

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**STRATEGI OPTIMASI KONTEN PADA AKUN INSTAGRAM**  
**@NARASI.TV MELALUI FITUR *INSTAGRAM REELS***

**Diajukan sebagai salah satu persyaratan**  
**untuk memperoleh gelar Ahli Madya**



**Disusun oleh**  
**SEKAR RAHMA AYU**  
**NIM: 20330136**

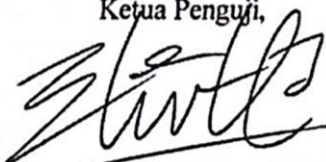
**PROGRAM STUDI PERIKLANAN**  
**JURUSAN PENERBITAN**  
**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF**  
**JAKARTA**  
**2023**

## LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Optimasi Konten Pada Akun Instagram @narasi.tv  
Melalui Fitur *Instagram Reels*  
Penulis : Sekar Rahma Ayu  
NIM : 20330136  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan

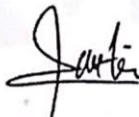
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Jum'at, 28 Juli 2023.

Disahkan oleh  
Ketua Penguji,



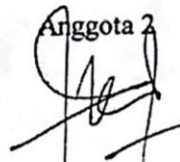
Dr. Erian Saefuddin, M.Hum  
NIP. 197508072009121001

Anggota 1



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom.  
NIP. 198812222020122006

Anggota 2



Dyama Khazim, S.E., M.I.Kom  
NIP. 199005232019031012

Mengetahui  
Ketua Jurusan Penerbitan



Dr. Erian Saefuddin, S.S./M.Hum  
NIP. 197508072009121001

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Optimasi Konten Pada Akun Instagram @narasi.tv  
Melalui Fitur *Instagram Reels*  
Penulis : Sekar Rahma Ayu  
Nim : 20330136  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.  
Ditandatangani di Jakarta, 17 Juli 2023.

Pembimbing I



R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn  
NIP. 197906242006041001

Pembimbing II



Dyama Khazim, S.E., M.I.Kom.  
NIP. 199005232019031012

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, SS., M.Si  
NIP. 199211132019032025

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sekar Rahma Ayu  
Nim : 20330136  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2022/2023

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya buat dengan judul “Strategi Optimasi Konten Pada Akun Instagram @narasi.tv Melalui Fitur *Instagram Reels*” adalah **original dan belum pernah dibuat oleh pihak manapun serta bebas dari plagiarisme.**

Jika pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian pada pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan bersungguh-sungguh dan sebenar-benarnya.



## LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Sekar Rahma Ayu  
Nim : 20330136  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2022/2023

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul, “Strategi Optimasi Konten Pada Akun Instagram @narasi.tv Melalui Fitur *Instagram Reels*”.

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Depok, 17 Juli 2023

Yang menyatakan,



Sekar Rahma Ayu

NIM. 20330136

## ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Strategi Optimasi Konten Pada Akun Instagram @narasi.tv  
Melalui Fitur *Instagram Reels*  
Penulis : Sekar Rahma Ayu  
Pembimbing I : R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn  
Pembimbing II : Dyama Khazim, S.E., M.I.Kom

*Along with the development of technology, the use of social media in Indonesia is growing and becoming a staple of society in everyday life. The most widely used social media among young people in Indonesia, is Instagram. Because, Instagram continues to innovate with various interesting features. Therefore, Narasi.tv wants to optimize the content on its Instagram account. This is due to decreased reach and impressions on Instagram @narasi.tv. Apart from that, content on Instagram @narasi.tv also predominates using feed features, such as single posts and carousels. So the purpose of this writing is to explain how the strategy for optimizing content on the Instagram @narasi.tv account is through the Instagram Reels feature. This preparation was carried out using marketing communication theory, the RACE Planning Framework, content strategy, the feeling wheel model, and the AIDA model. The results of compiling a content optimization strategy for the Instagram @narasi.tv account are increasing the performance of Instagram @narasi.tv content.*

**Keywords:** *Instagram Reels, Strategy Content, Creative Content, Narasi.tv.*

Seiring berkembangnya teknologi, penggunaan media sosial di Indonesia semakin berkembang dan menjadi kebutuhan pokok masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial yang paling banyak digunakan kalangan anak muda di Indonesia, yaitu Instagram. Hal ini dikarenakan Instagram terus melakukan inovasi dengan berbagai fitur menariknya. Oleh karena itu, Narasi.tv ingin melakukan pengoptimasian konten pada akun Instagramnya. Hal ini dikarenakan, menurunnya *reach* dan *impression* pada Instagram @narasi.tv. Selain itu, pada konten Instagram @narasi.tv juga berdominan menggunakan fitur *feeds*, seperti *single post* dan *carousel*. Sehingga tujuan dari penulisan ini, untuk menjelaskan bagaimana strategi optimasi konten pada akun Instagram @narasi.tv melalui fitur *Instagram Reels*. Penyusunan ini dilakukan dengan teori komunikasi pemasaran, *RACE Planning Framework*, *content strategy*, model *the feeling wheel*, dan model AIDA. Hasil dari penyusunan strategi optimasi konten pada akun Instagram @narasi.tv yaitu, meningkatnya *performance* konten-konten Instagram @narasi.tv.

**Kata kunci:** *Instagram Reels, Konten Strategi, Konten Kreatif, Narasi.tv.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur serta nikmat kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Tugas Akhir ini berjudul “Strategi Optimasi Konten Pada Akun Instagram @narasi.tv Melalui Fitur *Instagram Reels*”, merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan Diploma-3 (Tiga) Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

Dalam menyusun Tugas Akhir ini, tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu menyelesaikan dalam penulisan laporan ini, diantaranya:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Nova Darmanto, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., selaku Ketua Jurusan Penerbitan.
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Penerbitan dan Dosen Pembimbing I yang telah memberikan kritik serta saran dalam penulisan laporan Tugas Akhir.
5. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan kritik dan saran selama penulisan Tugas Akhir.
7. Maulida Sri Handayani, selaku *Head of Researcher & Daily Content* di Narasi.tv.
8. Suci Rifani, Irfan Rifandi, dan Mitha Sinayang, selaku pembimbing tim *Social Media* di Narasi.tv yang telah memberikan *support* dan pengalaman yang sangat berharga sebagai *Social Media Specialist*.
9. Teman-teman Narasi.tv di berbagai divisi yang telah memberikan dukungan dan *support* selama mengikuti kegiatan Magang Industri.
10. Alm. Ayah, Bunda, dan Kakak selaku *support system* dalam segala hal.
11. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah membantu penulis selama menempuh Pendidikan.

12. Teman-teman Angkatan 2020 Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama-sama selama 3 tahun.

Semoga dengan kebaikannya bisa mendapatkan keberkahan dari Allah SWT. Penulis juga berharap, laporan ini bisa bermanfaat bagi pembaca.

Depok, 17 Juli 2023

Penulis

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'S' followed by several vertical strokes and a horizontal line at the bottom.

Sekar Rahma Ayu

NIM 20330136



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah .....	3
D. Rumusan Masalah .....	3
E. Tujuan Penulisan.....	3
F. Manfaat Penulisan .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>5</b>
A. Komunikasi Pemasaran .....	5
1. Analisis SWOT .....	5
2. STP.....	6
B. Strategi Pemasaran Digital .....	8
C. Media Online .....	9
D. Media Sosial .....	10
1. Definisi Media Sosial.....	10
2. Manfaat Media Sosial .....	10
3. Karakteristik Media Sosial.....	10
E. Instagram.....	11
1. Definisi Instagram.....	11
2. Fitur Instagram.....	12
F. <i>Instagram Reels</i> .....	13
1. Definisi <i>Instagram Reels</i> .....	13

2. Ketentuan <i>Instagram Reels</i> .....	13
3. Algoritme <i>Instagram Reels</i> .....	13
G. <i>Content Strategy</i> .....	14
1. Definisi <i>Content Strategy</i> .....	14
2. <i>Content Strategy</i> .....	15
3. Mengelola Konten dengan Fitur <i>Instagram Reels</i> .....	16
H. <i>Content Pillar</i> .....	17
I. <i>The Feeling Wheel</i> .....	18
J. Metode AIDA .....	19
<b>BAB III METODE PELAKSANAAN.....</b>	<b>21</b>
A. Data Perusahaan .....	21
B. Teknik Pengumpulan data .....	25
C. Ruang Lingkup .....	26
D. Langkah Kerja .....	27
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>30</b>
A. Gambaran Umum .....	30
B. Alur Kerja .....	33
C. Komunikasi Pemasaran .....	35
1. Analisis SWOT .....	35
2. Komparasi dengan Kompetitor .....	36
3. STP.....	37
D. <i>RACE Planning Framework</i> .....	38
E. <i>Top Content</i> .....	42
F. <i>Content Strategy</i> .....	44
G. <i>The Feeling Wheel</i> .....	45
H. AIDA .....	50
I. Hasil .....	51
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>53</b>
A. Simpulan.....	53
B. Saran .....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>55</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>59</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.</b> Analisis SWOT .....	5
<b>Gambar 2.</b> STP .....	6
<b>Gambar 3.</b> <i>RACE Planning Framework</i> .....	8
<b>Gambar 4.</b> <i>Content Strategy</i> .....	15
<b>Gambar 5.</b> <i>The Feeling Wheel</i> by Geoffrey Roberts .....	18
<b>Gambar 6.</b> AIDA .....	19
<b>Gambar 7.</b> <i>Brand mark</i> Narasi.....	21
<b>Gambar 8.</b> Tala Narasi.....	21
<b>Gambar 9.</b> Struktur Organisasi Narasi.....	24
<b>Gambar 10.</b> Struktur Tim Social Media Narasi.tv.....	24
<b>Gambar 11.</b> Langkah Kerja .....	27
<b>Gambar 12.</b> <i>Website</i> Narasi.tv .....	30
<b>Gambar 13.</b> Instagram @narasi.tv .....	31
<b>Gambar 14.</b> <i>Content What Happening In Narasi</i> .....	32
<b>Gambar 15.</b> <i>Content News</i> .....	32
<b>Gambar 16.</b> <i>Content Overheard</i> .....	33
<b>Gambar 17.</b> <i>Reach</i> Bulan Januari hingga Maret 2023.....	38
<b>Gambar 18.</b> <i>Act</i> Bulan Januari hingga Maret 2023 .....	39
<b>Gambar 19.</b> <i>Convert</i> Bulan Januari hingga Maret 2023.....	39
<b>Gambar 20.</b> <i>Engage</i> Instagram @narasi.tv.....	40
<b>Gambar 21.</b> Pengaplikasian <i>The Feeling Wheel</i> Pada <i>Content WHIN</i> .....	46
<b>Gambar 22.</b> <i>Comments Content WHIN</i> .....	46
<b>Gambar 23.</b> Pengaplikasian <i>The Feeling Wheel</i> Pada <i>Content News</i> .....	47
<b>Gambar 24.</b> <i>Comments Content News</i> .....	48
<b>Gambar 25.</b> Pengaplikasian <i>The Feeling Wheel</i> Pada <i>Content Overheard</i> .....	48
<b>Gambar 26.</b> <i>Comments Content Overheard</i> .....	49
<b>Gambar 27.</b> <i>Content AIDA Model</i> .....	50

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.</b> <i>Key Performance Indicator</i> .....	28
<b>Tabel 2.</b> <i>Timeline</i> .....	29
<b>Tabel 3.</b> Analisis SWOT .....	35
<b>Tabel 4.</b> Perbandingan Akun Instagram .....	36
<b>Tabel 5.</b> <i>Segmentation</i> .....	37
<b>Tabel 6.</b> <i>Top Content Engagement Rate</i> .....	42
<b>Tabel 7.</b> <i>Top Content Views</i> .....	43
<b>Tabel 8.</b> <i>Content The Feeling Wheel</i> .....	45
<b>Tabel 9.</b> Perbandingan <i>Performance</i> Akun Instagram @narasi.tv .....	51
<b>Tabel 10.</b> Perbandingan <i>Performance Content News</i> .....	52
<b>Tabel 11.</b> Perbandingan <i>Performance Content WHIN</i> .....	52