4.4.5 <i>Sustainability</i>	92
BAB V PENUTUP.....	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Konsep Karya.....	19
Tabel 3. 2 Standart Sequence Guide Konten Video 1.....	25
Tabel 3. 3 Standart Sequence Guide Konten Video 2.....	27
Tabel 3. 4 Standart Sequence Guide Konten Video 3.....	30
Tabel 3. 5 Standart Sequence Guide Konten Video 4.....	32
Tabel 3. 6 Standart Sequence Guide Konten Video 5.....	34
Tabel 3. 7 Standart Sequence Guide Konten Video 6.....	35
Tabel 3. 8 Standart Sequence Guide Konten Video 7.....	37
Tabel 3. 9 Standart Sequence Guide Konten Video 8.....	39
Tabel 3. 10 Standart Sequence Guide Konten Video 9.....	41
Tabel 3. 11 Standart Sequence Guide Konten Video 10.....	43
Tabel 3. 12 Jadwal Publikasi Minggu Pertama.....	45
Tabel 3. 13 Jadwal Publikasi Minggu Kedua	45
Tabel 3. 14 Timeline	46
Tabel 3. 15 Budgeting.....	47
 Tabel 2. 1 Standar Engagement Rate	 15
 Tabel 4. 1 Perubahan Standart Sequence Guide Reels 1	 50
Tabel 4. 2 Perubahan Standart Sequence Guide Reels 2	51
Tabel 4. 3 Perubahan Standart Sequence Guide Reels 3	52
Tabel 4. 4 Perubahan Standart Sequence Guide Reels 4	54
Tabel 4. 5 Perubahan Standart Sequence Guide Reels 5	55
Tabel 4. 6 Perubahan Standart Sequence Guide Reels 6	57
Tabel 4. 7 Perubahan Standart Sequence Guide Reels 7	60
Tabel 4. 8 Perubahan Standart Sequence Guide Reels 8	60
Tabel 4. 9 Perubahan Standart Sequence Guide Reels 9	61
Tabel 4. 10 Perubahan Standart Sequence Guide Reels 10	62
Tabel 4. 11 Jadwal Pengambilan Gambar.....	65

Tabel 4. 12 Jam Terbaik Posting Konten Instagram	81
Tabel 4. 13 Jadwal Publikasi dan Link Konten Instagram	81
Tabel 4. 14 Standart Engagement Rate Scrunch	84
Tabel 4. 15 Overview Hasil Insight Konten Instagram.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 UMKM Gradi Pizzeria	2
Gambar 1. 2 Instagram Gradi Pizzeria.....	3
Gambar 1. 3 Data Pengguna Media Sosial Indonesia 2024.....	4
Gambar 1. 4 Grafik Interaksi Postingan Gradi Pizzeria.....	5
Gambar 2. 1 Rumus Engagement Rate Instagram	15
Gambar 3. 1 Logo Gradi Pizzeria	17
Gambar 4. 1 Contoh Teknik Pengambilan Gambar Video Reels 1	66
Gambar 4. 2 Contoh Angle Pengambilan Gambar Video Reels 1.....	67
Gambar 4. 3 Contoh Teknik Pengambilan Gambar Video Reels 2	67
Gambar 4. 4 Contoh Angle Pengambilan Gambar Video Reels 2.....	68
Gambar 4. 5 Contoh Teknik Pengambilan Gambar Video Reels 3	68
Gambar 4. 6 Contoh Angle Pengambilan Gambar Video Reels 3.....	69
Gambar 4. 7 Contoh Teknik Pengambilan Gambar Video Reels 4	69
Gambar 4. 8 Contoh Angle Pengambilan Gambar Video Reels 4.....	70
Gambar 4. 9 Contoh Teknik Pengambilan Gambar Video Reels 5	70
Gambar 4. 10 Contoh Angle Pengambilan Gambar Video Reels 5.....	71
Gambar 4. 11 Contoh Teknik Pengambilan Gambar Video Reels 6	71
Gambar 4. 12 Contoh Angle Pengambilan Gambar Video Reels 6.....	72
Gambar 4. 13 Contoh Teknik Pengambilan Gambar Video Reels 7	72
Gambar 4. 14 Contoh Angle Pengambilan Gambar Video Reels 7.....	73
Gambar 4. 15 Contoh Teknik Pengambilan Gambar Video Reels 8	73
Gambar 4. 16 Contoh Angle Pengambilan Gambar Video Reels 8.....	74
Gambar 4. 17 Contoh Teknik Pengambilan Gambar Video Reels 9	74
Gambar 4. 18 Contoh Angle Pengambilan Gambar Video Reels 9.....	75
Gambar 4. 19 Contoh Teknik Pengambilan Gambar Video Reels 10	75
Gambar 4. 20 Contoh Angle Pengambilan Gambar Video Reels 10.....	76

Gambar 4. 21 Proses Import Footage.....	76
Gambar 4. 22 Proses Cutting Video.....	77
Gambar 4. 23 Proses Penambahan Transisi Video	77
Gambar 4. 24 Proses Penyesuaian Visual Video	78
Gambar 4. 25 Proses Penyuntingan Audio	78
Gambar 4. 26 Proses Penambahan Efek Visual dan Grafis	79
Gambar 4. 27 Proses Mixing Audio.....	79
Gambar 4. 28 Proses Output dan Rendering.....	80
Gambar 4. 29 Insight Instagram @gradipizzeria Pasca Produksi.....	83
Gambar 4. 30 Hasil Insight Konten Reels 1.....	85
Gambar 4. 31 Hasil Insight Konten Reels 2.....	85
Gambar 4. 32 Hasil Insight Konten Reels 3.....	86
Gambar 4. 33 Hasil Insight Konten Reels 4.....	87
Gambar 4. 34 Hasil Insight Konten Reels 5.....	87
Gambar 4. 35 Hasil Insight Konten Reels 6.....	88
Gambar 4. 36 Hasil Insight Konten Reels 7.....	89
Gambar 4. 37 Hasil Insight Konten Reels 8.....	89
Gambar 4. 38 Hasil Insight Konten Reels 9.....	90
Gambar 4. 39 Hasil Insight Konten Reels 10.....	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Proses Produksi Pengambilan Gambar.....	98
Lampiran 2. Video Konten dengan Insight Tertinggi	99
Lampiran 3. Hasil Turnitin.....	100