



**PRODUKSI DAN PENDAMPINGAN DALAM PRODUKSI KONTEN
VIDEO *REELS* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* TOKO
BUNGA AGUNG FLORIST BAGI REMAJA KOTA JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan
Program Studi Informasi dan Humas Sekolah Vokasi
Universitas Diponegoro

Oleh:

Muhammad Zidan Rizki Rendra
40020621650134

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir 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 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 / penjiplakan.

Nama : Muhammad Zidan Rizki Rendra

NIM : 40020621650080

Tanda Tangan :



Tanggal : 4 Agustus 2025

HALAMAN PERSETUJUAN
PROPOSAL KARYA BIDANG TUGAS AKHIR

**PRODUKSI DAN PENDAMPINGAN DALAM PRODUKSI KONTEN
VIDEO *REELS* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* TOKO
BUNGA AGUNG FLORIST BAGI REMAJA KOTA JAKARTA SELATAN**

Oleh:

Muhammad Zidan Rizki Rendra
40020621650080

Disetujui oleh,



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

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh :

Nama : Muhammad Zidan Rizki Rendra
NIM : 40020621650134
Program Studi : Informasi Dan Humas
Judul Tugas Akhir : PRODUKSI DAN PENDAMPINGAN DALAM PRODUKSI KONTEN VIDEO *REELS* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* TOKO BUNGA AGUNG FLORIST BAGI REMAJA KOTA JAKARTA SELATAN

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

TIM PENGUJI

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



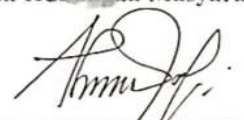
Penguji I : Dr. Dra. Liliek Budiastuti M.Si.
NIP. 196201311987032001



Penguji II : Yofiendi Indah Indainanto, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 199507162024062002



Ketua Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat



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

Semarang, 4 Agustus 2025

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Tetaplah Menjadi Yang Terbaik Dari Yang Terbaik ”

Persembahan:

Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk :

1. Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan hambanya kekuatan.
2. Negara Kesatuan Republik Indonesia yang telah memberikan saya kesempatan belajar.
3. Universitas Diponegoro Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat dan seluruh *civitas* akademik yang saya hormati.
4. Seluruh elemen Toko Bunga Agung Florist

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, penulis memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, rezeki, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan salah satu tanggung jawab besar dalam bentuk Tugas Akhir yang berjudul “Produksi dan Pendampingan dalam Produksi Konten Video Reels untuk Meningkatkan Brand Awareness Toko Bunga Agung Florist bagi Remaja Kota Jakarta Selatan.” Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya.

Tugas Akhir ini disusun sebagai bentuk kontribusi dalam meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) di kalangan remaja Kota Jakarta Selatan terhadap Toko Bunga Agung Florist. Harapannya, karya ini tidak hanya memberikan manfaat bagi audiens, tetapi juga menjadi masukan berharga bagi Toko Bunga Agung Florist dalam mengembangkan konten kreatif dan efektif di masa mendatang. Tercapainya penyusunan Tugas Akhir ini tentu tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, khususnya kepada Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang konstruktif sepanjang proses penulisan. Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih atas segala bentuk dukungan, kritik, saran, dan kerja sama yang telah diberikan. Struktur penyusunan Tugas Akhir ini terdiri dari lima bab, yaitu:

Bab I Pendahuluan, memuat latar belakang permasalahan yang disertai data *survey pre project*, riset daring, serta insight dari media sosial Toko Bunga Agung Florist. Bab ini juga mencakup rumusan masalah, tujuan, manfaat, serta luaran dari proyek yang dilaksanakan.

Bab II Tinjauan Pustaka, berisi telaah terhadap referensi, teori, serta karya sebelumnya yang relevan, yang menjadi dasar dalam pelaksanaan proyek Tugas Akhir ini.

Bab III Metode Pelaksanaan, menjelaskan profil klien, alur pelaksanaan

tugas akhir dari tahap pra-produksi hingga pasca-produksi, serta menyajikan rancangan karya yang dieksekusi dalam proyek.

Bab IV Hasil dan Pembahasan, menggambarkan permasalahan yang ditemukan di lapangan, proses pengerjaan, hingga hasil akhir berupa insight dan evaluasi terhadap produk konten yang telah dibuat.

Bab V Penutup, menyajikan kesimpulan dari keseluruhan proyek serta memberikan saran untuk pengembangan lebih lanjut.

Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pembuatan konten digital dari perspektif public relations. Penulis juga membuka diri terhadap berbagai masukan dan kritik yang membangun demi kesempurnaan karya ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat menjadi inspirasi dan referensi bagi pembaca serta berkontribusi positif bagi kemajuan Toko Bunga Agung Florist.

Semarang, 27 Juli 2025

Penulis

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas akhir ini yang berjudul “ Produksi dan Pendampingan dalam Produksi Konten Video Reels untuk Meningkatkan Brand Awareness Toko Bunga Agung Florist bagi Remaja Kota Jakarta Selatan" dengan baik. Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini tidak akan berhasil tanpa adanya bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, kesehatan, dan kelapangan waktu yang diberikan selama proses penyusunan tugas akhir ini
2. Arifa Rachma Febriyani S.I.Kom.,M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Informasi dan Humas sekaligus Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak ilmu dan menumbuhkan rasa semangat untuk memotivasi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Dr. Dra. Liliek Budiastuti M.Si. dan Yofiendi Indah Indainanto, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku dosen penguji 1 dan dosen penguji 2, yang telah membantu penulis dalam memberi arahan hingga Tugas Akhir ini menjadi lebih baik dan bermanfaat.
4. Ayah dan Bunda, pendamping hidup yang memberikan kasih tiada tara karena telah mendoakan penulis serta memberikan dukungan moral yang tiada hentinya bagi penulis dan memberikan kasih sayang yang terus menerus sebagai sumber kekuatan bagi penulis.
5. Toko Bunga Agung Florist, selaku klien yang telah memberikan kepercayaan dan kesempatan bagi penulis untuk melaksanakan tugas akhir di lingkungan nyata.
6. Teman – teman PARN, Mia, Arya, Arham, Sena dan Rayhan yang telah memberikan warna dalam pertemanan yang penuh suka ria dan canda

tawa sejak sekolah menengah hingga saat ini.

7. Teman – teman Anjaz, yang telah memberikan kenangan yang indah di Kota Semarang dan meluangkan waktu untuk mendukung satu sama lain sampai saat ini.
8. Teman – teman Sumbot Fams, yang hadir dikala suka maupun duka, dan memberikan warna baru bagi penulis selama di Kota Semarang.
9. Najmia, Mahesa, Natasya dan Athalla, yang terlibat langsung dalam proses produksi konten, baik sebagai tim kreatif maupun talent, yang dengan penuh antusias dan kerja sama ikut membantu mewujudkan proyek ini hingga selesai.
10. Rizky Agung Prasetyo, teman dekat selama di Semarang untuk segala pikiran, bantuan serta nasihat dan dukungan semangat yang diberikan selama di Semarang.
11. Elga Angelina Natasya, yang selalu hadir sebagai kekasih, sahabat, teman bertukar pikiran dan tempat paling nyaman. Terimakasih atas segala dukungan dan bantuannya. Apapun yang kita lalui selama ini tidak hanya terbuang sia – sia melainkan elemen penting untuk mewujudkan cita – cita yang terwujud dikemudian hari.
12. Untuk diri saya sendiri yaitu Muhammad Zidan Rizki Rendra, terimakasih telah bertahan sejauh ini dan semoga kata sukses ada ditanganmu untuk membahagiakan diri sendiri dan juga orang disekitarmu.

ABSTRAK

Toko Bunga Agung Florist merupakan toko bunga yang menjual beragam produk bunga. Toko Bunga Agung Florist dihadapkan dengan permasalahan kurangnya *brand awareness* remaja kota Jakarta Selatan, hal ini didasari dengan 102 dari 152 remaja Kota Jakarta Selatan tidak mengetahui Toko Bunga Agung Florist. Kurangnya mayoritas pengetahuan *brand* remaja Kota Jakarta Selatan terdapat pada tingkat *unware of brand*. Selain itu kurangnya pemahaman dalam pembuatan konten kreatif dan serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana informasi dinilai masih kurang. Oleh karena itu tugas akhir ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* sekaligus pendampingan dalam pembuatan konten kreatif dengan pembuatan 8 konten informasi yang melalui tahapan produksi dimulai dari perencanaan konsep menggunakan pendekatan *Structural Storytelling Guide* (SSG), proses pengambilan gambar dengan memperhatikan teknik visual yang sesuai untuk media sosial, hingga tahap pascaproduksi seperti *editing*, penambahan teks, musik, serta desain thumbnail. Dalam kegiatan pendampingan, memberikan arahan dalam hal penentuan ide konten, teknik pengambilan gambar, pengelolaan talent, hingga penyusunan caption yang relevan dan menarik. Hasil dari produksi ini menunjukkan bahwa konten *reels* yang diproduksi dengan konsep yang matang dan visual yang menarik mampu meningkatkan *brand awareness* remaja Toko Bunga Agung Florist berdasarkan hasil *survey post project* dari mayoritas 152 responden sebanyak 26,3% dari *survey pre project*. Selain itu pendampingan pembuatan konten kreatif berhasil terlaksana mulai dari tahap pra produksi, produksi sampai pasca produksi. Dengan demikian, produksi dan pendampingan konten video Reels dinilai efektif sebagai media promosi digital dalam membangun *brand awareness*, khususnya pada segmen remaja di wilayah perkotaan seperti Jakarta Selatan.

Kata Kunci : Produksi Konten, Video *Reels*, Pendampingan, *Awareness*, Media Sosial

ABSTRACT

Agung Florist is a flower shop that sells a variety of floral products. The shop is faced with the problem of low brand awareness among teenagers in South Jakarta, as indicated by data showing that 102 out of 152 teenagers in the area are unaware of Agung Florist. The majority of this lack of awareness falls into the “unaware of brand” category. In addition, there is limited understanding of how to create creative content and use social media effectively as an information channel. Therefore, this final project aims to increase brand awareness while providing guidance in creating creative content through the production of 8 informational content pieces. The production process followed the stages of concept planning using the Structural Storytelling Guide (SSG) approach, image capturing with attention to appropriate visual techniques for social media, and post-production, including editing, adding text, music, and designing thumbnails. The mentoring activities involved providing direction in determining content ideas, shooting techniques, talent management, and crafting relevant and engaging captions. The results of this production show that Reels content produced with a well-thought-out concept and attractive visuals can increase brand awareness among teenagers for Agung Florist, as reflected in the post-project survey results. From a total of 152 respondents, there was a 26.3% increase compared to the pre-project survey. In addition, the creative content creation mentoring was successfully implemented from the pre-production stage to production and post-production. Thus, the production and mentoring of Reels video content proved effective as a digital promotional medium for building brand awareness, especially among the teenage segment in urban areas such as South Jakarta.

Keywords: Content Production, Video Reels, Mentoring, Awareness, Social Media

DAFTAR ISI

<u>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</u>	ii
<u>HALAMAN PERSETUJUAN</u>	iii
<u>PROPOSAL KARYA BIDANG TUGAS AKHIR</u>	iii
<u>HALAMAN PENGESAHAN</u>	iv
<u>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN</u>	v
<u>KATA PENGANTAR</u>	vi
<u>UCAPAN TERIMAKASIH</u>	viii
<u>ABSTRAK</u>	x
<u>ABSTRACT</u>	xi
<u>DAFTAR ISI</u>	xii
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	xv
<u>DAFTAR TABEL</u>	xvii
<u>BAB I PENDAHULUAN</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>1.1 Latar Belakang</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>1.2 Rumusan Masalah</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>1.3 Tujuan</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>1.4 Manfaat</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>1.4.1 Bagi Mahasiswa</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>1.4.2 Bagi Klien</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>1.4.3 Bagi Masyarakat</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>1.5 Luaran</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>2.1 Kajian Karya Terdahulu</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>2.2 Kajian Teori</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>2.2.1 Public Relations</u>	Error! Bookmark not defined.

2.2.2	Strategi Public Relations	Error! Bookmark not defined.
2.2.3	Jenis Media Public Relations	Error! Bookmark not defined.
2.2.4	Instagram	Error! Bookmark not defined.
2.2.5	Reels Instagram	Error! Bookmark not defined.
2.2.6	Videografi	Error! Bookmark not defined.
2.2.7	Pengertian Brand Awareness	Error! Bookmark not defined.
2.2.8	Tujuan Brand Awareness	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENGKARYAAN		Error! Bookmark not defined.
3.1	Profil Klien	Error! Bookmark not defined.
3.2	Segmentasi Target Audiens	Error! Bookmark not defined.
3.3	Konsep Penciptaan Karya	Error! Bookmark not defined.
3.4	Metode Pelaksanaan	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	Pra Produksi	Error! Bookmark not defined.
3.3.3	Produksi	Error! Bookmark not defined.
3.3.4	Pasca Produksi	Error! Bookmark not defined.
3.5	Timeline Pelaksanaan	Error! Bookmark not defined.
3.6	Rancangan Anggaran Biaya	Error! Bookmark not defined.
BAB IV.....		Error! Bookmark not defined.
HASIL DAN PEMBAHASAN		Error! Bookmark not defined.
4.1	Gambaran Umum Permasalahan	Error! Bookmark not defined.
4.2	Tahap Pra Produksi Tugas Akhir	Error! Bookmark not defined.
4.3	Pelaksanaan Produksi Tugas Akhir	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Proses pengambilan gambar dan video	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Timeline pengambilan video	Error! Bookmark not defined.
4.4	Pelaksanaan Pascaproduksi Tugas Akhir	Error! Bookmark not defined.
4.4.1	Proses editing	Error! Bookmark not defined.
4.4.2	Pembuatan Thumbnail dan Captions	Error! Bookmark not defined.

<u>4.5</u>	<u>Publikasi Tugas Akhir</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>4.6</u>	<u>Analisis dan Hasil Evaluasi Tugas Akhir</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>4.6.1</u>	<u>Pembahasan Hasil Produksi Tugas Akhir</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>4.6.2</u>	<u>Tabel Overview Hasil Konten</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>4.6.3</u>	<u>Hasil Post Survei</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>4.6.4</u>	<u>Pendampingan Produksi Video Konten</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>4.7</u>	<u>Hambatan Tugas Akhir</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB V</u>		Error! Bookmark not defined.
<u>PENUTUP</u>		Error! Bookmark not defined.
<u>5.1</u>	<u>Kesimpulan</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>5.2</u>	<u>Saran</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>		Error! Bookmark not defined.
<u>LAMPIRAN</u>		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 1. 1 Media Informasi Instagram Agung Florist</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 1. 2 Media Informasi Website Agung Florist</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 1. 3 dan Gambar 1.4 Performa dari Media Sosial Instagram @agungflorist</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 1. 5 Hasil Survei Pengetahuan Tentang Toko Bunga Agung Florist</u>	Error!
Bookmark not defined.	
<u>Gambar 1. 6 Hasil Survei Tentang pendapat mengenai media sosial milik Toko Bunga Agung Florist</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 1. 7 Hasil Survei Media Sosial yang sering digunakan dalam kehidupan sehari - hari</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 1. 8 Hasil Survei media informasi yang efektif untuk memperkenalkan Agung Florist beserta produknya</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 2. 1 Tingkatan Brand Awareness</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 3. 1 Logo Toko Bunga Agung Florist</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 3. 2 Diagram Alir Pembuatan Karya</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 4. 1 Contoh Pengambilan Gambar Close Up</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 4. 2 Contoh Pengambilan Gambar Close Up</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 4. 3 Contoh Pengambilan Gambar Medium Close Up</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 4. 4 Contoh Pengambilan Gambar Medium Shot</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 4. 5 Contoh Pengambilan Gambar Medium Shot</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 4. 6 Contoh Pengambilan Gambar Long Shot</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 4. 7 Contoh Pengambilan Gambar Long Shot</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 4. 8 Proses Editing Dalam Menentukan Keyframe</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 4. 9 Proses Editing Dalam Pemilihan Transisi</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 4. 10 Proses Editing Dalam Menentukan Font</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 4. 11 Proses Editing Penambahan Bumper Out</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 4. 12 Proses Editing Penambahan Bumper Out</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 4. 13 Proses Pembuatan Thumbnail</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 4. 14 Desain Thumbnail Video Konten</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 4. 15 Insight Konten Informasi - “Kenalan Yuk dengan Bunga di Agung Florist!”</u>	Error! Bookmark not defined.

Gambar 4. 16 Insight Konten Informasi - “Mau Kirim Bunga? Begini Cara Pesannya di Agung Florist”	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 17 Insight Konten Informasi - “Dimana - mana ada Agung Florist ?”	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 18 Konten Informasi - “Gausah bingung gausah bimbang di Agung Florist banyak pilihan”	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 19 Insight Konten Informasi - Rahasia board flowers cantik Agung Florist	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 20 Insight Konten Informasi - Keunikan Agung Florist, Agung Florist Nggak Sekadar Merangkai, Kami Mengerti Perasaan	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 21 Insight Segmen Ada Apa Dengan Bunga #1	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 22 Segmen Ada Apa Dengan Bunga #2	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 23 Hasil Survey Mengetahui Toko Bunga Agung Florist	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 24 Hasil Survey Mengetahui Toko Bunga Agung Florist dari Instagram @agungflorist	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 25 Hasil Survey Akun Instagram @agungflorist Setelah Melakukan Produksi Konten	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 26 Hasil Survei Konten Informatif Toko Bunga Agung Florist	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 27 Hasil Survey Dampak Konten Informatif	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 28 Diskusi Terkait Rancangan Video Konten	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 29 Pendampingan Dalam Pengambilan Video	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 30 Pendampingan Dalam Pengambilan Video	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 31 Pendampingan Sebagai Talent	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

[Tabel 1. 1 Data Penjualan Toko Bunga Agung Florist Tahun 2024](#)**Error! Bookmark not defined.**

[Tabel 1. 2 Produk Toko Bunga Agung Florist](#).....**Error! Bookmark not defined.**

[Tabel 1. 3 Analisis SWOT Toko Bunga Agung Florist](#)**Error! Bookmark not defined.**

[Tabel 3. 1 Rancangan Karya Konten](#)**Error! Bookmark not defined.**

[Tabel 3. 2 Standard Sequence Guide #1](#)**Error! Bookmark not defined.**

[Tabel 3. 3 Standard Sequence Guide #2](#)**Error! Bookmark not defined.**

[Tabel 3. 4 Standard Sequence Guide #3](#)**Error! Bookmark not defined.**

[Tabel 3. 5 Standard Sequence Guide #4](#)**Error! Bookmark not defined.**

[Tabel 3. 6 Standard Sequence Guide #5](#)**Error! Bookmark not defined.**

[Tabel 3. 7 Standard Sequence Guide #6](#)**Error! Bookmark not defined.**

[Tabel 3. 8 Standard Sequence Guide #7](#)**Error! Bookmark not defined.**

[Tabel 3. 9 Standard Sequence Guide #8](#)**Error! Bookmark not defined.**

[Tabel 3. 10 Timeline Pelaksanaan](#)**Error! Bookmark not defined.**

[Tabel 3. 11 Rancangan Anggaran Biaya](#).....**Error! Bookmark not defined.**

[Tabel 4. 1 Perubahan SSG Pada Produksi Konten @agungflorist](#) **Error! Bookmark not defined.**

[Tabel 4. 2 Timeline Pengambilan Video](#)**Error! Bookmark not defined.**

[Tabel 4. 3 Caption Konten Video Reels](#)**Error! Bookmark not defined.**

[Tabel 4. 4 Waktu Publikasi Video Konten Reels](#) ..**Error! Bookmark not defined.**

[Tabel 4. 5 Tabel Overview Hasil Konten](#)**Error! Bookmark not defined.**

[Tabel 4. 6 Pendapat Responden Terhadap Instagram @agungflorist](#) **Error! Bookmark not defined.**

[Tabel 4. 7 Pendapat Responden Ide Konten Untuk @agungflorist](#) **Error! Bookmark not defined.**