



**PRODUKSI VIDEO KONTEN REELS INSTAGRAM
UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE*
JATENG RADIO**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Terapan Program Studi S.Tr. Informasi dan Humas
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang

Oleh :

Qori Safa Nurzikha

NIM. 40020621650073

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



**PRODUKSI VIDEO KONTEN REELS INSTAGRAM
UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE*
JATENG RADIO**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Terapan Program Studi S.Tr. Informasi dan Humas
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang

Oleh :

Qori Safa Nurzikha
NIM. 40020621650073

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan Sebenarnya, Peneliti menyatakan bahwasanya Tugas Akhir ini disusun tanpa mengambil hasil penelitian, baik guna memperoleh suatu gelar sarjana terapan (STr.) yang mana 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 mana sudah disebutkan di dalam rujukan dan di dalam Daftar Pustaka. Peneliti bersedia menerima sanksi apabila terbukti melakukan plagiarisme/penjiplakan

Nama : Qori Safa Nurzikha

NIM : 40020621650073

Tanda Tangan :



Tanggal : 3 Maret 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**PRODUKSI VIDEO KONTEN REELS INSTAGRAM
UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE*
JATENG RADIO**

Oleh:

Qori Safa Nurzikha

NIM. 40020621650073

Semarang, ... Juni 2025

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'A. Naryoso', written over a horizontal line.

Dr. Agus Naryoso, S.Sos., M.Si

NIP. 197508312002121002

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh.

Nama : Qori Safa Nurzikha
NIM : 40020621650073
Program Studi : Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : Produksi Video Konten Reels Instagram
untuk Meningkatkan *Engagement Rate*
Jateng Radio

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

Dosen Pembimbing : Dr. Agus Naryoso, S.Sos, M.Si.
NIP.197508312002121002

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

Dosen Penguji II : Nisrina Laila Nabila, M.I.Kom.
NIP. 199512232024062002



Semarang, 30 Juni 2025

Ketua Prodi Informasi dan Humas



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

NIP. 1992202122020122022

MOTTO DAN PESEMBAHAN

MOTTO

“Allah akan memberi pada waktunya, saat kita sudah benar benar layak
mendapatkannya, sabar.. ikhlas.. semua hanya perlu waktu”

(QS. Al – Baqarah : 286)

“Langkah kecil tetaplah langkah, lebih baik melangkah daripada diam ditempat.
Terkadang kita tidak perlu keyakinan penuh untuk memulai, cukup keberanian
dan niat yang baik”

(Harry Vaughan)

“Jadi lebih dewasa bukan berarti diri ini kehilangan *inner child*, kita harus tetap
punya sisi, dari bagian yang jadi diri kita sendiri. Kita cuman perlu orang yang
tepat yang mau menerima semua bagian kita yang belum tentu semua orang bisa
menerima”

(Arya Mohan)

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini penulis persembahkan untuk :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas karunia yang dilimpahkan kepada penulis
2. Dengan penuh rasa syukur dan cinta yang sangat luas, penulis mempersembahkan Tugas Akhir ini kepada Bapak Rasimin dan Almarhumah Ibu Purwanti yang menjadikan penulis memiliki semangat dan selalu memotivasi agar segera menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Tidak lupa untuk diri saya sendiri yang sudah berjuang dan bertahan selama perkuliahan hingga di titik ini. serta Program Studi Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro dan Diskominfo Jateng dan Jateng Radio.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini. Untuk itu penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada :

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan penulis kenikmatan berupa nikmat iman, islam, dan kesehatan sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik;
2. Orang tua peneliti, Ayah dan Almarhumah Mamah yang mana selalu mendoakan peneliti tanpa henti guna menjadi orang sukses, dukungan moril dan materil untuk peneliti selama berkuliah, serta jasa yang mana tersebut besar guna perkembangan dan pertumbuhan peneliti yang mana tidak bisa peneliti balas satu per satu menjadi motivasi peneliti guna terampil menyelesaikan Tugas Akhir ini lebih awal;
3. Prof. Dr. Ir. Budiyo, M.Si, selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro;
4. Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan (S.Tr) Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro;
5. Dr. Agus Naryoso, S.Sos, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, memberi masukan, serta mendukung penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini;
6. Ibu Dr. Dra. Liliek Budiastuti M.Si. dan Nisrina Laila Nabila M.I.Kom.. selaku Dosen Penguji yang telah menguji serta memberi masukan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini;
7. Seluruh Dosen Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang mana telah mengajar daripada awal semester sampai saat ini dan memberikan banyak pengalaman hidup yang mana memotivasi peneliti guna semangat menjadi orang sukses;

8. Bapak Danang serta Staff IKP Seksi Opini Publik Diskominfo Jateng selaku Pembimbing Lapangan di Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Tengah yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman di dunia kerja serta telah mengizinkan dan membantu penulis dalam mengumpulkan data sebagai bahan Tugas Akhir;
9. Keluarga penulis mulai dari Budhe, Pakdhe, Kakak-kakak, serta Adik Kandung Febi Laila Salsabila yang telah menjadikan motivasi untuk penulis agar cepat menyelesaikan Tugas Akhirnya dan selalu mendukung serta mendoakan penulis untuk menjadi orang yang sukses;
10. Berby Maritza dan Ramadhan Putra Kamaludin, selaku teman seperjuangan penulis selama berkuliah yang selalu peduli, membantu, menghibur serta mendoakan yang terbaik untuk penulis;
11. Anisya Taghsya Safina, Fazira Caroline, Salma Diva, dan Rifdah Amalia, selaku teman penulis dari SMA dan seperjuangan di Paskismanda yang selalu mendukung penulis dan mendoakan penulis yang terbaik;
12. Ratih Ayu dan Maharani Magenta selaku teman seperjuangan KKN yang selalu memberikan semangat dan dukungan saat di KKN untuk menyelesaikan tugas Bab 1 dengan sabar;
13. Teman-teman Magang, Elva Nurcahyo, Zahra Oktavia yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini ;
14. Serta tetangga rumah yang selalu memberikan doa serta dukungannya agar penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik dan tepat waktu.
15. Untuk seseorang yang belum bisa penulis tulis dengan jelas namanya, namun sudah tertulis jelas di *Lauhul Mahfudz* untukku. Terimakasih sudah menjadi sumber motivasi untuk penulis agar segera menyelesaikan Tugas Akhir ini.

KATA PENGANTAR

Tugas Akhir ini dilatarbelakangi oleh permasalahan yang dihadapi Jateng Radio untuk meningkatkan tingkat keterlibatan (*engagement rate*) di media sosial, khususnya pada platform Instagram. Sebagai lembaga penyiaran publik lokal yang memiliki potensi besar dalam mendiseminasikan informasi di wilayah Jawa Tengah, Jateng Radio menghadapi tantangan signifikan berupa rendahnya tingkat kesadaran masyarakat terhadap eksistensinya serta minimnya respons audiens terhadap konten yang dipublikasikan.

Produksi ini secara khusus menelaah efektivitas pemanfaatan konten Instagram *Reels* (fitur video berdurasi pendek) sebagai strategi komunikasi digital untuk meningkatkan *engagement rate* dan memperkuat branding Jateng Radio. Dalam konteks pembangunan merek, media sosial telah mengalami transformasi menjadi salah satu kanal utama bagi institusi untuk menjangkau khalayak yang lebih luas melalui penyajian konten visual yang menarik dan narasi yang persuasif. Namun demikian, optimalisasi penggunaan fitur *Reels* oleh Jateng Radio masih belum maksimal, sehingga potensi interaksi dengan pengguna menjadi terbatas.

Penyusunan Tugas Akhir ini tentu tidak dapat tercapai tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung, selama proses penyusunan penelitian ini. Diharapkan, hasil produksi ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi Jateng Radio dalam memperkuat strategi komunikasi digitalnya, serta menjadi rujukan bermanfaat bagi para pemangku kepentingan yang memiliki minat dalam optimalisasi media sosial sebagai sarana promosi yang efektif.

Semarang, 30 Juni 2025



Qori Safa Nurzikha

ABSTRAK

Perkembangan media sosial sebagai sarana komunikasi digital telah mendorong lembaga penyiaran untuk mengadopsi strategi promosi yang adaptif dan relevan dengan perilaku audiens. Jateng Radio, sebagai media penyiaran daring milik Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, menghadapi tantangan dalam meningkatkan keterlibatan pengguna (engagement rate) pada akun Instagram resminya. Permasalahan utama yang diidentifikasi adalah rendahnya interaksi pengguna terhadap konten yang dipublikasikan. Produksi ini bertujuan untuk memproduksi dan menganalisis efektivitas konten Instagram Reels sebagai media promosi guna meningkatkan engagement rate akun @jatengradio. Metode yang digunakan dalam proyek ini meliputi perencanaan konten, produksi video berdurasi pendek dengan pendekatan visual yang menarik, serta distribusi melalui platform Instagram. Kinerja konten diukur melalui indikator keterlibatan digital, seperti jumlah like, komentar, share, dan save. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi ini berhasil meningkatkan engagement rate dari 1,39% menjadi 4,71%. Selain itu, terjadi peningkatan jumlah pengikut sebanyak 200 akun, dan terdapat respons positif dari pengikut lama terhadap format Reels yang dinilai lebih menarik dibandingkan jenis konten lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa produksi konten video Instagram Reels terbukti menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan engagement rate dan memperkuat kehadiran digital Jateng Radio di tengah persaingan media modern.

Kata Kunci: Instagram Reels, Engagement rate, Media Sosial, Produksi Video, Strategi Konten, Jateng Radio

ABSTRACT

The rise of social media as a digital communication tool has compelled broadcasting institutions to adopt adaptive promotional strategies aligned with audience behavior. Jateng Radio, an online broadcasting platform under the Government of Central Java Province, faces challenges in enhancing user engagement on its official Instagram account. The core issue lies in the low level of audience interaction with published content. This study aims to produce and evaluate the effectiveness of Instagram Reels content as a promotional medium to increase the engagement rate of the @jatengradio account. The methodology includes content planning, short-form video production using visually appealing and creative approaches, and distribution via Instagram. The performance of the content was assessed using digital engagement metrics such as likes, comments, shares, and saves. The results indicate a significant improvement in engagement rate, increasing from 1.39% to 4.71%. Additionally, the account gained 200 new followers, with existing followers expressing higher interest in and interaction with Reels content compared to other formats. In conclusion, the production of Instagram Reels content proves to be an effective strategy for enhancing engagement rate and strengthening Jateng Radio's digital presence amid the competitive landscape of modern media.

Keywords: Instagram Reels, Engagement Rate, Social Media, Video Production, Content Strategy, Jateng Radio

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO DAN PESEMBAHAN	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	22
1.3 Tujuan	22
1.4 Manfaat	22
1.4.1 Manfaat Akademik	23
1.4.2 Manfaat Praktis	23
1.4.3 Manfaat Sosial	23
1.5 Luaran	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	24
2.1 Kajian Pustaka	24
2.1.1 Kajian Karya Terdahulu	24
2.2 Landasan Teori	25
2.2.1 Definisi Humas	25
2.2.2 Tujuan Humas	26
2.2.3 Peran Humas	27
2.2.4 Media Kehumasan	27

2.3 Produksi Media Public Relation	30
2.4 Videografi.....	30
2.5 Produksi Konten Media Sosial	33
2.6 Media Sosial Instagram	33
2.7 Pengertian Video	34
2.8 Penulisan Naskah	35
2.9 Pengertian Konsep Engagement Rate	35
2.10 Strategi Pengelolaan Konten	36
2.11 Pengertian Capcut Dan Fitur di dalamnya	36
2.12 Teori Proses Produksi	37
BAB III METODE PENCIPTAAN KARYA	39
3.1 Klien Penciptaan Karya	39
3.2 Profil Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Tengah	39
3.2.1 Visi Pelayanan Informasi Publik Diskominfo Jateng	40
3.2.2 Misi Pelayanan Informasi Publik Diskominfo Jateng	40
3.3 Gambaran Penciptaan Karya Video Konten Promosi	40
3.4 Konsep Penciptaan Karya	41
3.5 Metode Penciptaan Karya.....	42
3.5.1 Pra Produksi	42
3.5.2 Produksi	47
3.5.3 Pasca Produksi	53
3.6 Segmentasi.....	57
3.6.1 Segmentasi Demografis	57
3.6.2 Segmentasi Psikografis	57
3.6.3 Segmentasi Geografis	57
3.7 Indikator Kinerja Utama (<i>Key Performance Indicators/KPI</i>) Instagram – @jatengradio	58
3.8 Standard Sequence Guide.....	61
3.8 Storyboard	71
3.9 Anggaran Pelaksanaan Penciptaan Karya	77
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	78

4.1 Deskripsi Tahapan Pra-Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi.....	78
4.1.1 Tahapan Pra-Produksi.....	78
4.1.2 Tahapan Produksi	88
4.1.3 Tahapan Pasca-Produksi	93
4.2 Pembahasan Hasil Konten.....	97
4.2.1 Analisis <i>Standard Sequence Guide</i> (SSG).....	97
4.2.2 Analisis Hasil Posting.....	115
4.2.3 Perhitungan Sample Analisis <i>Engagement Rate</i>	120
4.2.4 Analisis Perbandingan Data <i>Engagement Rate</i> Akun Instagram @Jatengradio	126
4.2.5 Hasil <i>Review</i> Klien Terhadap Produksi Video Konten	127
4.3 Keberlanjutan (<i>Sustainability</i>).....	128
4.4 Hambatan dan Tindak Lanjut.....	130
4.4.1 Hambatan.....	131
4.4.2 Tindak Lanjut	134
BAB V PENUTUP.....	137
5.1 Kesimpulan.....	137
5.2 Saran.....	138
5.2.1 Saran bagi Jateng Radio	138
5.2.2 Saran bagi Penulis Selanjutnya.....	140
DAFTAR PUSTAKA	142
LAMPIRAN.....	145

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Beranda Web Jateng Radio	2
Gambar 1.2 Tampilan Pengikut @jatengradio.....	9
Gambar 1.3 Tampilan Youtube Jateng Radio.....	10
Gambar 1.4 Diagram Survei Sumber Informasi dan Hiburan.....	12
Gambar 1.5 Diagram Ketertarikan Mendengarkan Jateng Radi	13
Gambar 1.6 Diagram Faktor yang Memengaruhi Ketertarikan Mendengar Jateng Radio	13
Gambar 1.7 Diagram Ketertarikan Jateng Radio Hadir di Platform Digital ..	14
Gambar 1.8 Perbandingan Akun Media Sosial Instagram @jatengradio dan @rri_official	17
Gambar 1.9 Analisis <i>Engagement Rate</i> Instagram Jateng Radio	19
Gambar 2.1 Proses Produksi Konten	38
Gambar 3.1 Tahapan Produksi Video Konten Reels Instagram untuk Meningkatkan <i>Engagement Rate</i> Jateng Radio.....	42
Gambar 4.1 Bukti Pengajuan Perizinan	80
Gambar 4.2 Pembuatan Naskah <i>Standard Sequence Guide</i> (SSG) dan Storyboard	81
Gambar 4.1 Pengaturan Lokasi	86
Gambar 4.2 Pengaturan Pengambilan Gambar	91
Gambar 4.3 Pengaturan Pengambila Gambar	92
Gambar 4.4 Persiapan bahan konten.....	93
Gambar 4.5 Tampilan pada menu Proyek baru.....	94
Gambar 4.6 Penambahan transisi dan Subtittle.....	94
Gambar 4.7 Penambahan audio.....	95
Gambar 4.8 Penambahan efek dan filter warna	96
Gambar 4.9 Pratinjau konten.....	96
Gambar 4.10 Ekspor video.....	97
Gambar 4.11 Formula <i>Engagement Rate</i>	120

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Data Respons Program Jateng Radio	7
Tabel 1.3 Tabel Perbandingan Target Capaian Harapan Jateng Radio Vs. Realita Di Jateng Radio.....	8
Tabel 1.4 Data Statistik Youtube Jateng Radio	10
Tabel 3.1 <i>Key Performance Indicators</i>	58
Tabel 3.2 Penjelasan Element Kpi	60
Tabel 3.12 Standard Sequence Guide #1	62
Tabel 3.3 Standard Sequence Guide #2	63
Tabel 3.4 Standard Sequence Guide #3	64
Tabel 3.5 Standard Sequence Guide #4	65
Tabel 3.6 Standard Sequence Guide #5	66
Tabel 3.7 Standard Sequence Guide #6	67
Tabel 3.8 Standard Sequence Guide #7	68
Tabel 3.9 Standard Sequence Guide #8	69
Tabel 3.10 Standard Sequence Guide #9	70
Tabel 3.11 Standard Sequence Guide #10	70
Tabel 3.14 <i>Storyboard</i> #2 Profile Tim Jateng Radio	72
Tabel 3.15 <i>Storyboard</i> #3	73
“Berdirinya Jateng Radio Dan Program Unggulan”	73
Tabel 3.16 <i>Storyboard</i> #4.....	73
Tabel 3.18 <i>Storyboard</i> #6.....	74
Tabel 3.19 <i>Storyboard</i> #7	75
Tabel 3.20 <i>Storyboard</i> #8	75
Tabel 3.21 <i>Storyboard</i> #9	76
Tabel 3.22 <i>Storyboard</i> #10.....	76
Tabel 3.23 Anggaran Pelaksanaan Penciptaan Karya.....	77
Tabel 4.1 Tim Serta <i>Talent</i> Video Konten Reels Instagram	83
Tabel 4.2 Alat Dan Properti Yang Digunakan	87
Tabel 4.3 Jadwal Shooting	89

Tabel 4.4 Analisis Standard Sequence Guide (Ssg) 1.....	98
Tabel 4.5 Analisis Standard Sequence Guide (Ssg) 2.....	100
Tabel 4.6 Analisis Standard Sequence Guide (Ssg) 3.....	102
Tabel 4.7 Analisis Standard Sequence Guide (Ssg) 4.....	104
Tabel 4.8 Analisis Standard Sequence Guide (Ssg) 5.....	106
Tabel 4.9 Analisis Standard Sequence Guide (Ssg) 6.....	108
Tabel 4.10 Analisis Standard Sequence Guide (Ssg) 7.....	111
Tabel 4.11 Analisis Standard Sequence Guide (Ssg) 8.....	113
Tabel 4.12 Analisis Hasil Posting.....	115
Table 4.13 Tabel Perbandingan Performa Konten Instagram @Jatengradio Sebelum Dan Sesudah Produksi Konten Reels	118
Tabel 4.14 Sample Data Postingan	121
Tabel 4.15 Hasil Evaluasi Kpi	125
Table 4.16 Rencana Keberlanjutan (<i>Sustainability Plan</i>) Produksi Konten Reels Jateng Radio	129

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Perizinan Penelitian.....	145
Lampiran 2 : Surat Balasan Diskominfo Jateng.....	146
Lampiran 3 : Sertifikat Velt	147
Lampiran 4 : Sertifikat HKI	148
Lampiran 5 : Hasil Turnitin	149
Lampiran 6 : Surat Bebas Plagiasi	150