

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**“ PEMBUATAN VIDEO KONTEN REELS PADA INSTAGRAM**  
**BIRDIE INDONESIA GUNA MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* “**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



**Disusun Oleh :**  
**Dafa Bayu Permana**  
**19033034**

**PROGRAM STUDI PENERBITAN**  
**JURUSAN PERIKLANAN**  
**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA**  
**2022**

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Video Konten Reels Pada Instagram  
Birdie Indonesia Guna Meningkatkan *Engagement*  
Penyunting : Dafa Bayu Permana  
NIM : 19033034  
Program Studi : Periklan  
Jurusan : Penerbitan

Tugas akhir ini telah dipertanggungjawabkan dihadapan Tim Penguji Tugas Akhir  
Di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, tanggal 20 Juli 2022

Disahkan oleh,

Ketua Penguji



Dr. Tipri Rose Kartika, M.M

NIP. 197606112009122002

Penguji 1



Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB

NIP.

Anggota 2



Dyama Khazim Setyadi, SE., M.I.Kom

NIP. 199005232019031012

Mengetahui,

Ketua Jurusan Penerbitan



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum

NIP. 197508072009121001

## LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Video Konten Reels Pada Instagram Birdie  
Indonesia Guna Meningkatkan Engagement  
Penyunting : Dafa Bayu Permana  
NIM : 19033034  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan di setujui untuk disidangkan. Ditandatangani di  
Jakarta, Rabu 20 Juli 2022.

Pembimbing I



Dyama Khazim Setyadi, SE., M.I.Kom  
NIP. 199005232019031012

Pembimbing II



Tommy Ajrul Na'im, S.I.Kom

Mengetahui,  
Koordinator Prodi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si  
NIP. 199211132019032025

## **LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dafa Bayu Permana  
NIM : 19033034  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir yang berjudul “Pembuatan Video Konten Reels Pada Instagram Birdie Indonesia Guna Meningkatkan *Engagement*” Merupakan hasil karya sendiri dan bebas dari plagiat, semua sumber dikutip mengikuti kaidah yang berlaku. Apabila pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 23 Juli 2022



Dafa Bayu Permana  
NIM. 19033034

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dafa Bayu Permana  
NIM : 19033034  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Jenis Karya : Tugas Akhir

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta atas karya ilmiah saya berjudul :

**“ Pembuatan Video Konten Reels Pada Instagram Birdie Indonesia Guna Meningkatkan *Engagement* ”**

Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggung jawab saya pribadi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 Juli 2022.



Dafa Bayu Permana

NIM.19033034

## ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Video Konten Reels Pada Instagram  
Birdie Indonesia Guna Meningkatkan *Engagement*  
Penulis : Dafa Bayu Permana  
Pembimbing I : Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom  
Pembimbing II : Tommy Ajrul Na'im, S.I.Kom

*Currently, most of the Indonesian population has a lifestyle that is familiar with the Internet, the number of Indonesian internet users reached 212.35 million in March 2021. Therefore, using digital marketing strategies through social media platforms is quite effective in increasing brand awareness and traffic. One of the social media platforms, Instagram, has also experienced a significant increase in users. This makes this social media platform still an option for information dissemination media and promotional media, this social media Platform also has many features, such as Instagram Stories, Feeds, and Reels that can support promotion. Instagram is also used to promote its products and also utilize the features contained in Instagram such as Feeds, Instagram Story, and Reels with different functions and content. Instagram video Editor strategy at PT Birdie Indonesia in determining the idea of content and video editing process Reels content to increase audience interaction after watching Reels Instagram content Birdie Indonesia. The theory used by the author includes Brand Awareness, AIDA Model, SWOT analysis, STP Strategy, Social Media, and video Editing. In Instagram's discussion, the author analyzed the Birdie brand and its competitors using an analysis of every theory used related to Instagram social media and Instagram Reels video content. Instagram Birdie Indonesia before and after using AIDA Model, then Reels Video content strategy for Instagram Birdie Indonesia. From the author's analysis, to be able to increase engagement on Instagram Reels video content, using the AIDA Model in the process of creating content and editing video and for content strategies with the use of voice over narration on video is a type of content that has never been created by the Birdie brand itself or by its competitors.*

**Keyword : Instagram Reels, editing video, social media, Birdie Indonesia**

Saat ini sebagian besar penduduk Indonesia memiliki gaya hidup yang akrab dengan Internet, jumlah pengguna internet Indonesia mencapai 212,35 juta jiwa pada Maret 2021. Oleh karena itu menggunakan strategi pemasaran *digital* melalui *platform* media sosial cukup efektif dalam mendapat meningkatkan *brand awareness* dan juga *traffic*. Salah satu platform media sosial yaitu Instagram juga mengalami peningkatan pengguna yang signifikan. Hal ini membuat platform media sosial ini masih menjadi pilihan untuk media persebaran informasi maupun media promosi, Platform media sosial ini juga memiliki banyak fitur, seperti Instagram Story, Feeds, dan Reels yang bisa menunjang promosi. Dalam mempromosikan produk produknya PT Birdi Indonesia juga menggunakan media sosial Instagram dan juga memanfaatkan fitur fitur yang terdapat pada Instagram seperti Feeds, Instagram Story, dan Reels dengan fungsi dan konten yang berbeda. Tujuan dari penulisan adalah bagaimana strategi Editor Video Instagram pada PT Birdi Indonesia dalam menentukan ide konten dan proses editing video konten Reels untuk meningkatkan interaksi audiens setelah menonton konten Reels Instagram Birdie Indonesia. Teori yang digunakan penulis meliputi *Brand Awareness*, *Model AIDA*, Analisis SWOT, Strategi STP, Media Sosial, dan *Editing Video*. Dalam pembahasannya penulis melakukan analisa dari brand Birdie dan juga kompetitornya menggunakan analisis dari setiap teori yang digunakan terkait media sosial Instagram dan konten video Instagram Reels. Dalam penelitiannya penulis mendapatkan beberapa temuan yakni Pengamatan konten Reels pada Instagram Birdie Indonesia sebelum dan sesudah menggunakan *Model AIDA*, lalu Strategi konten Video Reels untuk Instagram Birdie Indonesia. Dari analisa penulis, untuk dapat meningkatkan *engagement* pada konten video Instagram Reels menggunakan *Model AIDA* dalam proses pembuatan konten dan editing video serta untuk strategi konten dengan penggunaan narasi *voice over* pada video merupakan jenis konten yang belum pernah dibuat oleh *brand* Birdie itu sendiri maupun oleh kompetitornya.

**Kata kunci : Instagram Reels, editing video, media sosial, Birdie Indonesia**

## PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah salah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3/Sarjana (Tiga) Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Tugas Akhir ini berjudul “ Strategi Video Konten Reels Pada Instagram Birdie Indonesia Guna Meningkatkan *Engagement* ”.

Penulis menyadari, tugas akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang terdekat yang berada di dekat penulis. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Allah SWT yang telah memberi nikmat dan karunia-nya ke kepada penulis
2. Keluarga, Papa, Mama, Adik yang senantiasa memberikan dukungan moral dan material, semangat serta doa untuk penulis selama mengerjakan tugas akhir.
3. Ibu Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
4. Bapak Drs. Benget Simamora, M.M., Wakil Direktur I Bidang Akademik dan Kejasama.
5. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan, Politeknik Negeri Media Kreatif.
6. Zaenab, S.S., M.Si. Koordinator Program Studi Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif.
7. Mas Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom, selaku Pembimbing I dalam penyusunan tugas akhir yang telah membantu dan bersedia menyediakan tempat dalam penyusunan tugas akhir.
8. Bapak Tommy Ajrul Na'im, S.I.Kom, selaku Pembimbing II dalam penyusunan tugas akhir.
9. Para Dosen dan Staf Jurusan Periklanan serta karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama 3 (tiga) tahun penulis menempuh pendidikan di sini.
10. Rekan-rekan Angkatan 10 Program Studi Periklanan khususnya untuk kelas B yang telah berjuang bersama-sama selama 3 (tiga) tahun.
11. Semua Pihak yang turut membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.



Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih banyak kekurangan dan perlu pengembangan lebih lanjut agar dapat bermanfaat. Maka dari itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari kesempurnaan penulis dimasa yang akan datang. Akhir kata penulis berharap laporan pengamatan ini dapat bermanfaat untuk pembaca sekalian, terutama untuk pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Komunikasi Periklanan.

Jakarta, 15 Juli 2022

Penulis

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'D' followed by a series of loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Dafa Bayu Permana

NIM. 19033034

## DAFTAR ISI

<b>COVER HALAMAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah .....	4
E. Tujuan Penulisan .....	5
F. Manfaat Penulisan.....	5
1. Manfaat Akademis .....	5
2. Manfaat Praktis .....	5
G. Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
A. Komunikasi .....	7
B. Periklanan.....	7
C. Brand Awareness .....	8
D. Model AIDA.....	9
E. SWOT.....	10

F. Strategi STP .....	11
1. <i>Segmentation</i> .....	12
2. <i>Targeting</i> .....	12
3. <i>Positioning</i> .....	12
G. Media Sosial .....	13
1. Definisi Media Sosial.....	13
2. Jenis Jenis Media Sosial.....	13
3. Platform Media Sosial.....	14
H. Instagram .....	15
I. Editing Video .....	17
1. Elemen Elemen Dalam Editing Video .....	17
2. Proses Produksi Video .....	18
3. Tahapan Dalam <i>Editing</i> Video.....	18
4. Software Editing Video.....	20
J. Tren Industri Golf di Indonesia.....	21
K. Okupasi Editor Video	
<b>BAB III METODE PELAKSANAAN.....</b>	<b>22</b>
A. Data Perusahaan .....	22
1. Profil Perusahaan .....	22
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	23
3. Lokasi Perusahaan.....	23
4. Produk .....	23
5. Struktur Organisasi.....	26
B. Teknik Pengumpulan Data .....	27
C. Ruang Lingkup .....	28
1. Peran Editor Video Instagram.....	28
2. Waktu dan Kegiatan.....	28
3. Jenis Pekerjaan Yang Dihasilkan .....	28
D. Langkah Kerja.....	28

1. Pra Produksi .....	28
2. Produksi.....	28
3. Pasca Produksi .....	29
E. <i>Timeline</i> .....	29
F. <i>Key Performance Indicator (KPI)</i> .....	29
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>30</b>
A. Gambaran Umum .....	30
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	30
2. Gambaran Umum Pekerjaan .....	30
B. Alur Kerja.....	31
C. <i>Brand Awareness</i> Birdie Indonesia.....	32
D. Analisis AIDA Birdie Indonesia .....	32
1. Attention.....	33
2. Interest .....	33
3. Desire .....	33
4. Action.....	33
E. Analisis SWOT.....	34
1. Analisis SWOT Birdie Indonesia.....	34
2. Analisis SWOT Kompetitor .....	34
a. Olorogolf .....	35
b. Svingolf.....	36
F. Analisis Strategi STP .....	37
1. <i>Segmentation</i> .....	37
2. <i>Targeting</i> .....	38
3. <i>Positioning</i> .....	38
G. Analisis Media Sosial .....	38
1. Analisis Media Sosial Birdie.....	38
a. Instagram.....	39
b. Youtube.....	39

c. Facebook .....	40
d. Twitter .....	40
2. Analisis Media Sosial Kompetitor .....	41
a. Instagram Olorogolf dan Svingolf.....	42
b. Youtube Olorogolf dan Svingolf.....	42
c. Facebook Olorogolf dan Svingolf .....	43
d. Twitter Olorogolf dan Svingolf.....	43
H. Analisis Instagram .....	45
1. Analisis Konten Reels Birdie .....	45
2. Analisis Konten Reels Olorogolf dan Svingolf.....	46
I. Analisis Editing Video .....	47
1. Tahapan Editing Video Reels Birdie.....	47
a. <i>Capturing</i> Video Reels Birdie.....	47
b. <i>Drafting</i> Video Reels Birdie .....	48
c. <i>Cutting</i> Video Reels Birdie .....	48
d. <i>Linking</i> Video Reels Birdie.....	48
e. <i>Superimposing</i> Video Reels Birdie .....	49
f. <i>Effects</i> dan Transisi Untuk Video .....	49
g. <i>Sound Illustrations</i> .....	50
h. <i>Final Touch</i> .....	50
J. Analisis Pengamatan Penulis .....	51
1. Pengamatan Konten Reels Sebelum <i>Model AIDA</i> .....	51
2. Pengamatan Konten Reels Sesudah <i>Model AIDA</i> .....	52
3. Konten Video Reels <i>Best</i> dan <i>Worst</i> .....	53
4. <i>Output</i> Konten Video Reels Untuk	
Instagram Birdie Indonesia .....	58
K. Peta Okupasi Editor Video.....	59
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	60
A. Kesimpulan.....	60

B. Saran.....	61
1. Saran Akademis .....	61
2. Saran Praktis.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>62</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>64</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Negara Asia Dengan Jumlah Pengguna Internet Terbanyak .....	2
Gambar 2 Jumlah Pengguan Instagram Global .....	3
Gambar 3 Teori AIDA .....	10
Gambar 4 Logo dari brand Birdie .....	22
Gambar 5 Struktur Divisi <i>Design Branding</i> .....	26
Gambar 6 Alur Kerja Editor Video Instagram .....	31
Gambar 7 Konten Video Reels Instagram Birdie Indonesia .....	33
Gambar 8 Tampilan Feeds dan Konten Olorogolf .....	35
Gambar 9 Tampilan Feeds dan Konten Svingolf .....	37
Gambar 10 Akun Instagram Birdie Indonesia.....	39
Gambar 11 <i>Channel</i> Youtube Birdie Indonesia .....	39
Gambar 12 Facebook <i>Page</i> Birdie Store Indonesia .....	40
Gambar 13 Twitter Birdie Indonesia.....	41
Gambar 14 Akun Instagram Olorogolf dan Svingolf .....	42
Gambar 15 Youtube Olorogolf dan Svingolf .....	43
Gambar 16 Facebook <i>Page</i> Olorogolf dan Svingolf .....	43
Gambar 17 Akun Twitter Svingolf.....	44
Gambar 18 Konten Video Reels Birdie.....	46
Gambar 19 Konten Reels Olorogolf dan Svingolf .....	46
Gambar 20 Proses <i>Capturing</i> Video .....	47
Gambar 21 Proses <i>Drafting</i> Saat <i>Editing</i> .....	48
Gambar 22 Proses <i>Cutting</i> Video.....	48
Gambar 23 Proses Linking Video .....	49
Gambar 24 Proses Penambahan Logo dan <i>Title</i> .....	49

Gambar 25 Proses Pemberian Transisi dan <i>Effect</i> .....	49
Gambar 26 Proses Penambahan <i>Backsound</i> .....	50
Gambar 27 Tahap <i>Final Touch</i> .....	50
Gambar 28 Alur Konten Video Reels Sebelum AIDA .....	52
Gambar 29 Alur Konten Video Reels Sesudah AIDA.....	52
Gambar 30 Alur Strategi Konten Video Reels.....	57



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Produk Produk Brand Birdie .....	25
Tabel 2 <i>Timeline</i> Pekerjaan Pada PT Birdi Indonesia .....	29
Tabel 3 <i>Key Performance Indicator</i> Pada PT Birdi Indonesia.....	29
Tabel 4 Analisis SWOT Birdie .....	34
Tabel 5 Analisis SWOT Olorogolf.....	35
Tabel 6 Analisis SWOT Svingolf.....	36
Tabel 7 Kategori Konten Reels Birdie .....	45
Tabel 8 Insight Konten Video Reels Sebelum AIDA .....	51
Tabel 9 <i>Insight</i> Konten Video Reels Sesudah AIDA .....	53
Tabel 10 <i>Insight Best Content</i> Maret-Mei 2022.....	54
Tabel 11 <i>Insight Worst Content</i> Maret-Mei 2022.....	55
Tabel 12 <i>Storyline</i> Video Konten Reels.....	57