

**PRODUKSI KONTEN VIDEO INFORMATIF SEBAGAI STRATEGI
PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT
RATE PADA AKUN TIKTOK @museumranggawarsita**



Disusun sebagai salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Terapan
Program Studi Informasi dan Humas
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :
Aldila Aurora Rahma
40020621650135

**PROGRAM STUDI ST.r INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**

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 karya ilmiah lainnya. Penulis juga menyatakan bahwa tugas akhir ini tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain kecuali yang sudah disebutkan dalam rujukan dalam Daftar Pustaka. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiasi/penjiplakan.

Nama : Aldila Aurora Rahma

Nim : 40020621650135

Tanda Tangan :



Tanggal : 31 Juli 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

PROPOSAL TUGAS AKHIR

**PRODUKSI KONTEN VIDEO INFORMATIF SEBAGAI STRATEGI
PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT
RATE PADA AKUN TIKTOK @museumranggawarsita**

Oleh

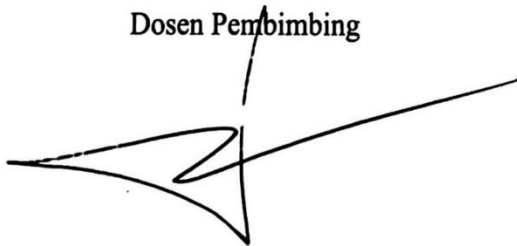
Aldila Aurora Rahma

40020621650135

Semarang , 15 Agustus 2025

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



Dr. Drs. Adi Nugroho, M.Si

NIP. 196510171993111001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir diajukan oleh :

Nama : Aldila Aurora Rahma

Nim : 40020621650135

Program Studi : S.Tr. Informasi dan Humas

Judul Tugas Akhir : Produksi Konten Video Informatif Sebagai Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Engagement Rate Pada Akun TikTok @museumranggawarsita

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. Adi Nugroho, M.Si

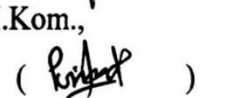
NIP. 196510171993111001

Penguji I : Jazimatul Husna, S.IP.,M.IP

NIP. H.7.198204252018072001

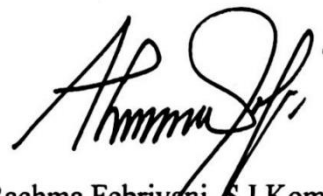
Penguji II : Priskila Primaningrum Demmasapo, S.Ikom., M.I.Kom.,

NIP. 199403202024062002

()
()
()

Semarang, 15 Agustus 2025

Ketua Prodi Informasi dan Humas,



Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP 199202122020122022

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas pertolongan-Nya dan kelimpahan berkah kesehatan, baik itu berupa dari segi fisik maupun mental. Sehingga, penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini yang berjudul “Produksi Konten Video Informatif Sebagai Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan *Engagement Rate* Pada Akun TikTok @museumranggawarsita” dengan sebaik-baiknya.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, arahan, dan kontribusi selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada Museum Ranggawarsita selaku klien, atas kepercayaan yang diberikan untuk memproduksi dan menggunggah konten TikTok melalui akun resmi @museumranggawarsita.

Tugas akhir ini membahas tahapan pra-produksi, produksi dan pasca produksi konten video TikTok. Project ini diharapkan dapat meningkatkan *engagement rate* pada akun TikTok @museumranggawarsita yang menarik daya tarik minat pengunjung ke Museum Ranggawarsita. Selain sebagai persyaratan menyelesaikan pendidikan Sarjana Terapan di Fakultas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, tulisan ini juga bertujuan berkontribusi pada pengetahuan praktis di bidang kehumasan, terutama terkait *strategi public relations* untuk instansi. Pembahasan dalam tugas akhir ini disusun ke dalam lima bab utama yang akan dijelaskan secara berurutan.

BAB 1 PENDAHULUAN. Pada bab ini membahas tentang latar belakang masalah dari project Tugas Akhir Produksi konten video konten video sebagai *strategi public relations* dalam meningkatkan *engagement rate* pada akun TikTok Museum Ranggawarsita. Di bagian ini, penulis juga akan menguraikan rumusan masalah yang mendorong penelitian, tujuan yang ingin dicapai, serta manfaat baik bagi pihak klien, akademik, maupun penulis. Bab I menjadi landasan konseptual yang diharapkan dapat memberikan gambaran awal tentang mengapa upaya *strategi public relations* melalui konten TikTok dipilih sebagai solusi, dan bagaimana penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan *engagement rate* pada akun TikTok Museum Ranggawarsita.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA. Pada bab ini akan membahas mengenai kajian pustaka dari karya ilmiah terdahulu yang relevan dengan Tugas Akhir Penulis.

BAB III METODE PELAKSANAAN. Pada bab ini berisikan penjelasan dari diagram tahap project Tugas Akhir yang terdapat tiga tahap yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Selain itu, bab ini juga membahas konsep karya, dan rancangan karya bidang yang tertuang dalam *Standart Sequence Guide* (SSG).

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN. Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil analisis dan perubahan dari project Tugas Akhir yang telah diproduksi oleh penulis yang disesuaikan dengan pembagian tugas.

BAB V PENUTUP. Pada bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran yang dituliskan oleh penulis.

Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan. Penulis menyadari bahwa karya ini masih memiliki keterbatasan, sehingga kritik dan saran sangat diharapkan demi perbaikan di masa yang akan datang.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“ Setiap tetes keringat ibuku adalah ribuan langkahku untuk terus maju dan bertahan dengan kuat demi menggapai sebuah mimpi”

-Aldila Aurora Rahma

PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini, penulis persembahkan pada:

- 1. Untuk mamaku tercinta, yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang dan doa-doa yang tidak pernah putus untukku. Segala proses yang telah dilalui tidak lepas dari pengorbanan dan semangat yang mereka tanamkan.*
- 2. Untuk diriku sendiri, sebagai bentuk apresiasi atas usaha dan ketekunan yang telah dijalani selama proses menyelesaikan tugas akhir ini. Ini bukan akhir, tetapi bagian dari gerbang perjalanan yang masih panjang ke depan. Terus melangkah dan jangan pernah pantang menyerah demi meraih mimpi.*
- 3. Untuk teman-teman seperjuangan, yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik ini. Terimakasih atas kebersamaan, semangat, dan bantuan yang diberikan selama ini.*
- 4. Untuk para dosen yang luar biasa, terimakasih atas ilmu, bimbingan, dan*

kesabaran yang telah diberikan. Peran dan arahan yang diberikan sangat berarti dalam proses pembelajaran penulis.

5. *Untuk seseorang yang tak pernah menuntut apa-apa, namun selalu hadir dengan cara yang sederhana. Terimakasih sudah menjadi tempat bercerita ketika lelah. Terimakasih atas kesabaran, dukungan dan pengertian yang diberikan menjadi bagian penting dalam proses ini.*

Aldila Aurora Rahma

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, rahmat, hidayah dan pertolongan-Nya, hingga penulis menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini yang berjudul “Produksi Konten Video Informatif Sebagai Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Engagement Rate Pada Akun TikTok @museumranggawarsita” dengan lancar tanpa ada hambatan yang berarti. Pada penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa dukungan, bantuan, bimbingan serta nasihat yang diberikan oleh berbagai pihak merupakan hal yang sangat berarti bagi penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya secara tertulis kepada:

1. Ibu Rahmawati, S.Pd., My stronger wonder woman. Kepada mamaku tercinta yang telah membesarkanku dengan luar biasa, Terima kasih atas segala kasih sayang yang selalu hadir tanpa syarat, dukungan, dan doa yang selalu dipanjatkan agar penulis selalu diberikan kelancaran maupun kemudahan dalam proses ini. Hal ini, selalu menjadi alasan penulis untuk terus semangat dan kuat melangkah maju ke depan untuk jangan pernah takut pada dunia yang tidak adil.
2. Arifah Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom., Selaku Ketua Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro yang telah memberi arahan dan bantuan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
3. Dr. Drs. Adi Nugroho, M.Si, selaku dosen pembimbing yang saya hormati, yang telah membimbing, memberikan masukan atau saran, memberi arahan serta semangat terhadap penulis dari awal penyusunan proposal magang hingga selesainya Tugas Akhir ini.
4. Jazimatul Husna, S.IP,.M.IP, selaku dosen penguji 1, atas waktu, perhatian, dan masukan yang sangat berarti dalam proses penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih atas arahan dan koreksi yang diberikan sejak sidang ujian filter Tugas Akhir hingga sidang akhir.

5. Priskila Primaningrum Demmasapo, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku dosen penguji 2, atas waktu, perhatian, dan masukan yang Sangat berarti dalam proses penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih atas arahan dan koreksi yang diberikan sejak sidang ujian filter Tugas Akhir hingga sidang akhir.
6. Agung Nugroho Pamungkas dan Rosita Suryaningtyas Sutopo, selaku perwakilan pihak Museum Ranggawarsita sebagai klien Tugas Akhir yang telah memberikan kesempatan, arahan, kolaborasi hingga kepercayaan dan keterbukaannya dalam mendampingi proses produksi konten hingga selesai.
7. Cahya Mufti Giri Tomagola dan Fadila Mustika Tomagola, Kakak dan Adik tersayang. Terima kasih atas kasih sayang, senyuman dan dukungan yang luar biasa untuk penulis menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Keponakan-keponakan tercinta Zafran, Arshaka, Ofelia, Jenaira, Safaluna, dan Ziandru. Terima kasih atas kelucuan-kelucuan kalian yang membuat penulis semangat dan selalu senang sehingga penulis semangat untuk mengerjakan tugas akhir sampai selesai.
9. Sella Rahma dan Ridho Satria, sahabat yang kebersamai dari awal bangku SMA hingga perkuliahan. Terima kasih atas dukungan dan menemani penulis disaat suka maupun duka.
10. Erlandra, Fanny, Uti, Jenny, Latifa, Bilqis, Pian, Ozi, Bintang, Jaki, Ikrar, Edo, ucup, rani, dara, dan axel. Terima kasih atas dukungan dan bantuan yang diberikan selama perkuliahan.
11. Zabania Adelia Tomagola, Zahra Adzubilan Tomagola, dan Erlandra, Terimakasih atas keterlibatan dalam proses produksi video sebagai talent.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas produksi konten edukatif berbasis TikTok sebagai strategi komunikasi digital untuk meningkatkan minat generasi muda terhadap Museum Ranggawarsita. Latar belakang penelitian ini adalah rendahnya minat kunjungan ke museum, khususnya di kalangan anak muda, sehingga diperlukan pendekatan komunikasi yang sesuai dengan kebiasaan digital mereka. Metode yang digunakan meliputi observasi, studi pustaka, wawancara, perencanaan produksi, publikasi, dan evaluasi kinerja konten berdasarkan indikator keterlibatan. Penulis memproduksi 15 video pendek yang kreatif, informatif, dan interaktif dengan tema edukasi koleksi budaya dan warisan sejarah museum. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan performa akun TikTok @museumranggawarsita dengan total 48.514 tayangan, 2.531 suka, dan 370 komentar selama periode publikasi. *Engagement rate* akun meningkat dari 1,3% menjadi 4,8%. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa konten edukatif yang dirancang secara strategis dapat meningkatkan interaksi dengan audiens digital sekaligus memperluas jangkauan informasi museum. Kesimpulannya, media sosial efektif menjadi sarana penghubung antara institusi budaya dan generasi muda.

Kata Kunci: Produksi Konten, TikTok, Museum Ranggawarsita, Engagement Rate, Strategi Public Relations

ABSTRACT

This study explores the production of educational content on TikTok as a digital communication strategy to increase the interest of younger generations in Museum Ranggawarsita. The research background highlights the declining number of museum visitors, particularly among youth, thus requiring a communication approach aligned with their digital behavior. The methods employed include observation, literature review, interviews, production planning, publication, and performance evaluation based on engagement indicators. The researcher produced 15 short videos that are creative, informative, and interactive, focusing on the museum's cultural collections and historical heritage. The evaluation results show improved performance on the TikTok account @museumranggawarsita, with a total of 48,514 views, 2,531 likes, and 370 comments during the publication period. The account's engagement rate increased from 1.3% to 4.8%. These findings suggest that strategically designed educational content can enhance interaction with digital audiences while expanding the museum's informational reach. In conclusion, social media proves to be an effective bridge between cultural institutions and younger generations

Keywords: Content Production, TikTok, Ranggawarsita Museum, Engagement Rate, Public Relations Strategy

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ix
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	XII
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	15
1.3 TUJUAN	15
1.4 MANFAAT.....	16
1.5 LUARAN.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 PENELITIAN TERDAHULU.....	17
2.2 LANDASAN TEORI.....	21
2.2.1 <i>Public Relations</i>	21
2.2.2 <i>Strategi Public Relations</i>	23
2.2.3 <i>Media Public Relations</i>	26
2.2.4 <i>Produksi Media Public Relations (TikTok)</i>	27
2.2.5 <i>Produksi Konten</i>	29
2.2.6 <i>Videografi</i>	30
BAB III METODE PELAKSANAAN	34
3.1 METODE PENELITIAN.....	34
3.2 PROFIL CLIENT	35

3.3 SEGMENTASI.....	36
3.4 METODE PELAKSANAAN.....	36
3.4.1 Pra Produksi	36
3.4.2 Produksi	47
3.4.3 Pasca Produksi	48
3.5 KONSEP KARYA	48
3.6 RANCANGAN KARYA.....	49
3.7 TIMELINE PELAKSANAAN	83
3.8. RANCANGAN ANGGARAN	84
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	85
4.1. GAMBARAN UMUM PERMASALAHAN.....	85
4.2. ANALISIS TAHAP PRA PRODUKSI	86
4.2.1 <i>Implementasi SSG Dalam Produksi Video</i>	86
4.3. ANALISIS TAHAP PRODUKSI.....	89
4.3.1 Timeline Shooting dan editing	90
4.4. ANALISIS TAHAP PASCA PRODUKSI	93
4.5. ANALISIS EVALUASI PUBLIKASI KONTEN TIKTOK.....	95
4.5.1 Perencanaan Evalusasi	95
4.5.2 Engagement Rate	95
4.5.3 Hasil target keberhasilan konten TikTok	97
4.6. ANALISIS HASIL	123
4.6.1 <i>Analisis Hasil Implementasi SSG Dalam Produksi Video</i>	123
4.6.2 <i>Hasil Publikasi Konten TikTok</i>	124
4.6.3 <i>Aspek-aspek yang mempengaruhi peningkatan engagement</i>	129
4.7. HAMBATAN & SOLUSI.....	131
4.7.1 Pra Produksi	131
4.7.2 Produksi	131
4.7.3 Pasca Produksi	132
4.8. SUSTAINABILITY	133

BAB V PENUTUP.....	134
5.1 KESIMPULAN	134
5.2 SARAN	135
DAFTAR PUSTAKA	136
LAMPIRAN	140

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Laporan data digital platform TikTok.....	4
Gambar 1. 2 Website resmi statistika.....	4
Gambar 1. 3 Profil akun Tiktok Museum Ranggawarsita.....	7
Gambar 1. 4 Jumlah viewers terbanyak	8
Gambar 1. 5 Viewers terendah pada akun @museumranggawarsita.....	8
Gambar 1. 6 Hasil Analisis Engagement rate (17 Maret 2025)	9
Gambar 1. 7 Pengetahuan responden mengenai Museum Ranggawarsita.....	11
Gambar 1. 8 Media sosial yang sering digunakan	11
Gambar 1. 9 Jangkauan informasi media sosial TikTok @museumranggawarsita	12
Gambar 1. 10 Media sosial yang disukai jika Museum Ranggawarsita publikasi konten.....	13
Gambar 1. 11 Format konten menarik di TikTok @museumranggawarsita	13
Gambar 1. 12 Faktor konten yang mendorong audiens untuk berinteraksi	14
Gambar 3. 1 Hasil survey responden minat topik konten audiens	38
Gambar 4. 1 Penambahan musik dan sound efek	91
Gambar 4. 2 Penambahan teks dan efek pada video	92
Gambar 4. 3 Ekspor Video.....	92
Gambar 4. 4 Penyimpanan Video	93
Gambar 4. 5 Hasil engagement rate (21 juli 2025)	96
Gambar 4. 6 Jumlah viewers konten 1	97
Gambar 4. 7 Jumlah like konten 1	97
Gambar 4. 8 Jumlah komentar konten 1	98
Gambar 4. 9Jumlah viewers konten 2	99
Gambar 4. 10 Jumlah like konten 2	99
Gambar 4. 11 Jumlah komentar konten 2	99
Gambar 4. 12 Jumlah viewers konten 3	100
Gambar 4. 13 Jumlah like konten	100

Gambar 4. 14 Jumlah komentar konten 3	101
Gambar 4. 15 jumlah viewers konten 4.	102
Gambar 4. 16 Jumlah like konten 4	102
Gambar 4. 17 Jumlah komentar konten 4	103
Gambar 4. 18 jumlah viewers konten 5	104
Gambar 4. 19 jumlah like konten 5.....	104
Gambar 4. 20 jumlah komentar konten 5.....	104
Gambar 4. 21 Jumlah viewers konten 6.	105
Gambar 4. 22 Jumlah like konten 6	105
Gambar 4. 23 Jumlah Komentar konten 6	106
Gambar 4. 24 Jumlah viewers konten 7	107
Gambar 4. 25 Jumlah like konten 7	107
Gambar 4. 26 Jumlah komentar konten 7	108
Gambar 4. 27 Jumlah viewers konten 8.	109
Gambar 4. 28 Jumlah like konten 8	109
Gambar 4. 29 Jumlah komentar konten 8	110
Gambar 4. 30 Jumlah viewers konten 9.	111
Gambar 4. 31 Jumlah like konten 9	111
Gambar 4. 32 Jumlah komentar 9	112
Gambar 4. 33 Jumlah viewers konten10	113
Gambar 4. 34 Jumlah like konten10	113
Gambar 4. 35 Jumlah komentar konten 10	113
Gambar 4. 36 Jumlah viewers konten 11	115
Gambar 4. 37 jumlah like konten 11.....	115
Gambar 4. 38 Jumlah komentar konten 11	115
Gambar 4. 39 Jumlah Viewers konten 12	116
Gambar 4. 40 Jumlah like konten 12	117
Gambar 4. 41 Jumlah komentar konten 12	117
Gambar 4. 42 Jumlah viewers konten 13.....	118
Gambar 4. 43 jumlah like konten 13.....	118
Gambar 4. 44 Jumlah komentar konten 13	119

Gambar 4. 45 Jumlah viewers konten 14	120
Gambar 4. 46 Jumlah like konten 14	120
Gambar 4. 47 Jumlah komentar konten 14	121
Gambar 4. 48 Jumlah viewers konten 15	122
Gambar 4. 49 Jumlah like konten 15	122
Gambar 4. 50 Jumlah komentar konten 15	122
Gambar 4. 51 Grafik jumlah viewers konten TikTok	125
Gambar 4. 52 Grafik Jumlah Like	127
Gambar 4. 53 Grafik Jumlah Komentar	128

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data pengunjung 2020 – 2024	6
Tabel 3. 1 Indikator Keberhasilan	39
Tabel 3. 2 Indikator Kegagalan	40
Tabel 3. 3 Jadwal publikasi konten	44
Tabel 3.4. 1 SSG Video Konten Kenalan Yuk Sama Museum Ranggawarsita....	50
Tabel 3.4. 2 SSG Koleksi Museum Hidup Lewat HP-mu	53
Tabel 3.4. 3 SSG Funfact Bundengan.....	56
Tabel 3.4. 4 SSG Tebak Koleksi Bersejarah di Museum Ranggawarsita.....	58
Tabel 3.4. 5 SSG Tipe-tipe Pengunjung Museum Ranggawarsita.....	61
Tabel 3.4. 6 SSG Kata mereka tentang Museum Ranggawarsita	63
Tabel 3.4. 7 SSG Apa saja si yang boleh dan tidak boleh dilakukan selama di Museum Ranggawarsita	65
Tabel 3.4. 8 SSG Funfact Raden Ngabehi Ronggowarsito	69
Tabel 3.4. 9 SSG Behind The Scene Merawat Koleksi Museum	71
Tabel 3.4. 10 SSG The Masterpieces of Museum Ranggawarsita.....	73
Tabel 3.4. 11 SSG “Museum Tour”	75
Tabel 3.4. 12 SSG “Si Paling Tahu Museum”	76
Tabel 3.4. 13 ” 7 Warisan Budaya UNESCO di Museum Ranggawarsita”	78
Tabel 3.4. 14 SSG “Kilas Balik Wayang”	80
Tabel 3.4. 15 SSG “Tebak Koleksi Naskah Lontar”	82
Tabel 4. 1 Perubahan standard sequence guide.....	86
Tabel 4. 2 Timeline Shooting dan editing.....	90
Tabel 4. 3 Tautan konten video TikTok.....	93