



**PRODUKSI VIDEO *REELS* INSTAGRAM  
SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN *AWARENESS*  
MASYARAKAT KOTA SEMARANG TERHADAP  
YAYASAN RUMAH BAYI NUSANTARA  
(SEMARANG BABY HOME)**

**TUGAS AKHIR**

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

Oleh :

**Khansa Aulia Rahma**

**40020622650048**

**PROGRAM STUDI S.Tr. INFORMASI DAN HUMAS**

**SEKOLAH VOKASI**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**


**2026**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun tanpa mengambil bahan hasil penelitian baik untuk memperoleh 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 plagiasi / penjiplakan.

Nama : Khansa Aulia Rahma

NIM : 40020622650048

Tanda Tangan : 

Tanggal : 12 Juni 2026

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**TUGAS AKHIR**

**PRODUKSI VIDEO *REELS* INSTAGRAM SEBAGAI UPAYA  
MENINGKATKAN *AWARENESS* MASYARAKAT KOTA SEMARANG  
TERHADAP YAYASAN RUMAH BAYI NUSANTARA  
(SEMARANG BABY HOME)**

**Oleh**

**Khansa Aulia Rahma**

**NIM. 40020622650048**

Semarang, 12 Juni 2026

**Disetujui oleh,**

Dosen Pembimbing



**Yofiendi Indah Indainanto, S.I.Kom., M.I.Kom.**

**NIP. 199504212024061001**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :  
Nama : Khansa Aulia Rahma  
NIM : 40020622650048  
Program Studi : Informasi dan Humas  
Judul Tugas Akhir : Produksi Video Reels Instagram Sebagai Upaya  
Meningkatkan *Awareness* Masyarakat Kota  
Semarang Terhadap Yayasan Rumah Bayi  
Nusantara (Semarang Baby Home)

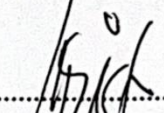
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian  
persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr.) pada  
Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas  
Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

### TIM PENGUJI

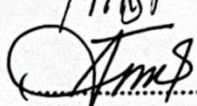
Pembimbing : Yofiendi Indah Indainanto, S.I.Kom., M.I.Kom.

(.....)

Penguji I : Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si.

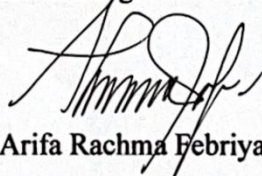
(.....)

Penguji II : Dwi Nurrahmi Kusumastuti, S.I.Kom., M.I.Kom.

(.....)

Semarang, ..... 29 Juni 2026 .....

Ketua Program Studi Informasi dan Humas



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

NIP. 199202122020122022

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Produksi Video Reels Instagram sebagai Upaya Meningkatkan Awareness Masyarakat Kota Semarang terhadap Yayasan Rumah Bayi Nusantara (Semarang Baby Home)”** dengan baik. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr.) pada Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.

Penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan kontribusi selama proses penyusunan hingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.

Tugas akhir ini bertujuan membantu meningkatkan *awareness* masyarakat Kota Semarang terhadap Yayasan Rumah Bayi Nusantara (Semarang Baby Home), penulis memproduksi tujuh konten video *reels* Instagram yang memanfaatkan pendekatan *storytelling* dan *human interest* sebagai media publikasi informasi dan kampanye sosial melalui akun Instagram @semarang\_babyhome.

Pada tugas akhir ini terdiri dari lima bab yang disusun untuk saling melengkapi. “Bab I Pendahuluan” membahas latar belakang permasalahan yang menjadi dasar pelaksanaan tugas akhir, yaitu rendahnya *awareness* masyarakat terhadap Yayasan Rumah Bayi Nusantara (Semarang Baby Home). Bab ini juga menjelaskan rumusan masalah, tujuan, manfaat, serta luaran yang dihasilkan dari pelaksanaan proyek tugas akhir. “Bab II Tinjauan Pustaka” berisi kajian karya terdahulu dan berbagai teori yang digunakan sebagai landasan dalam penyusunan tugas akhir. “Bab III Metode Penciptaan Karya” menjelaskan profil Yayasan Rumah Bayi Nusantara (Semarang Baby Home) sebagai klien, karakteristik target audiens,

konsep penciptaan karya, serta mekanisme produksi yang terdiri atas tahap pra produksi, produksi, hingga pasca produksi. “Bab IV Hasil dan Pembahasan” menjelaskan pelaksanaan proyek produksi tujuh konten video *reels* Instagram mulai dari proses pra produksi, produksi, hingga pasca produksi. Bab ini juga membahas hasil implementasi karya, proses publikasi konten, hingga evaluasi konten melalui *Key Performance Indicator* (KPI) untuk mengukur peningkatan *awareness* masyarakat terhadap yayasan. Bab V Penutup berisi kesimpulan dan saran berdasarkan keseluruhan hasil pelaksanaan tugas akhir.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan karya di masa yang akan datang. Penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi Program Studi Informasi dan Humas, Yayasan Rumah Bayi Nusantara (Semarang Baby Home), serta pihak-pihak yang membutuhkan referensi mengenai produksi konten media sosial sebagai sarana kampanye sosial dan peningkatan *awareness* masyarakat.

Semarang, 10 Juni 2026

Khansa Aulia Rahma

## HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO:

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.” (QS. Al-Insyirah : 6).

"Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya."

(QS. An-Najm: 39)

*“If it's meant to be, it will be”*

### PERSEMBAHAN:

Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta yang senantiasa menguatkan melalui doa, kasih sayang, kepercayaan dan dukungan tanpa henti. Untuk diri sendiri, terima kasih karena telah memilih untuk tetap bertahan, terus berusaha, dan tidak menyerah hingga perjalanan ini dapat dituntaskan dengan baik. Persembahan tugas akhir ini juga ditujukan kepada keluarga, sahabat, teman-teman seperjuangan, serta seluruh civitas akademika Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro yang telah memberikan pelajaran, pengalaman dan banyak kenangan berharga selama masa perkuliahan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, dan kemudahan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Produksi Video *Reels* Instagram sebagai Upaya Meningkatkan *Awareness* Masyarakat Kota Semarang terhadap Yayasan Rumah Bayi Nusantara (Semarang Baby Home)” dengan baik. Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis memperoleh banyak bantuan, dukungan, motivasi, serta bimbingan dari berbagai pihak yang sangat berarti. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi, arahan, serta dukungan yang berarti sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan lancar.

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan limpahan rahmat, pertolongan, dan kemudahan yang diberikan sehingga penulis dapat melalui setiap tahapan penyusunan tugas akhir dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak dan Ibu yang selalu menjadi sumber kekuatan, tempat pulang, dan alasan bagi penulis untuk terus berjuang. Terima kasih atas setiap doa yang tidak pernah putus, kasih sayang yang tulus, pengorbanan yang tak terhitung, serta dukungan yang senantiasa mengiringi setiap langkah penulis hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Tidak ada kata yang cukup untuk menggambarkan rasa syukur dan terima kasih atas segala yang telah diberikan.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Budiyono, M.Si. Selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
4. Mbak Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Informasi dan Humas, yang telah memberikan dukungan serta fasilitas

selama penulis menempuh pendidikan di Program Studi Informasi dan Humas.

5. Mas Yofiendi Indah Indainanto, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan waktu, dukungan, motivasi, dan saran yang membangun dalam proses bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
6. Ibu Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si., selaku ketua penguji yang telah memberikan arahan, masukan, dan evaluasi yang membangun sehingga tugas akhir ini dapat disusun dengan lebih baik.
7. Mbak Dwi Nurrahmi Kusumastuti, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan masukan, saran, dan evaluasi yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini.
8. Mbak Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen wali yang telah memberikan arahan akademik sehingga penulis dapat menjalani masa studi dengan baik.
9. Bapak Yusuf Amri, S.Pd.I. selaku pendiri Yayasan Rumah Bayi Nusantara, Bapak Muhammad Choirul Anas selaku Bagian Umum pada Seksi Pendidikan dari Yayasan Rumah Bayi Nusantara di Semarang (Semarang Baby Home), Mas Maulana selaku tim media sosial Yayasan Rumah Bayi Nusantara di Semarang (Semarang Baby Home), serta seluruh keluarga besar Yayasan Rumah Bayi Nusantara (Semarang Baby Home) yang telah memberikan kesempatan, kepercayaan, bantuan, serta kerja sama selama proses penyusunan tugas akhir dari proses pengumpulan data hingga pasca produksi sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar.
10. Adik tersayang yang membersamai penulis bertumbuh sejak kecil, terima kasih atas doa, dukungan, kebersamaan, dan keceriaan yang selalu menyertai

setiap langkah penulis. Terima kasih telah menjadi salah satu alasan untuk terus berjuang hingga mencapai titik ini.

11. Seluruh keluarga besar penulis Nenek, Kakek, Om, Tante, Mas, Mbak, dan Adik-adik sepupu penulis yang senantiasa memberikan doa, dukungan, perhatian, serta semangat kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Kak Bintang yang selalu hadir sebagai tempat berbagi cerita, bertukar pikiran, dan selalu memberikan semangat dalam berbagai fase perjalanan hidup selama masa perkuliahan penulis. Terima kasih atas dukungan, motivasi, kesabaran, serta kehadiran yang membuat proses panjang penyusunan tugas akhir ini terasa lebih ringan untuk dijalani.
13. Emily Makmur sebagai teman dekat yang telah membersamai perjalanan penulis selama masa perkuliahan dengan berbagai cerita, pengalaman, dan dukungan yang berarti.
14. Divanie Najla dan Nugraeni Febrianingrum sebagai teman dekat yang selalu hadir dalam berbagai cerita dan proses yang dilalui penulis selama perkuliahan.
15. Frizky Fathya, Belinda Ivana, Maritza Hanan sebagai teman dekat yang senantiasa berbagi cerita, memberikan bantuan dan semangat kepada penulis sejak awal perkuliahan.
16. Hilyana Ariandhien yang telah membantu dan membersamai perjalanan penulis untuk berproses bersama dengan penuh dukungan dan keceriaan.
17. Zhiva Cendhikia, Sylfina S. Salsahbilla, Kinanti Ambar, Haykal Noor Amhar serta seluruh teman-teman Informasi dan Humas angkatan 2022 yang telah membantu dan mewarnai perjalanan perkuliahan penulis dengan kebersamaan, bantuan, dan kenangan yang berharga.

18. Nasywa Ratu Aurelia yang menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan penulis sejak masa KKN, terima kasih atas dukungan dan kebersamaan yang terus terjalin.
19. Teman-teman SMA penulis Arsyadiena, Anis, Okta, Sani, Balqis terimakasih masih selalu menemani dan membantu setiap perjalanan panjang penulis untuk terus berproses hingga saat ini.
20. Teman - teman SOSMAS BEM SV 2023 yang telah memberikan banyak pengalaman, pembelajaran, dan kenangan indah selama masa perkuliahan.
21. Teman-teman magang PLN UID Jateng & DIY 2025 yang telah menemani perjalanan penulis dengan kebersamaan yang berharga.
22. Penulis juga ingin berterima kasih kepada diri sendiri yang telah bertahan, tidak menyerah, tetap percaya pada proses, dan berusaha memberikan yang terbaik hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
23. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah hadir dalam perjalanan perkuliahan penulis dan telah memberikan bantuan, dukungan, serta doa kepada penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir.

## ABSTRAK

Yayasan Rumah Bayi Nusantara (Semarang Baby Home) merupakan lembaga sosial yang berperan dalam memberikan perlindungan, perawatan, dan pendampingan bagi bayi terlantar serta ibu hamil dalam kondisi rentan. Rendahnya *awareness* masyarakat Kota Semarang terhadap Yayasan Rumah Bayi Nusantara (Semarang Baby Home) menjadi permasalahan utama dari penyusunan tugas akhir ini. Hasil survei pra produksi menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat belum mengetahui keberadaan yayasan maupun akun instagram @semarang\_babyhome sebagai media publikasi informasi yayasan. Tugas akhir ini bertujuan memproduksi tujuh konten video *reels* instagram sebagai media publikasi informasi dan kampanye sosial untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap yayasan. Proses penciptaan karya dilakukan melalui tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi dengan metode wawancara, observasi, studi literatur, serta survei. Konten diproduksi menggunakan pendekatan *storytelling* dan *human interest* kemudian dipublikasikan melalui akun instagram @semarang\_babyhome. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 98% responden menjadi lebih mengetahui Yayasan Rumah Bayi Nusantara setelah menonton video *reels* yang dipublikasikan, meningkat dari tingkat pengetahuan awal sebesar 31,4%. Selain itu, konten juga dinilai efektif dalam menarik perhatian, dan mendorong masyarakat untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai yayasan. Video *reels* instagram terbukti efektif sebagai media kampanye sosial digital dalam meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap Yayasan Rumah Bayi Nusantara (Semarang Baby Home).

**Kata Kunci:** Instagram, *Reels*, Konten, Sosial *Awareness*, Kampanye sosial, Media Sosial, Yayasan Rumah Bayi Nusantara.

## **ABSTRACT**

*Yayasan Rumah Bayi Nusantara (Semarang Baby Home) is a social institution that provides protection, care, and assistance for abandoned infants and pregnant women in vulnerable conditions. The low level of public awareness among the people of Semarang City regarding Yayasan Rumah Bayi Nusantara (Semarang Baby Home) became the main issue underlying this final project. The pre-production survey results indicated that most respondents were unfamiliar with both the foundation and its Instagram account, @semarang\_babyhome, as a medium for disseminating information about the organization. Therefore, this final project aimed to produce seven instagram reels videos as a medium for information publication and social campaigns to increase public awareness of the foundation. The content creation process consisted of pre-production, production, and post-production stages and was supported by interviews, observations, literature reviews, and surveys. The content was developed using storytelling and human-interest approaches and was published through the Instagram account @semarang\_babyhome. The evaluation results showed that 98% of respondents became more aware of Yayasan Rumah Bayi Nusantara after watching the published reels videos, increasing from an initial awareness level of 31.4%. In addition, the content was considered effective in attracting attention, and encouraging audiences to seek further information about the foundation. Instagram reels proved to be an effective digital social campaign medium for increasing public awareness of Yayasan Rumah Bayi Nusantara (Semarang Baby Home).*

**Keywords:** *Instagram, Reels, Content, Social Awareness, Social Campaign, Social Media, Yayasan Rumah Bayi Nusantara.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>19</b>
<b>1.3 Tujuan .....</b>	<b>19</b>
<b>1.4 Manfaat .....</b>	<b>20</b>
1.4.1 Manfaat bagi penulis.....	20
1.4.2 Manfaat Bagi Program Studi Informasi dan Humas .....	20
1.4.3 Bagi Yayasan Rumah Bayi Nusantara (Semarang Baby Home) .....	20
1.4.4 Bagi Masyarakat.....	21
<b>1.5 Luaran .....</b>	<b>21</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>22</b>
<b>2.1 Kajian Karya Terdahulu .....</b>	<b>22</b>
<b>2.2 Kajian Teori.....</b>	<b>27</b>
2.2.1 <i>Public Relations</i> .....	27
2.2.2 Kampanye Sosial.....	28
2.2.3 <i>Social Awareness</i> .....	30
2.2.4 Media Sosial.....	31

2.2.5 Videografi .....	36
2.2.6 Teori Agenda Setting .....	39
<b>BAB III METODE PENCIPTAAN KARYA .....</b>	<b>42</b>
<b>3.1 Profile Klien .....</b>	<b>42</b>
<b>3.2 Target Audiens .....</b>	<b>45</b>
3.2.1 Demografis .....	45
3.2.2 Psikografis .....	46
3.2.3 Perilaku .....	46
<b>3.3 Konsep Penciptaan Karya .....</b>	<b>46</b>
<b>3.4 Mekanisme Produksi .....</b>	<b>49</b>
3.4.1 Pra Produksi .....	49
3.4.2 Produksi .....	71
3.4.3 Pasca Produksi .....	72
3.4.4 Jadwal Publikasi .....	79
<b>3.5 Timeline Pelaksanaan .....</b>	<b>80</b>
3.6 Rancangan Anggaran .....	81
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>82</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Permasalahan .....</b>	<b>82</b>
<b>4.2 Analisis Hasil Tahap Pra Produksi .....</b>	<b>83</b>
4.2.1 Penentuan Tema dan Konsep Konten .....	83
4.2.2 Penyusunan Rancangan Konten .....	84
<b>4.3 Analisis Hasil Tahap Produksi .....</b>	<b>98</b>
4.3.1 Penentuan Latar Tempat Pengambilan Gambar .....	98
4.3.2 Alat Penunjang Produksi .....	98
4.3.3 Penentuan Jadwal Produksi .....	98
4.3.4 Proses <i>Shooting</i> Video .....	99
4.3.5 Penerapan Aspek Teknis Videografi .....	101
4.3.6 Penerapan Etika Produksi .....	102
<b>4.4 Analisis Hasil Tahap Pasca Produksi .....</b>	<b>103</b>
4.4.1 Proses <i>Editing</i> .....	103

4.4.2 Proses <i>Screening</i> .....	109
4.4.3 Proses Publikasi .....	110
<b>4.5 Proses Evaluasi</b> .....	<b>119</b>
4.5.1 Evaluasi Hasil Konten Video <i>Reels</i> Instagram @semarang_babyhome Menggunakan Fitur Instagram <i>Insight</i> .....	119
4.5.2 Evaluasi Hasil Survei Pasca Publikasi .....	126
4.5.3 Hasil Evaluasi Survei Pasca Publikasi Berdasarkan Teori Agenda Setting.....	143
<b>4.6 Sustainability</b> .....	<b>145</b>
<b>4.7 Hambatan Pada Proses Penciptaan Karya</b> .....	<b>148</b>
4.7.1 Hambatan pada tahap pra produksi .....	148
4.7.2 Hambatan pada tahap produksi .....	149
4.7.3 Hambatan pada tahap pasca produksi .....	149
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>151</b>
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	<b>151</b>
<b>5.2 Saran</b> .....	<b>152</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>154</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>160</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil survei pra produksi pengetahuan masyarakat tentang Yayasan Rumah Bayi Nusantara (Semarang Baby Home).....	4
Gambar 1.2 Hasil survei pra produksi darimana masyarakat mengetahui tentang informasi mengenai yayasan.....	5
Gambar 1.3 Hasil survei pra produksi pengetahuan masyarakat tentang akun instagram @semarang_babyhome .....	5
Gambar 1.4 Hasil survei pra produksi tentang pendapat masyarakat pada sajian konten akun instagram @semarang_babyhome.....	6
Gambar 1.5 Hasil survei pra produksi jenis konten yang dapat menarik perhatian masyarakat.....	7
Gambar 1.7 Hasil survei pra produksi tentang respon masyarakat jika produksi video <i>reels</i> dilakukan .....	9
Gambar 1.8 Hasil analisis akun instagram @semarang_babyhome melalui platform Social Blade .....	10
Gambar 3.1 Logo Yayasan Rumah Bayi Nusantara .....	42
Gambar 3.2 Bagan struktur organisasi Yayasan Rumah Bayi Nusantara.....	43
Gambar 3.3 Tampilan akun instagram @semarang_babyhome .....	44
Gambar 4.1 Proses shooting video bersama pihak yayasan.....	100
Gambar 4.2 Proses shooting video pada saat pengambilan footage suasana Kota Semarang.....	101
Gambar 4.3 Penggunaan aspek teknis videografi tipe shot.....	102
Gambar 4.4 Penggunaan aspek teknis videografi camera angle .....	102
Gambar 4.5 Tampilan editing keseluruhan konten pada perangkat lunak CapCut...	103
Gambar 4.6 Tampilan editing video pada bagian import video, penyusunan footage dan cutting video .....	104
Gambar 4.7 Tampilan editing video pada bagian penyesuaian visual .....	105
Gambar 4.8 Tampilan editing video pada bagian penyuntingan audio.....	106
Gambar 4.9 Tampilan editing video pada bagian penambahan elemen grafis pendukung teks pada video .....	107
Gambar 4.10 Tampilan editing video pada bagian penambahan elemen grafis pendukung transisi .....	107

Gambar 4.11 Tampilan editing thumbnail video konten 1 hingga 7.....	108
Gambar 4.12 Proses screening video bersama dengan pihak yayasan.....	109
Gambar 4.13 Hasil insight konten 1.....	120
Gambar 4.14 Hasil insight konten 2.....	120
Gambar 4.15 Hasil insight konten 3.....	121
Gambar 4.16 Hasil insight konten 4.....	121
Gambar 4.17 Hasil insight konten 5.....	122
Gambar 4.18 Hasil insight konten 6.....	122
Gambar 4.19 Hasil insight konten 7.....	123
Gambar 4.20 Hasil survei pasca publikasi pengetahuan masyarakat Kota Semarang tentang yayasan setelah menonton video <i>reels</i> .....	128
Gambar 4.21 Hasil survei pasca publikasi frekuensi masyarakat menonton video <i>reels</i> yang telah dipublikasikan.....	136
Gambar 4.22 Hasil survei pasca publikasi pendapat masyarakat mengenai tampilan visual video <i>reels</i> yang telah dipublikasikan pada instagram @semarang_babyhome .....	137
Gambar 4.23 Hasil survei pasca publikasi konten favorit menurut masyarakat .....	141
Gambar 4.24 Hasil survei pasca publikasi jenis konten yang dapat menarik keinginan masyarakat untuk menonton video <i>reels</i> hingga selesai .....	142
Gambar 4.25 Proses berdiskusi dengan pihak yayasan terkait rencana konten video yang akan diproduksi .....	146
Gambar 4.26 Proses produksi video yang dilakukan dengan pihak yayasan.....	147

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Analisis konten akun instagram @semarangbabyhome .....	11
Tabel 1.2 Analisis perbandingan akun instagram sejenis di Kota Semarang .....	13
Tabel 1.3 Analisis SWOT Yayasan Rumah Bayi Nusantara (Semarang Baby Home) 15	
Tabel 3.3 <i>Standard Sequence Guide</i> Konten 2 .....	58
Tabel 3.4 <i>Standard Sequence Guide</i> Konten 3 .....	60
Tabel 3.5 <i>Standard Sequence Guide</i> Konten 4 .....	62
Tabel 3.6 <i>Standard Sequence Guide</i> Konten 5 .....	65
Tabel 3.7 <i>Standard Sequence Guide</i> Konten 6 .....	67
Tabel 3.8 <i>Standard Sequence Guide</i> Konten 7 .....	69
Tabel 3.9 Indikator KPI berdasarkan konsep pengelolaan media sosial 4C .....	75
Tabel 3.10 <i>Key Performance Indicator</i> berdasarkan konsep pengelolaan media 4C .	75
Tabel 3.11 Jadwal Publikasi Konten .....	79
Tabel 3.12 Timeline Pelaksanaan .....	80
Tabel 3.13 Rancangan Anggaran .....	81
Tabel 4.1 Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> Konten 1.....	84
Tabel 4.2 Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> Konten 2.....	86
Tabel 4.3 Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> Konten 3.....	88
Tabel 4.4 Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> Konten 4.....	90
Tabel 4.5 Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> Konten 5.....	92
Tabel 4.6 Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> Konten 6.....	93
Tabel 4.7 Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> Konten 7.....	96
Tabel 4.8 <i>Caption</i> dan <i>Hashtag</i> Konten Semarang Baby Home .....	110
Tabel 4.9 Jadwal Publikasi Konten.....	117
Tabel 4.10 Overview Hasil <i>Insight</i> Konten Video <i>Reels</i> Instagram @semarang_babyhome .....	120
Tabel 4.11 Hasil Survei Pasca Publikasi Pendapat Masyarakat Mengenai Konten Video <i>Reels</i> dapat Membantu Memahami Kegiatan dan di Yayasan Dan Kehidupan Anak – Anak Di Yayasan.....	129

Tabel 4.12 Hasil Survei Pasca Publikasi Pendapat Masyarakat Mengenai Perhatian terhadap Yayasan Rumah Bayi Nusantara (Semarang Baby Home) Menjadi Meningkatkan Setelah Melihat Video <i>Reels</i> .....	130
Tabel 4.13 Hasil Survei Pasca Publikasi Pendapat Masyarakat Mengenai Ketertarikan Masyarakat untuk Mencari Informasi Lebih Lanjut Mengenai Yayasan Rumah Bayi Nusantara (Semarang Baby Home) Setelah Melihat Video <i>Reels</i> .....	131
Tabel 4.14 Hasil Survei Pasca Publikasi Pendapat Masyarakat Mengenai Keinginan Masyarakat untuk Berpartisipasi dalam Kegiatan Yayasan Seperti Berkunjung Ke Yayasan Setelah Melihat Video <i>Reels</i> .....	132
Tabel 4.15 Hasil Survei Pasca Publikasi Pendapat Masyarakat Mengenai Video <i>Reels</i> Instagram Efektif Digunakan Sebagai Media Publikasi Informasi Dan Kampanye Sosial Yayasan. ....	133
Tabel 4.16 Hasil Survei Pasca Publikasi Pengetahuan Masyarakat Tentang Kegiatan dan Peran Sosial Yayasan Setelah Melihat Video <i>Reels</i> .....	134
Tabel 4.17 Hasil Survei Pasca Publikasi Pendapat Masyarakat Mengenai Informasi Yang Disampaikan Melalui Video <i>Reels</i> .....	135
Tabel 4.18 Hasil Survei Pasca Publikasi Pendapat Masyarakat Mengenai Penggunaan Video <i>Reels</i> Dalam Penyebaran Informasi Dibandingkan Foto atau Tulisan Biasa Di Instagram .....	138
Tabel 4.19 Hasil survei pasca publikasi pendapat masyarakat mengenai durasi video <i>reels</i> .....	139
Tabel 4.20 Hasil survei pasca publikasi pendapat masyarakat mengenai pesan yang disampaikan dalam video <i>reels</i> .....	140

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Wawancara Dan Observasi Bersama Pengelola Yayasan Rumah Bayi Nusantara (Semarang Baby Home) Bapak Muhammad Choirul Anas. ....	160
Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara Bersama Pendiri Yayasan Rumah Bayi Nusantara Bapak Yusuf Amri. ....	160
Lampiran 3 Dokumentasi Tanda Tangan Berita Acara Serah Terima Produk .....	161
Lampiran 4 Dokumentasi Bersama Pendiri Yayasan Rumah Bayi Nusantara Bapak Yusuf Amri Setelah Produksi Berlangsung .....	161
Lampiran 5 Surat Permohonan Izin Penelitian .....	162
Lampiran 6 Sertifikat Tes Bahasa Inggris SEU .....	163
Lampiran 7 Sertifikat Penciptaan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) .....	164
Lampiran 8 Surat Berita Acara Serah Terima Produk .....	165
Lampiran 9 Surat Keterangan Bebas Plagiasi .....	170
Lampiran 10 Hasil Turnitin.....	171