



**PRODUKSI VIDEO KONTEN *REELS* INSTAGRAM
UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE* BAGI
KOMUNITAS SATOE ATAP MELALUI PLATFORM
INSTAGRAM @SATOEATAP**

TUGAS AKHIR

Oleh :

Wahyuni Sofyan

40020621650123

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



**PRODUKSI VIDEO KONTEN *REELS* INSTAGRAM
UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE* BAGI
KOMUNITAS SATOE ATAP MELALUI PLATFORM
INSTAGRAM @SATOEATAP**

TUGAS AKHIR

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

Oleh :

Wahyuni Sofyan

40020621650123

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa skripsi 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 skripsi 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 plagiaris / penjiplakan.

Nama : Wahyuni Sofyan

NIM : 40020621650123

Tanda Tangan : 

Tanggal : 26 Juni 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**PRODUKSI VIDEO KONTEN *REELS* INSTAGRAM UNTUK
MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE* BAGI KOMUNITAS
SATOE ATAP MELALUI PLATFORM INSTAGRAM
*@SATOEATAP***

Oleh:

**Wahyuni Sofyan
40020621650123**

Semarang, 26 Juni 2025

**Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing**



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

NIP. 199202122020122022

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Wahyuni Sofyan
NIM : 40020621650123
Program Studi : Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : Produksi Video Konten *Reels* Instagram Untuk
Meningkatkan *Engagement Rate* Bagi Komunitas
Satoc Atap Melalui Platform Instagram @satocatap

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 :	Arifa Rachma Febriyani S.I.Kom., M.I.Kom.	()
	NIP. 199202122020122022	
Penguji I :	Dr. Dra. Liliek Budiastuti M.Si.	()
	NIP. 196201311987032001	
Penguji II :	Deony Dewanggi Mulyono M.I.Kom.	()
	NIP. 199612032024062002	

Semarang, 26 Juni 2025

Ketua Prodi Informasi dan Humas



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

NIP. 199202122020122022

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun Tugas Akhir ini dengan judul “Produksi Video Konten Reels Instagram Untuk Meningkatkan *Engagement Rate* Bagi Komunitas Satoe Atap Melalui Platform Instagram @satoeatap.”

Melalui tugas akhir ini, penulis berupaya untuk memberikan kontribusi dalam upaya pengembangan suatu komunitas khususnya bagi Komunitas Satoe Atap, sebagai komunitas yang bergerak di bidang sosial pendidikan, melalui adanya upaya pengembangan platform media sosial Instagram. Penelitian ini tentunya didasarkan pada keyakinan dan pertimbangan yang baik, bahwa dengan adanya produksi media *public relations*, seperti produksi video konten *reels*, dapat meningkatkan *engagement rate* bagi platform Instagram Komunitas Satoe Atap. Maka, dengan demikian diharapkan proyek tugas akhir ini, dapat memberikan solusi serta persepsi yang lebih luas untuk memperkenalkan Komunitas Satoe Atap lebih lanjut, bagi masyarakat luas. Sejalan dengan hal tersebut, maka proyek tugas akhir ini dibuat untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan. Pembahasan dari proyek tugas akhir ini telah disusun yang terdiri dari 5 BAB, adapun untuk penyusunannya dapat dijelaskan dalam paparan berikut ini.

BAB I PENDAHULUAN : Pada bab ini, penulis menjelaskan mengenai latar belakang permasalahan mengenai rendahnya *engagement rate* platform Instagram Komunitas Satoe Atap. Melalui hasil pra-survei, audiens sudah mengenai platform Instagram komunitas, namun hasil *engagement rate*, masih tergolong rendah. Maka, dengan demikian diperlukan adanya strategi untuk meningkatkan *engagement rate* melalui produksi konten, pada platform Instagram. Selanjutnya, di bagian rumusan masalah, maka didapatkan output untuk membuat video konten *reels* pada platform Instagram, untuk meningkatkan *engagement rate*.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA : Dalam bab ini, maka akan dipaparkan pula mengenai beberapa kajian pustaka yang relevan dan sesuai dengan proyek tugas akhir ini, selain itu juga diperkuat dengan teori-teori yang dapat menguatkan proyek tugas akhir ini.

BAB III METODE PELAKSANAAN : Pada bab ini maka akan dijelaskan mengenai tahapan-tahapan dalam produksi karya bidang, serta akan dijelaskan lebih lanjut mengenai konsep dan naskah yang dipaparkan dalam *Standard Sequence Guide*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN : Pada bab ini akan dijelaskan mengenai hasil antara rencana pada bagian pra-produksi dengan realita produksi, serta *review* hasil karya bidang yakni pembuatan video konten *reels* pada platform Instagram Komunitas Satoe Atap.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN : Kesimpulan dan saran disampaikan dari terlaksananya produksi karya bidang, yang merujuk kepada Komunitas Satoe Atap, dengan tujuan sebagai pengembangan Komunitas Satoe Atap dalam pemanfaatan platform Instagram.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Maka, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.” (Q.S Al-Insyirah: 5-6)

Persembahan:

Dengan segala kerendahan hati, serta rasa syukur yang mendalam, maka karya ini penulis persembahkan kepada diri sendiri yang selalu bertahan di setiap rasa lelah, ragu, dan segala bentuk perjuangan yang telah dilalui. Kepada kedua orang tua, yang dengan tulus selalu memberikan doa dan kasih sayang nya, sehingga menjadi kekuatan yang paling tulus bagi penulis. Kepada sahabat-sahabat terbaik penulis, yang selalu hadir di tengah tawa maupun tangis, dan kepada segenap civitas akademika Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, yang telah menjadi bagian penting dalam proses belajar penulis. Terima kasih banyak.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur senantiasa saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun Tugas Akhir ini dengan judul “Produksi Video Konten Reels Instagram Untuk Meningkatkan *Engagement Rate* Bagi Komunitas Satoe Atap Melalui Platform Instagram @satoeatap.” Tentunya, penulisan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari dukungan serta bantuan dari pihak-pihak yang selalu membantu, membimbing, memberikan arahan, serta motivasi bagi penulis.

Penulis juga menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini tidak akan terselesaikan dengan baik, tanpa adanya arahan, bimbingan, maupun dukungan dari berbagai belah pihak. Maka, pada kesempatan ini, izinkan penulis untuk mengucapkan beribu terima kasih kepada pihak-pihak berikut.

1. Arifa Rachma Febriyani S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi S.Tr Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, serta Dosen Pembimbing Tugas Akhir, yang selalu mengarahkan, membimbing, membantu, dan memotivasi penulis dalam setiap langkah dan proses penulisan proyek Tugas Akhir ini hingga selesai.
2. Dr. Dra. Liliek Budiastuti M.Si. selaku Dosen Penguji Tugas Akhir, yang selalu memberikan masukan yang sesuai dan mendukung, dengan tugas akhir yang telah penulis susun.
3. Deony Dewanggi Mulyono M.I.Kom. selaku Dosen Penguji Tugas Akhir, yang selalu memberikan saran serta masukan yang membangun, terhadap tugas akhir yang telah penulis susun.
4. Kedua orang tua penulis, yakni Bapak Endang Sopyan dan Ibu Mimin Karmini, yang tak henti-hentinya menengadahkan doa bagi kesuksesan penulis, memberikan *support* dan selalu menyemangati penulis dalam setiap langkah menulis dan menyusun tugas akhir ini. Bahkan dari

sejak awal penulis menempuh dunia perkuliahan, tak henti-hentinya penulis bersyukur akan kehadiran kedua orang tua yang selalu mendoakan, menyemangati, serta mendukung langkah yang penulis ambil. Penulis juga selalu mendoakan kesehatan, keselamatan dunia dan akhirat, keberkahan, serta rezeki yang berkah bagi kedua orang tua penulis. *Terima kasih Mah, Pak, ternyata ade bisa selesai menulis dan menyusun tugas akhir! Love u!*

5. Pihak Komunitas Satoe Atap yakni Kak Edo Erdian, selaku Koordinator Komunitas, lalu Kak Rachma selaku *Leader* Divisi Sosial Media, Kak Anin selaku *Leader* Divisi Humas, serta seluruh pihak internal komunitas yang telah terlibat dalam membantu menyelesaikan proyek Tugas Akhir ini, penulis tak henti-hentinya mengucapkan terima kasih atas segala bantuan yang diulurkan oleh pihak klien. Mulai dari tahap perizinan, pembuatan karya, hingga tahap publikasi, semua langkah dimudahkan di setiap prosesnya. Semoga Komunitas Satoe Atap sukses dan selalu menginspirasi banyak orang. *Keep inspiring!*
6. Saudara kandung penulis, yakni Anisya Putri Sopyani dan Irtiza Zunaira Sofyan. Tak henti-hentinya penulis mengucapkan syukur atas setiap uluran bantuan, *support* dan semangat dari Kakak dan Adik penulis. Tete yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis, selalu memberikan semangat dan menjadi *support system*, serta selalu membantu penulis jika ada kesulitan, tak lupa juga Tete yang selalu ada untuk penulis. Lalu, ada adik penulis yaitu Ara yang selalu menjadi *moodbooster* dan *support system* bagi penulis, selalu menghibur penulis, dan selalu menjadi penyemangat bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan proyek Tugas Akhir ini. *Thank you so much untuk Nyanyah dan Ayya! I love u!*

7. Teman karib dan sahabat penulis di dunia perkuliahan, yakni Angelin Andrea Alviano, Muthia Khansa Zharifah dan Nabila Nur Annisa Kusuma Putri. Penulis selalu bersyukur dipertemukan dengan tiga orang hebat, yang selalu mengerti dan saling memahami satu sama lain. Untuk Angel, terima kasih banyak karena telah kebersamai sejak awal masuk perkuliahan, hingga proyek Tugas Akhir ini yang ternyata sama pilihan kliennya. Terima kasih banyak sudah menjadi teman yang baik, saling peduli, dan selalu mengerti satu sama lain. Untuk Muthia, terima kasih karena sudah banyak sekali membantu penulis dalam segi apapun sejak bertemu di dunia perkuliahan. Terima kasih karena sudah menjadi teman yang baik dan selalu ada. Untuk Abel, terima kasih banyak karena selalu kebersamai penulis dalam keadaan suka maupun duka. Terima kasih banyak sudah menjadi teman yang baik, dan banyak membantu penulis di dunia perkuliahan ini hingga proyek Tugas Akhir selesai. *Sebenarnya ungkapan terima kasih saja tidak cukup, tapi terima kasih banyak ya, teman-teman, see you again! Semoga kalian sukses selalu ya! Keep going and gonna miss u all!*
8. Kakak sepupu yang sudah penulis anggap seperti teman karib sendiri, penulis ucapkan terima kasih banyak karena sudah selalu menemani penulis, selalu menyemangati penulis, serta kebersamai dan memberikan *support* kepada penulis, dalam menyusun proyek Tugas Akhir ini. Terima kasih penulis ucapkan kepada Teh Titin, Teh Caca, Teh Sella, dan seluruh kakak-kakak saudara sepupu yang selalu mendoakan kesuksesan bagi penulis. *Terima kasih banyak semuanya! Love u!*
9. Teman karib penulis yang selalu ada sejak dulu hingga sekarang, mereka selalu menyemangati penulis, selalu mendengarkan keluh kesah penulis, serta selalu kebersamai proses penulis di setiap

langkah yang penulis ambil. Terima kasih penulis ucapkan kepada Luthfia Nur Ichsani, Via Aprillia, Sasthia Alfiani Zakia, Ratu Monarfha, Feiza Sista, Azhar Amanda, dan semuanya yang tentunya tak bisa penulis sebutkan satu persatu. Tetapi, penulis sangat bersyukur bisa bertemu dengan teman-teman yang baik hati, dan selalu mengerti satu sama lain. *Thank you and love u all!*

10. Tak lupa juga penulis ucapkan terima kasih kepada seluruh keluarga besar penulis yang tak henti-hentinya, selalu memberikan doa dan dukungan bagi penulis, dalam langkah menempuh dunia pendidikan ini. *Terima kasih banyak!*
11. Terakhir, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih untuk diri sendiri Wahyuni Sofyan. Yun, terima kasih ya sudah bertahan hingga saat ini, ternyata kamu sudah melangkah sejauh ini. Mungkin, ada rasa tidak percaya sudah ada di tahap ini, tapi ternyata kamu bisa! Prosesnya tidak mudah dan banyak lika-liku, tapi setelah dijalani, justru kamu bisa melewati setiap langkah itu. *Bismillah untuk tahap selanjutnya ya, pasti kamu bisa melewati proses apapun dan langkah yang akan kamu ambil kedepannya, setelah lulus dari perguruan tinggi negeri ini. Semangat teruss, danna yakinn kalau kamu bisa, bisa dan bisa! Terima kasih Yuni! You must be proud of yourself! Love you.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	viii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
ABSTRAK.....	xx
ABSTRACT.....	xxi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	19
1.3 Tujuan.....	19
1.4 Manfaat.....	19
1.5 Luaran.....	20
BAB II.....	21
TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Kajian Karya Terdahulu.....	21
2.2 Landasan Teori.....	24
2.2.1 Public Relations.....	24
2.2.2 Produksi Media Public Relations.....	25
2.2.3 Engagement Rate.....	27
2.2.4 Instagram.....	28
2.2.5 Reels Instagram.....	31
2.2.6 Teknik Videografi.....	32
BAB III.....	37
METODE.....	37

3.1 Konsep Karya Bidang.....	37
3.1.1 Profil Klien.....	37
3.1.2 Karya Bidang.....	41
3.2 Segmentasi/Target Audiens.....	41
3.2.1 Segmentasi Demografis.....	41
3.2.2 Segmentasi Geografis.....	41
3.2.3 Segmentasi Psikografis.....	41
3.3 Diagram Alir Pembuatan.....	41
3.4 Metode Penciptaan Karya.....	42
3.4.1 Pra Produksi.....	42
3.4.2 Produksi.....	70
3.4.3 Pasca Produksi.....	71
3.5 Timeline Pelaksanaan.....	73
3.6 Rancangan Anggaran Biaya.....	74
BAB IV.....	75
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1 Gambaran Umum Permasalahan.....	76
4.2 Analisis Masalah.....	77
4.3 Analisis Tahap Pra Produksi.....	78
4.3.1 Pembuatan Tema Konten.....	78
4.4 Pelaksanaan Produksi Tugas Akhir.....	79
4.4.1 Perubahan Konsep Video.....	80
4.4.2 Jadwal dan Publikasi Konten.....	80
4.4.3 Implementasi SSG dalam Produksi Tugas Akhir.....	81
4.4.4 Pelaksanaan Shooting Video.....	84
4.4.5 Proses Editing Video.....	87
4.4.6 Pembuatan Cover Video Reels serta Caption.....	93
4.5 Publikasi Tugas Akhir.....	99
4.5.1 Timeline Publikasi Konten.....	99
4.5.2 Publikasi Konten Instagram.....	100
4.5.3 Hasil Review Pihak Klien Komunitas Satoe Atap.....	101
4.6 Evaluasi Proyek Tugas Akhir.....	102
4.6.1 Hasil Konten Berdasarkan Capaian Indikator Keberhasilan.....	103
4.6.2 Hasil Konten Berdasarkan Engagement Rate.....	113
4.7 Analisis Konten.....	118

4.7.1 Analisis Konten Berdasarkan Like.....	120
4.7.2 Analisis Konten Berdasarkan Comment.....	122
4.7.3 Analisis Konten Berdasarkan Share.....	123
4.8 Analisis Kebutuhan Masyarakat.....	123
4.8.1 Analisis Kebutuhan Berdasarkan Like dan Share.....	124
4.8.2 Analisis Kebutuhan Berdasarkan Comment.....	125
4.9 Keberlanjutan Proyek.....	132
4.10 Hambatan Produksi Tugas Akhir.....	133
BAB V.....	134
KESIMPULAN.....	134
5.1 Kesimpulan.....	134
5.2 Saran.....	135
DAFTAR PUSTAKA.....	137
LAMPIRAN.....	140

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kuesioner pengetahuan responden mengenai platform Instagram komunitas.....	3
Gambar 1.2 Analisis Platform Instagram Satoe Atap.....	4
Gambar 1.3 Konten informatif komunitas Satoe Atap.....	9
Gambar 1.4 Feeds Komunitas Satoe Atap.....	12
Gambar 1.5 Kuesioner tentang Platform Media Sosial yang sering digunakan.....	13
Gambar 1.6 Kuesioner mengenai jenis konten yang disukai oleh responden.....	14
Gambar 1.7 Kuesioner mengenai Media Sosial.....	15
Gambar 1.8 Kuesioner tentang format konten yang disukai audiens.....	18
Gambar 2.1 Rumus menghitung Engagement Rate.....	28
Gambar 3.1 Diagram Alir Pembuatan Karya.....	42
Gambar 4.1 Engagement Rate Instagram Satoe Atap.....	77
Gambar 4.2 Proses shooting di Spot Seroja Komunitas Satoe Atap.....	85
Gambar 4.3 Proses shooting di Spot Badak Komunitas Satoe Atap.....	86
Gambar 4.4 Hasil Proses Editing Semua Konten.....	88
Gambar 4.5 Menambahkan beberapa efek dalam footage video.....	89
Gambar 4.6 Menambahkan elemen-elemen penting.....	90
Gambar 4.7 Menambahkan fitur-fitur aplikasi dalam footage.....	91
Gambar 4.8 Bagian penutup dengan menambahkan Call to Action.....	92
Gambar 4.9 Desain Cover Video Reels Instagram.....	94
Gambar 4.10 Proses Editing Cover Video Reels Instagram.....	95
Gambar 4.11 Hasil Analisis Interaksi Konten 1.....	105
Gambar 4.12 Hasil Analisis Interaksi Konten 2.....	106

Gambar 4.13 Hasil Analisis Interaksi Konten 3.....	107
Gambar 4.14 Hasil Analisis Interaksi Konten 4.....	108
Gambar 4.15 Hasil Analisis Interaksi Konten 5.....	110
Gambar 4.16 Hasil Analisis Interaksi Konten 6.....	111
Gambar 4.17 Hasil Analisis Interaksi Konten 7.....	112
Gambar 4.18 Hasil Engagement Rate.....	114
Gambar 4.19 Data Pertumbuhan Followers Sebelum Publikasi.....	115
Gambar 4.20 Data Pertumbuhan Followers Sesudah Publikasi.....	116
Gambar 4.21 Data jumlah audiens yang dijangkau melalui postingan.....	117
Gambar 4.22 Data jumlah distribusi tayangan organik konten.....	118
Gambar 4.23 Tiga konten terbaik yang telah diunggah.....	120
Gambar 4.24 Rata-rata jumlah like postingan konten.....	121
Gambar 4.25 Rata-rata jumlah comment postingan konten.....	122
Gambar 4.26 Respon positif audiens mengenai konten pertama.....	126
Gambar 4.27 Respon positif audiens mengenai konten kedua.....	127
Gambar 4.28 Respon positif audiens mengenai konten ketiga.....	127
Gambar 4.29 Respon positif audiens mengenai konten keempat.....	128
Gambar 4.30 Respon positif audiens mengenai konten kelima.....	129
Gambar 4.31 Respon positif audiens mengenai konten keenam.....	130
Gambar 4.32 Respon positif audiens mengenai konten ketujuh.....	131
Gambar 4.33 Rancangan content pillar.....	132

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Analisis insight Komunitas Satoe Atap.....	5
Tabel 1.2 Analisis konten dari komunitas lain.....	16
Tabel 3.1 Rancangan Karya Semua Konten.....	46
Tabel 3.2 Tabel Indikator Keberhasilan.....	48
Tabel 3.3 Tabel Indikator Kegagalan.....	49
Tabel 3.4 Jadwal Publikasi Konten.....	54
Tabel 3.5 Standard Sequence Guide #Konten 1.....	56
Tabel 3.6 Standard Sequence Guide #Konten 2.....	59
Tabel 3.7 Standard Sequence Guide #Konten 3.....	61
Tabel 3.8 Standard Sequence Guide #Konten 4.....	63
Tabel 3.9 Standard Sequence Guide #Konten 5.....	65
Tabel 3.10 Standard Sequence Guide #Konten 6.....	67
Tabel 3.11 Standard Sequence Guide #Konten 7.....	69
Tabel 3.12 Timeline Pelaksanaan.....	73
Tabel 3.13 Rancangan Anggaran Biaya.....	74
Tabel 4.1 Perencanaan Tema Konten.....	79
Tabel 4.2 Perubahan Rancangan Standard Sequence Guide.....	81
Tabel 4.3 Caption Konten.....	96
Tabel 4.4 Timeline Publikasi Konten.....	99
Tabel 4.5 Publikasi Konten Melalui Instagram.....	101
Tabel 4.6 Hasil Konten Berdasarkan Indikator Keberhasilan.....	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Penelitian dan Pengambilan Data.....	140
Lampiran 2. Hasil Turnitin Tugas Akhir.....	141

ABSTRAK

Komunitas Satoe Atap merupakan komunitas yang bergerak di bidang sosial pendidikan, di kota Semarang. Komunitas ini dibentuk sejak tahun 2007, dan memiliki akun media sosial Instagram sebagai media utama komunitas dalam berinteraksi dengan audiens. Namun, penggunaan media sosial Instagram ini tentunya belum cukup efektif, sehingga diketahui bahwa hasil *engagement rate* platform Instagram komunitas cukup rendah yakni hanya sekitar 0,72%. Tentu hal ini mengindikasikan bahwasanya penggunaan platform media sosial Instagram komunitas, belum efektif dalam berinteraksi dengan audiens. Pelaksanaan produksi media *public relations* dalam proyek tugas akhir ini melakukan publikasi konten sebanyak tujuh video dalam bentuk *reels* Instagram. Tujuannya untuk meningkatkan *engagement rate*, serta keterlibatan dan interaksi dengan audiens melalui konten-konten yang telah diunggah. Metode pelaksanaan yang dilakukan yakni, dengan mengimplementasikan empat tahapan, yakni *fact finding*, *planning and programming*, *action and communicating*, dan *evaluation*. Hasil dalam produksi video konten *reels* ini menunjukkan adanya peningkatan *engagement rate* sebesar 0,4%, yang mana sebelumnya *engagement rate* platform Instagram Komunitas Satoe Atap hanya sebesar 0,72%, meningkat menjadi 1,12%. Dengan peningkatan hasil *engagement rate* ini, maka membuktikan adanya efektivitas dalam menerapkan produksi konten video *reels* pada platform Instagram. Selain itu, dalam pelaksanaan produksi media *public relations* ini, keseluruhan konten mencapai indikator keberhasilan yang telah dirancang, yakni dari segi jumlah *like*, *comment* dan juga *share*. Hal tersebut menunjukkan keberhasilan dalam produksi media *public relations* yang telah dirancang secara cermat dan tepat.

Kata kunci: *Engagement Rate*, Komunitas Satoe Atap, Produksi Video Konten *Reels*, Instagram.

ABSTRACT

Satoe Atap community is a social education community based in Semarang city. Established in 2007, the community utilizes Instagram as its primary social media platform to interact with audiences. However, the use of Instagram has not been entirely effective, as evidenced by a relatively low engagement rate of approximately 0.72%. This indicates that the community's Instagram platform has not been effective in interacting with audiences. As part of a final project, a public relations media production was implemented, publishing seven video content pieces in the form of Instagram Reels. The goal was to increase engagement rates, involvement, and interaction with the audience through the uploaded content. The implementation method consisted of four stages: fact-finding, planning and programming, action and communication, and evaluation. The results of the reels video content production showed a 0.4% increase in engagement rate, from 0.72% to 1.12%. This increase proves the effectiveness of implementing reels video content production on the Instagram platform. Additionally, the public relations media production achieved the predetermined success indicators in terms of likes, comments, and shares. This demonstrates the success of the carefully designed public relations media production.

Keywords: Engagement Rate, Satoe Atap Community, Reels Video Content Production Instagram.