



**PRODUKSI VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
MELALUI INSTAGRAM DISDALDUK KB KOTA
SEMARANG UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN
TERHADAP PENDEWASAAN USIA PERKAWINAN**

TUGAS AKHIR

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

Oleh:

Alzena Nareswari

40020622650024

**PROGRAM STUDI STr. INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2026**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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 plagiasi/penjiplakan.

Nama : Alzena Nareswari

NIM : 40020622650024

Tanda Tangan : 

Tanggal : 14 September 2026

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

PRODUKSI VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT MELALUI INSTAGRAM DISDALDUK KB KOTA SEMARANG UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN TERHADAP PENDEWASAAN USIA PERKAWINAN

Oleh:

Alzena Nareswari

40020622650024

Semarang, 18 September 2026

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



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

NIP. 199202122020122022

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Alzena Nareswari
NIM : 40020622650024
Program Studi : Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : Produksi Video Iklan Layanan Masyarakat melalui Instagram
Disdalduk KB Kota Semarang untuk Meningkatkan Kesadaran
terhadap Pendewasaan Usia Perkawinan

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

TIM PENGUJI

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



Penguji I : Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom.
(NIP. 199003172019032014)



Penguji II : Ni Putu Eka Budi Pradnya Wulandari Dewi, M.I.Kom. (NIP. 199905122024062001)



Semarang, 18 September 2026
Ketua Program Studi
D4 Informasi dan Humas



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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

*“What is meant for you, will reach you even if it’s beneath two mountains.
And what isn’t meant for you, won’t reach you even if it’s between your two
lips.”*

– Imam Al-Ghazali

*“‘Cause there were pages turned with the bridges burned,
Everything you lose is a step you take,
So make the friendship bracelets, take the moment and taste it,
You’ve got no reason to be afraid”*

– Taylor Swift, *You’re On Your Own Kid*

PERSEMBAHAN:

Tugas Akhir ini penulis persembahkan pada:

1. Allah SWT, atas segala rahmat, hidayah, karunia, kasih sayang, kesehatan, kekuatan, dan kemudahan yang senantiasa menyertai setiap langkah penulis hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Kedua orang tua, adik-adik, keluarga dan seluruh teman-teman penulis yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, motivasi, serta menjadi bagian dari setiap proses, perjuangan, dan perjalanan yang telah penulis lalui hingga berada di titik ini.
3. Segenap civitas akademik Universitas Diponegoro, khususnya Sekolah Vokasi Program Studi Informasi dan Humas, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, bimbingan, serta lingkungan belajar yang mendukung perkembangan penulis selama menempuh pendidikan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **PRODUKSI VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT MELALUI INSTAGRAM DISDALDUK KB KOTA SEMARANG UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN TERHADAP PENDEWASAAN USIA PERKAWINAN DALAM PROGRAM KELUARGA BERENCANA** dengan baik. Tugas Akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (STr.) pada Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa karya ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam kelancaran penyusunan Tugas Akhir ini, khususnya kepada Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (Disdalduk KB) Kota Semarang yang telah bersedia menjadi klien sekaligus memberikan kesempatan pada penulis untuk berkolaborasi

Penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai Pendewasaan Usia Perkawinan (PUP) sebagai bagian dari Program Keluarga Berencana (KB). Pemilihan topik tersebut dilatarbelakangi oleh masih rendahnya kesadaran bahwa PUP merupakan salah satu bagian dari program KB, masih adanya anggapan bahwa program KB hanya ditujukan bagi pasangan yang telah menikah, serta meningkatnya angka pernikahan di bawah usia ideal yang menunjukkan perlunya penyebarluasan informasi mengenai PUP melalui media komunikasi yang lebih inovatif.

Dalam karya ini, penulis selaku pencipta karya memproduksi tiga (3) video iklan layanan masyarakat yang dirancang secara kreatif, komunikatif, dan menyesuaikan karakteristik audiens serta media sosial Instagram. Ketiga video

yang diproduksi mengangkat tema kesiapan menikah untuk calon pengantin, realitas dan dampak pernikahan dini, serta perencanaan masa depan individu sebelum menikah. Video iklan layanan masyarakat tersebut diharapkan dapat menarik perhatian audiens, meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat, serta mendorong terbentuknya perilaku yang lebih bijak dalam mempersiapkan pernikahan pada usia yang ideal.

Adapun sistematika penulisan Tugas Akhir ini diuraikan menjadi lima bab, yaitu sebagai berikut:

1. **BAB I PENDAHULUAN**, berisi latar belakang yang menjelaskan dasar pemilihan topik, rumusan masalah, tujuan penciptaan karya, manfaat penciptaan karya, serta luaran yang akan dihasilkan dari Tugas Akhir ini.
2. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**, berisi kajian karya terdahulu dan landasan teori yang menjadi dasar dalam proses penciptaan karya.
3. **BAB III METODE PELAKSANAAN**, menjelaskan metode yang digunakan dalam proses penciptaan karya video iklan layanan masyarakat, meliputi tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi.
4. **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**, memaparkan keseluruhan proses dan tahapan penciptaan karya, hasil akhir karya, capaian indikator keberhasilan, hambatan dan solusi selama proses produksi, serta pembahasan mengenai keberlanjutan karya.
5. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**, berisi kesimpulan yang diperoleh dari keseluruhan proses penciptaan karya serta saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengembangan karya maupun penelitian sejenis di masa mendatang.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai bahan evaluasi untuk penyempurnaan karya di masa mendatang. Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai referensi akademik maupun sebagai media komunikasi yang mendukung penyebaran informasi mengenai program Keluarga Berencana (KB), khususnya Pendewasaan Usia Perkawinan (PUP).

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Selama proses penyusunan Tugas Akhir ini tentunya tidak terlepas dari dukungan, doa, bimbingan, bantuan, serta berbagai bentuk perhatian dari banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala nikmat, rahmat, kesehatan, kekuatan, dan kemudahan yang senantiasa menyertai setiap langkah penulis sehingga mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Mama tersayang, Eka Yunilestari, yang selalu menjadi sumber kekuatan terbesar bagi penulis melalui doa yang tidak pernah putus, kasih sayang tanpa batas, doa yang selalu dipanjatkan dalam setiap langkah penulis, serta segala pengorbanan, perhatian, kesabaran, dan kerja keras yang telah diberikan tanpa pernah mengharapkan balasan. Terima kasih karena selalu percaya pada kemampuan penulis, bahkan di saat penulis meragukan diri sendiri. Tidak ada kata yang mampu menggambarkan besarnya rasa syukur dan terima kasih penulis atas segala hal yang telah Mama lakukan. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, umur yang panjang penuh keberkahan, serta membalas setiap pengorbanan Mama dengan balasan terbaik.
3. Ayah tercinta, Uriyanto, yang semasa hidup telah menanamkan nilai-nilai kehidupan, kerja keras, dan tanggung jawab kepada penulis. Terima kasih atas segala kasih sayang dan kenangan yang menjadi motivasi bagi penulis untuk terus melangkah dan menyelesaikan pendidikan ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan menempatkan Ayah di tempat terbaik di sisi-Nya.
4. Ketiga adik penulis, Naura Balqis, Clemira Neroi dan Nufail Daniswara, yang selalu menghadirkan semangat, tawa, dan keceriaan di tengah proses penyusunan Tugas Akhir. Terima kasih telah menjadi salah satu alasan bagi

penulis untuk terus berkembang menjadi pribadi yang lebih baik. Semoga kalian selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan, serta kesempatan untuk bertumbuh dan meraih impian setinggi mungkin. Semoga kelak kalian dapat menjadi pribadi yang jauh lebih hebat daripada penulis sebagai kakak.

5. Mba Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro sekaligus dosen pembimbing penulis, atas kesediaan meluangkan waktu, memberikan arahan, masukan, motivasi, serta kesabaran dalam membimbing penulis sejak proses penyusunan proposal hingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.
6. Mba Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom. dan Mba Ni Putu Eka Budi Pradnya Wulandari Dewi, M.I.Kom. selaku tim dosen penguji yang telah bersedia meluangkan waktu dan pemikirannya untuk memberikan kritik, saran, serta evaluasi yang membangun sehingga Tugas Akhir ini menjadi lebih baik dan lebih komprehensif.
7. Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (Disdalduk KB) Kota Semarang, khususnya Bidang Penyuluhan dan Penggerakan, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk berkolaborasi dalam proses penciptaan karya, mendampingi selama penyusunan Tugas Akhir, serta memberikan berbagai masukan yang sangat berarti dalam pembuatan karya ini.
8. Seluruh responden survei, kru produksi, dan talent video iklan layanan masyarakat, yang telah berkontribusi dalam kesediaan meluangkan waktu, memberikan informasi dan pendapat, serta menunjukkan komitmen, kerja sama, tenaga, dan dedikasi selama proses produksi. Dukungan yang diberikan oleh seluruh pihak tersebut menjadi bagian penting sehingga setiap tahapan penciptaan karya dapat terlaksana dengan baik hingga karya ini berhasil diselesaikan.
9. Wening Caya Ing Tyas, Audi Reva Dheanty, dan Davina Khalifah Mujahidah yang selalu hadir di setiap fase perjalanan perkuliahan, baik dalam suka maupun duka. Terima kasih atas setiap doa, dukungan, perhatian, tawa,

semangat, serta kesediaan untuk selalu menjadi tempat penulis berbagi cerita, keluh kesah, dan kebahagiaan. Kehadiran kalian menjadi salah satu alasan penulis mampu bertahan dan terus melangkah hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini.

10. Syifa Dauta Hapsari, Erstevan Laurel Lucky Almeida, dan Made Wedakrisna Mahendradatta, sahabat-sahabat terdekat penulis di Bekasi yang meskipun terpisah oleh jarak, tetap memberikan perhatian, doa, dukungan, serta semangat kepada penulis selama menyelesaikan Tugas Akhir. Terima kasih karena selalu mengingatkan bahwa rumah bukan hanya sebuah tempat, tetapi juga orang-orang yang selalu percaya dan mendoakan dari kejauhan.
11. Kintaru Kenesia Elzara, Novi Arikha Rahmadani, Aulya Syifa Maharani, dan Renaisya Aurelia, teman-teman awal perkuliahan yang telah menjadi bagian dari perjalanan penulis sejak hari pertama menjadi mahasiswa. Semoga setiap langkah yang telah kita tempuh menjadi awal yang baik untuk perjalanan dan impian kita masing-masing di masa depan.
12. Marsya Wijayanti, Febyola Jihan Amilia, Fitri Nabila Rahmadani, dan Dita Tri Handayani, keluarga BPH Bidang Humas BEM SV Undip yang tidak hanya memberikan pengalaman berorganisasi, tetapi juga menghadirkan teman-teman yang selalu menemani, mendukung, dan berbagi cerita.
13. Teman-teman KKN TIM 11 Kelompok 3, atas kebersamaan, kerja sama, dan pengalaman pengabdian masyarakat yang telah memberikan banyak pelajaran berharga. Terima kasih telah menjadi teman bertumbuh, saling mendukung, serta menciptakan kenangan yang akan selalu penulis ingat.
14. AIESEC in Semarang, BEM SV Undip Kabinet Resiliensi Asa, dan TACTIC Agency yang telah menjadi ruang bagi penulis untuk terus belajar, berkembang, dan mengasah kemampuan di luar perkuliahan sehingga penulis memperoleh banyak pembelajaran mengenai kepemimpinan, komunikasi, kerja sama tim, profesionalisme, dan tanggung jawab sebagai bekal untuk menghadapi dunia kerja di masa depan.

15. Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) BNI melalui Program Beasiswa Jangkawan, atas bantuan pendidikan yang diberikan sehingga dapat meringankan beban penulis selama menjalani masa perkuliahan.
16. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, termasuk setiap orang yang pernah hadir dalam perjalanan hidup penulis, baik yang masih kebersamai maupun yang akhirnya memilih jalan masing-masing. Terima kasih atas setiap doa, bantuan, dukungan, kebersamaan, pelajaran, bahkan kekecewaan yang pernah diberikan. Seluruh pengalaman tersebut telah membentuk penulis menjadi pribadi yang lebih dewasa, lebih kuat, dan lebih menghargai setiap proses kehidupan. Penulis percaya bahwa setiap pertemuan memiliki makna dan setiap perpisahan membawa pembelajaran yang akan selalu menjadi bagian dari perjalanan hidup.
17. Untuk setiap perempuan di seluruh dunia, yang masih harus berjuang di tengah berbagai tantangan, keterbatasan, dan tuntutan yang sering kali tidak berpihak kepada mereka. Semoga setiap perempuan memiliki kesempatan yang sama untuk memperoleh pendidikan, menentukan pilihan hidupnya, serta menjalani kehidupan sesuai dengan keputusan yang diambil atas kehendaknya sendiri. Terima kasih telah menjadi pengingat bagi penulis bahwa setiap perempuan berhak untuk didengar, dihargai, dan diberikan ruang untuk bertumbuh.
18. Terakhir, kepada diri penulis sendiri, terima kasih karena telah memilih untuk tetap bertahan di setiap proses yang tidak selalu mudah. Terima kasih telah berusaha melewati rasa lelah, keraguan, dan berbagai tantangan selama masa perkuliahan hingga akhirnya mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga setiap langkah yang telah dilalui menjadi awal dari perjalanan yang lebih baik di masa mendatang.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa setiap proses yang telah dilalui merupakan bagian dari pembelajaran yang sangat berharga. Penulis mengucapkan terima kasih sekali lagi kepada seluruh pihak yang telah menjadi bagian dari perjalanan ini. Semoga segala doa, bantuan, dukungan, dan kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT. Penulis berharap Tugas

Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, menjadi referensi bagi pengembangan karya sejenis, serta memberikan kontribusi bagi Disdalduk KB Kota Semarang dalam menyebarluaskan informasi mengenai Pendewasaan Usia Perkawinan.

Semarang, September 2026

Penulis,
Alzena Nareswari

ABSTRAK

Pendewasaan Usia Perkawinan (PUP) merupakan salah satu bagian dari Program Keluarga Berencana (KB) yang penting untuk dipahami masyarakat dalam mempersiapkan kehidupan berkeluarga. Namun, berdasarkan hasil pra-survei terhadap 122 responden, hanya 31,10% responden yang mengetahui bahwa PUP merupakan bagian dari Program KB, sementara 75,40% masih menganggap Program KB hanya ditujukan bagi pasangan yang telah menikah. Kondisi tersebut menjadi dasar penciptaan tiga video iklan layanan masyarakat (ILM) yang dipublikasikan melalui Instagram Disdalduk KB Kota Semarang untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai PUP. Proses penciptaan karya dilaksanakan melalui tahapan pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi dengan menerapkan pendekatan komunikasi persuasif melalui alur cerita yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Ketiga video mengangkat tema kesiapan sebelum menikah, risiko dan dampak pernikahan dini, serta perencanaan masa depan sebelum menikah. Evaluasi dilakukan melalui survei pasca-proyek terhadap 122 responden yang telah menonton ketiga video serta analisis *Instagram Insights* berupa *reach* dan *impressions*. Hasil survei menunjukkan peningkatan pengetahuan mengenai PUP sebagai bagian dari Program KB dari 31,10% menjadi 93,40%, atau meningkat sebesar 62,30 % dan melampaui target minimal 60%. Peningkatan pemahaman tersebut menunjukkan adanya karakteristik pergeseran audiens dari *latent public* menuju *aware public*. Sementara itu, *reach* dan *impressions* menunjukkan bahwa ketiga video mampu menjangkau dan memberikan paparan informasi PUP kepada audiens melalui berbagai fitur Instagram, termasuk pengguna *non-followers*. Dengan demikian, ketiga video ILM telah memenuhi indikator keberhasilan pada aspek publikasi, peningkatan kesadaran dan pemahaman, serta jangkauan dan keterpaparan audiens.

Kata Kunci: Iklan Layanan Masyarakat, Pendewasaan Usia Perkawinan, Keluarga Berencana, Kesadaran Masyarakat, Instagram

ABSTRACT

Marriage Age Maturity, or Pendewasaan Usia Perkawinan (PUP), is one of the components of the Family Planning Program that is important for the public to understand as part of preparing for family life. However, a preliminary survey of 122 respondents showed that only 31.10% knew that PUP is part of the Family Planning Program, while 75.40% still perceived the program as being intended only for married couples. This condition became the basis for the production of three public service announcement (PSA) videos published through the Instagram account of Disdalduk KB Kota Semarang to increase public awareness and understanding of PUP. The production process consisted of pre-production, production, and post-production stages, applying a persuasive communication approach through storylines related to everyday life. The three videos addressed the themes of premarital readiness, the risks and impacts of early marriage, and future planning before marriage. Evaluation was conducted through a post-project survey involving 122 respondents who had watched all three videos, as well as an analysis of Instagram Insights data, particularly reach and impressions. The survey results showed an increase in respondents' knowledge that PUP is part of the Family Planning Program, from 31.10% to 93.40%, representing an increase of 62.30% and exceeding the minimum target of 60%. This increase in understanding indicates characteristics of a shift in the audience from a latent public toward an aware public. Meanwhile, the reach and impressions results demonstrated that the three videos were able to reach audiences and provide exposure to PUP-related information through various Instagram features, including users who were not followers of the account. Therefore, the three PSA videos achieved the success indicators in terms of publication, increased awareness and understanding, as well as audience reach and exposure.

Keywords: *Public Service Announcement, Marriage Age Maturation, Family Planning, Public Awareness, Instagram*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan.....	15
1.4 Manfaat.....	15
1.4.1 Manfaat Teoritis	15
1.4.2 Manfaat Praktis	16
1.5 Luaran.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Kajian Karya Terdahulu	17
2.2 Landasan Teori	19

2.2.1	Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>)	19
2.2.2	Humas Pemerintah (<i>Government Public Relations</i>)	20
2.2.3	Media Humas	20
2.2.4	Iklan Layanan Masyarakat	21
2.2.5	Fungsi Iklan Layanan Masyarakat	22
2.2.6	Strategi Komunikasi Iklan Layanan Masyarakat	23
2.2.7	Kesadaran Masyarakat (<i>Public Awareness</i>).....	24
2.2.8	Teori Situasional Publik (<i>Situational Theory of Publics</i>)	25
2.2.9	Instagram.....	26
2.2.10	Videografi	27
2.2.11	Teknik Videografi	27
BAB III METODE PELAKSANAAN.....		31
3.1	Klien Penciptaan Karya.....	31
3.2	Segmentasi Audiens	31
3.2.1	Segmentasi Demografis	31
3.2.2	Segmentasi Geografis.....	32
3.2.3	Segmentasi Psikografis	32
3.3	Metode Penciptaan Karya.....	32
3.3.1	Pra Produksi	32
3.3.2	Produksi	34
3.3.3	Pasca Produksi	35
3.4	Indikator Keberhasilan	36
3.5	Konsep Penciptaan Karya.....	38
3.6	<i>Standard Sequence Guide</i>	39
3.7	<i>Storyboard</i>	49

3.8	Timeline Produksi	60
3.9	Rancangan Anggaran	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		62
4.1	Gambaran Umum Permasalahan	62
4.2	Tahap Pra Produksi	63
4.2.1	Riset dan Prasurvei.....	63
4.2.2	Pengembangan Gagasan.....	64
4.2.3	Penentuan Tema dan Subtema	64
4.2.4	Pengembangan Konsep Video	65
4.2.5	Penulisan Naskah	65
4.3	Tahap Produksi.....	80
4.3.1	Penentuan Kru dan <i>Talent</i>	80
4.3.2	Penentuan Lokasi dan Jadwal <i>Shooting</i>	83
4.3.3	Pemilihan Peralatan dan Properti Pendukung <i>Shooting</i>	85
4.3.4	Proses <i>Shooting</i> Video	87
4.3.5	Proses <i>Recording</i> Audio.....	92
4.4	Tahap Pasca Produksi.....	94
4.4.1	Proses <i>Editing</i> Audio dan Video	94
4.4.2	Pembuatan <i>Cover</i> dan <i>Caption</i>	102
4.4.3	Pengecekan Hasil Video	106
4.4.4	Publikasi Iklan Layanan Masyarakat	107
4.4.5	Realisasi Anggaran Dana	108
4.5	Hasil Capaian Indikator Keberhasilan.....	109
4.5.1	Unggahan Iklan Layanan Masyarakat di Instagram.....	109
4.5.2	Hasil Survei Pasca Proyek	110

4.5.3	Analisis Hasil <i>Reach</i> dan <i>Impressions</i> Konten	119
4.6	Hambatan dan Solusi	123
4.7	Keberlanjutan	126
BAB V PENUTUP		128
5.1	Kesimpulan.....	128
5.2	Saran	129
5.2.1	Saran bagi Instansi (Disdalduk KB Kota Semarang).....	129
5.2.2	Saran bagi Pencipta Karya Selanjutnya	130
DAFTAR PUSTAKA		131
LAMPIRAN.....		136

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data jumlah calon pengantin Kota Semarang tahun 2024 – 2025	3
Gambar 1.2 Tingkat pengetahuan masyarakat terkait tujuan dan cakupan program KB	4
Gambar 1.3 Persepsi bahwa program KB hanya bagi pasangan yang sudah menikah	5
Gambar 1.4 Kebutuhan informasi masyarakat terhadap program KB	6
Gambar 1.5 Profil Akun Instagram Disdalduk KB Kota Semarang	8
Gambar 1.6 Platform media sosial yang paling sering digunakan	9
Gambar 1.7 Tingkat efektivitas ILM sebagai media penyampaian informasi	13
Gambar 4.1 Dokumentasi pengambilan data dengan Yuli Kurniasih Purwanti selaku Kepala Bidang Penyuluhan dan Penggerakan Disdalduk KB Kota Semarang	63
Gambar 4.2 Lokasi shooting dalam ruangan (indoor)	85
Gambar 4.3 Lokasi shooting luar ruangan (outdoor)	85
Gambar 4.4 Video stabilization dengan tripod	87
Gambar 4.5 Lighting setup dengan natural lighting sebagai pencahayaan utama	88
Gambar 4.6 Lighting setup dengan night lamp sebagai pencahayaan utama	89
Gambar 4.7 Pengambilan gambar close up	90
Gambar 4.8 Pengambilan gambar medium shot	90
Gambar 4.9 Pengambilan gambar over the shoulder	91
Gambar 4.10 Pengambilan gambar medium long shot	92
Gambar 4.11 Pengambilan gambar insert shot	92
Gambar 4.12 Proses recording audio	93
Gambar 4.13 Tahap importing	94
Gambar 4.14 Tahap assembling memotong durasi video	95
Gambar 4.15 Tahap assembling menambah efek transisi	96
Gambar 4.16 Tahap color grading	97
Gambar 4.17 Tahap sound mixing	98
Gambar 4.18 Tahap subtitle and text integration	99

Gambar 4.19 Tahap final mixing	100
Gambar 4.20 Tahap rendering and exporting	101
Gambar 4.21 Proses Pembuatan Cover Iklan Layanan Masyarakat	104
Gambar 4.22 Pengecekan hasil video dengan klien.....	106
Gambar 4.23 Screening responden yang telah menonton ketiga video ILM.....	111
Gambar 4.24 Tingkat pemahaman terhadap Pendewasaan Usia Perkawinan.....	112
Gambar 4.25 Tingkat pemahaman terhadap tujuan dan cakupan program KB ..	113
Gambar 4.26 Tingkat pemahaman terhadap tujuan dan cakupan program KB ..	114
Gambar 4.27 Tingkat pemahaman terhadap kesiapan pasangan sebelum menikah	116
Gambar 4.28 Tingkat pemahaman terhadap risiko dan dampak pernikahan dini	117
Gambar 4.29 Tingkat pemahaman terhadap perencanaan masa depan individu	118
Gambar 4.30 Grafik tayangan dari waktu ke waktu	121
Gambar 4.31 Grafik sumber tayangan teratas.....	121
Gambar 4.32 Grafik siapa yang melihat reel Anda.....	122

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Unggahan Instagram Reels Disdalduk KB Kota Semarang terkait Program KB	10
Tabel 3.1 Indikator Keberhasilan	36
Tabel 3.2 <i>Standard Sequence Guide</i> ILM #1	39
Tabel 3.3 <i>Standard Sequence Guide</i> ILM #2	43
Tabel 3.4 <i>Standard Sequence Guide</i> ILM #3	47
Tabel 3.5 Storyboard ILM #1	50
Tabel 3.6 Storyboard ILM #2	53
Tabel 3.7 Storyboard ILM #3	57
Tabel 3.8 Timeline Produksi	60
Tabel 3.9 Rancangan Anggaran Dana	61
Tabel 4.1 Perubahan SSG ILM #1	66
Tabel 4.2 Perubahan SSG ILM #2	71
Tabel 4.3 Perubahan SSG ILM #3	76
Tabel 4.4 Tim Kru dan Talent Produksi Iklan Layanan Masyarakat	81
Tabel 4. 5 Rundown Lokasi dan Jadwal Shooting	83
Tabel 4.6 Peralatan dan Properti Pendukung Rekaman	85
Tabel 4.7 Caption Iklan Layanan Masyarakat	102
Tabel 4.8 Cover Iklan Layanan Masyarakat	105
Tabel 4.9 Jadwal Publikasi Iklan Layanan Masyarakat di Instagram	107
Tabel 4.10 Realisasi anggaran dana	108
Tabel 4.11 Unggahan ILM di Instagram	109
Tabel 4.12 Analisis hasil reach dan impressions di Instagram	120

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian.....	136
Lampiran 2. Berita Acara Serah Terima (BAST)	137
Lampiran 3. Dokumentasi Penyerahan BAST dengan Yuli Kurniasih Purwanti selaku Kepala Bidang Penyuluhan dan Penggerakan Disdalduk KB Kota Semarang	139
Lampiran 4. Sertifikat HKI	140
Lampiran 5. Sertifikat TOEFL	141
Lampiran 6. Surat Keterangan Bebas Plagiasi	142
Lampiran 7. <i>Similarity Index</i> Turnitin	143