

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN KONTEN VIDEO PADA AKUN TIKTOK
@PENERBIT_BRIN UNTUK MENINGKATKAN
ENGAGEMENT

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Oleh:

LISA AMALIAH RIZKI

NIM : 20330078

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2023

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Video pada Akun TikTok
@penerbit_brin untuk Meningkatkan *Engagement*

Penulis : Lisa Amaliah Rizki

NIM : 20330078

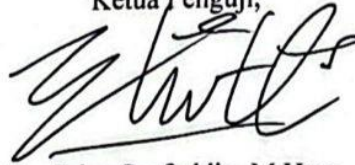
Program Studi : Penerbitan

Jurusan : Periklanan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Senin, 31 Juli 2023.

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum

NIP. 197508072009121001

Anggota 1



Arius Krypton., S.Sos., M.Si.

NIDN. 0008048305

Anggota 2



Drs. Sudrajat, M. M

NIP. 196012221982031003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Penerbitan



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum

NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Video pada Akun TikTok
@penerbit_brin untuk Meningkatkan Engagement
Penulis : Lisa Amaliah Rizki
NIM : 20330078
Program Studi : Penerbitan
Jurusan : Periklanan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan. Ditandatangani di Jakarta, 20 Juli 2023

Pembimbing 1



Bayu Dwi Nurwicaksono, M.Pd.
NIP. 198612252014041002

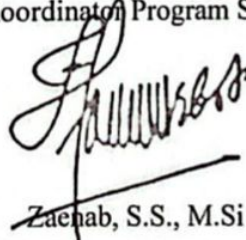
Pembimbing 2



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

Mengetahui,

Koordinator Program Studi



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

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lisa Amaliah Rizki
NIM : 20330078
Program Studi : Penerbitan
Jurusan : Periklanan
Tahun Akademik : 2022/2023

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Pembuatan Konten Video pada Akun TikTok @penerbit_brin untuk Meningkatkan *Engagement* adalah **original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.**

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

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 Juli 2023

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a 1000 Rupiah Indonesian postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '1000', and 'MENCERAIKAN PENYAPU'. The signature is written in a cursive style.

Lisa Amaliah Rizki

NIM 20330078

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Lisa Amaliah Rizki
NIM : 20330078
Program Studi : Penerbitan
Jurusan : Periklanan
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:

Pembuatan Konten Video pada Akun TikTok @penerbit_brin untuk Meningkatkan *Engagement*

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

Jakarta, 23 Juli 2023

Yang menyatakan,



Lisa Amaliah Rizki

NIM 20330078

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Video pada Akun TikTok
@penerbit_brin untuk Meningkatkan *Engagement*
Penulis : Lisa Amaliah Rizki
Pembimbing I : Bayu Dwi Nurwicaksono, M.Pd.
Pembimbing II : Zaenab, S.S., M.Si.

In April 2022, Indonesia ranks second with the largest TikTok users in the world, with 99.07 million users. Therefore, using a digital marketing strategy through the TikTok platform is quite effective in increasing the engagement of an account. This makes the TikTok platform an option as a medium for information dissemination and promotion. TikTok itself has a very prominent advantage that its users can feel, namely the video ratio of 9:16 which can be considered "user friendly". The purpose of writing is how the Content Creator at the BRIN Publisher Institution creates video content for the TikTok platform to increase engagement. From the author's analysis, to be able to increase engagement with video content on the TikTok @penerbit_brin platform, namely by using the AIDA model in the process of making audio and visual scripts to the video production process.

Keyword: *Content Creator, TikTok, Content, Communication, Advertising*

Pada bulan April 2022 Indonesia menempati urutan kedua dengan pengguna TikTok terbesar di dunia sebanyak 99,07 juta pengguna. Oleh karena itu untuk menggunakan strategi pemasaran digital melalui *platform* TikTok cukup efektif untuk meningkatkan *engagement* suatu akun. Hal ini menjadikan *platform* TikTok menjadi salah satu opsi sebagai media penyebaran informasi dan promosi. TikTok sendiri memiliki kelebihan yang sangat menonjol dan dapat dirasakan penggunanya yaitu rasio video 9:16 yang dapat terbilang "*user friendly*". Tujuan dari penulisan adalah bagaimana *Content Creator* pada Institusi Penerbit BRIN dalam pembuatan konten video di *platform* TikTok untuk meningkatkan *engagement*. Dari analisa penulis, untuk dapat meningkatkan *engagement* pada konten video di *platform* TikTok @penerbit_brin yaitu dengan menggunakan teori AIDA dalam proses pembuatan naskah audio dan visual sampai proses produksi video.

Kata Kunci: *Content Creator, TikTok, Konten, Komunikasi, Periklanan.*

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu syarat bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma 3/Sarjana Terapan Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *Content Creator* di Penerbit Badan Riset dan Inovasi Nasional. Tugas Akhir ini penulis beri judul “Pembuatan Konten Video pada Akun TikTok @penerbit_brin untuk Meningkatkan *Engagement*”.

Penulisan Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang tua dan orang-orang terdekat yang berada di sekitar penulis. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

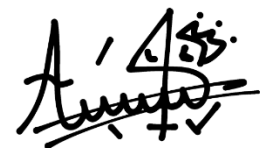
1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kemudahan serta kelancaran dalam membuat penulisan Tugas Akhir ini.
2. Ibu Penulis, Hikmah yang selalu mendoakan dan mendukung penulis.
3. Ayah Penulis, Fahrudin (Alm) yang selalu memberikan dukungan semasa hidupnya serta kenangan yang mampu menghantarkan penulis menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini.
4. Dr. Tipri Rose Kartika, S.E., M.M selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
5. Nova Darmanto, S.Sos., M.Si Sebagai Wakil Direktur Bidang Akademik.
6. Dr. Erlan Saefuddin, SS., M.Hum. selaku Ketua Jurusan Penerbitan.
7. R Sulistiyo Wibowo, S.Sn., M.Sn. selaku Sekretaris Jurusan Penerbitan.

8. Zaenab, SS., M.Si selaku Koordinator Prodi Periklanan.
9. Bayu Dwi Nurwicaksono, M.Pd. selaku dosen Pembimbing I yang memberikan motivasi dan ilmunya kepada penulis.
10. Zaenab, SS., M.Si selaku dosen Pembimbing II yang memberikan motivasi dan ilmunya kepada penulis.
11. Dhevi Enlivena Irene RM, S.Sn., M.Sn. Pembimbing Perusahaan di Penerbit Badan Riset dan Inovasi Nasional.
12. Masna Fitriany, S.Tr. mentor di Penerbit Badan Riset dan Inovasi Nasional, yang selalu membantu penulis memberikan informasi institusi demi kelancaran penyusunan penulisan Tugas Akhir ini.
13. Sahabat-sahabat terdekat penulis, Rara Nurwidyaningtias dan Alia Karimatu yang selalu mendukung dan menemani penulis dalam penyusunan penulisan Tugas Akhir.
14. Teman-teman penulis, Mukti, Annisa, Shabrina, Resta, Rizka, Exally, dan Galih yang mendukung dan menemani penulis semasa kuliah hingga penyusunan penulisan Tugas Akhir.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk penyempurnaan tugas akhir ini.

Jakarta, 17 Juli 2023

Penulis,



Lisa Amaliah Rizki

20330078

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penulisan	6
F. Manfaat Penulisan	6
G. Sistematika Penulisan	7
BAB II	9
A. Komunikasi	9
1. Definisi Komunikasi.....	9
2. Definisi Periklanan	9
3. Definisi Komunikasi Periklanan	10
4. Tujuan Komunikasi dalam Periklanan	11
5. Media Komunikasi	13
B. Media Sosial.....	14
1. TikTok	14
2. Fitur TikTok	15
C. <i>Content Creator</i>	16
D. Teori AIDA	16

1.	Perhatian (<i>Attention</i>).....	17
2.	Ketertarikan (<i>Interest</i>)	17
3.	Minat (<i>Desire</i>)	17
4.	Tindakan (<i>Action</i>).....	17
E.	Proses Kreatif.....	18
1.	Kreativitas	18
2.	Indikator Kreatif	18
F.	Konten Video	20
1.	Aspek Konten Video	20
2.	Elemen Video	21
G.	Engagement.....	24
1.	Definisi <i>Engagement</i>	24
2.	Pengukuran Efektivitas Konten.....	25
3.	Indikator Pengukur <i>Engagement</i>	26
BAB III	28
A.	Data Institusi	28
1.	Profil Institusi	28
2.	Alamat Institusi	29
3.	Visi dan Misi Institusi	29
4.	Logo Institusi.....	29
5.	Layanan Institusi	30
6.	Produk	31
7.	Struktur Perusahaan.....	32
B.	Teknik Pengumpulan Data.....	38
1.	Wawancara	38
2.	Observasi	38
3.	Studi Pustaka	38
C.	Ruang Lingkup.....	39
1.	Peran <i>Content Creator</i>	39
2.	Periode Pekerjaan	39
3.	Jenis Pekerjaan	39

D. Langkah Kerja Pembuatan Konten Video.....	40
1. Persiapan	41
2. Pelaksanaan	41
BAB IV	43
A. Gambaran Umum Pekerjaan	43
1. Peran <i>Content Creator</i> pada akun TikTok @penerbit_brin	43
B. Alur Kerja Pembuatan Konten Video	45
1. Tahap Persiapan	46
2. Tahap Pelaksanaan	47
C. Hasil Pekerjaan.....	54
1. Hasil Konten.....	54
D. Pengaplikasian Teori AIDA.....	61
1. Video Akuisisi	62
2. Buku Akuisisi	70
3. Top 10 Books	80
E. <i>Engagement</i> Konten Video TikTok	83
1. Konten Video Akuisisi	83
2. Konten Buku Akuisisi	84
3. Konten <i>Top 10 Books</i>	85
F. Peningkatan <i>Engagement Rate</i> Akun TikTok @penerbit_brin.....	86
1. Januari	86
2. Februari	87
3. Maret	88
4. April.....	90
5. Mei.....	91
6. Juni	93
G. <i>Engagement Rate</i> Akun TikTok @penerbit_brin	95
H. Peningkatan <i>Followers</i> Akun TikTok @penerbit_brin.....	95
1. Periode 2022.....	95
2. Periode 2023	96
I. Komparasi	97
BAB V.....	98

A. Kesimpulan	98
B. Saran.....	98
1. Saran Pembaca (Akademis).....	99
2. Saran Institusi (Praktis)	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pengguna Platform TikTok di Indonesia	1
Gambar 2 Pengguna Platform Media Sosial Indonesia.....	2
Gambar 3 AIDA Model	17
Gambar 4 Logo BRIN.....	30
Gambar 5 Struktur Penerbit BRIN.....	32
Gambar 6 Content Pillar.....	40
Gambar 7 Langkah Kerja Pembuatan Konten Video.....	40
Gambar 8 Video Akuisisi Penerbit BRIN.....	44
Gambar 9 Buku Akuisisi Penerbit BRIN	44
Gambar 10 List Top 10 Books Penerbit BRIN	45
Gambar 11 Alur Kerja Pembuatan Konten Video	45
Gambar 12 Jadwal Konten TikTok @penerbit_brin.....	46
Gambar 13 Naskah Konten Audio dan Visual.....	47
Gambar 14 Approval Naskah Konten	48
Gambar 15 Proses Produksi Konten	49
Gambar 16 Proses Memasukkan Voice Over	50
Gambar 17 Revisi Konten Video	51
Gambar 18 Revisi Konten Video	52
Gambar 19 Approval Konten Video	53
Gambar 20 Perbandingan Konten Tahun 2022 dan 2023	54
Gambar 21 Video Akuisisi Penerbit BRIN.....	55
Gambar 22 Konten Video dari Video Akuisisi di Platform TikTok.....	56
Gambar 23 Video Akuisisi Penerbit BRIN.....	56
Gambar 24 Konten Video dari Video Akuisisi di Platform TikTok.....	57
Gambar 25 Buku Akuisisi Penerbit BRIN	58
Gambar 26 Konten Video Buku Akuisisi di Platform TikTok	58
Gambar 27 Buku Akuisisi Penerbit BRIN	59
Gambar 28 Konten Video Buku Akuisisi di Platform TikTok	59
Gambar 29 List Top 10 Books TikTok.....	60

Gambar 30 Konten Video Top 10 Books di Platform TikTok.....	61
Gambar 31 Konten Video dari Video Akuisisi di Platform TikTok.....	62
Gambar 32 Konten Video dari Video Akuisisi di Platform TikTok.....	66
Gambar 33 Konten Video Buku Akuisisi di Platform TikTok	70
Gambar 34 Konten Video Buku Akuisisi di Platform TikTok	76
Gambar 35 Konten Video Top 10 Books di Platform TikTok.....	80
Gambar 36 Engagement Konten Tuli	83
Gambar 37 Engagement Konten Jejak Islam di Tanah Kutaringin.....	84
Gambar 38 Engagement Konten Komunikasi Perusahaan Melalui Tulisan.....	84
Gambar 39 Engagement Konten Jenny in Java: Sekaten Night Market	85
Gambar 40 Engagement Konten Top 10 Books April	85
Gambar 41 Engagement Akun TikTok @penerbit_brin Bulan Januari.....	86
Gambar 42 Engagement Akun TikTok @penerbit_brin Bulan Februari.....	87
Gambar 43 Hasil Konten pada Bulan Februari 2023	88
Gambar 44 Engagement Akun TikTok @penerbit_brin Bulan Maret.....	88
Gambar 45 Hasil Konten pada Bulan Maret 2023	89
Gambar 46 Engagement Akun TikTok @penerbit_brin Bulan April.....	90
Gambar 47 Hasil Konten pada Bulan April 2023	91
Gambar 48 Engagement Akun TikTok @penerbit_brin Bulan Mei.....	91
Gambar 49 Hasil Konten pada Bulan Mei 2023	92
Gambar 50 Engagement Akun TikTok @penerbit_brin Bulan Juni	93
Gambar 51 Hasil Konten pada Bulan Juni 2023.....	94
Gambar 52 Data Followers Media Sosial Penerbit BRIN 2022	95
Gambar 53 Akun TikTok @penerbit_brin 2023.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Pengaplikasian Teori AIDA.....	63
Tabel 2 Pengaplikasian Teori AIDA.....	66
Tabel 3 Pengaplikasian Teori AIDA.....	71
Tabel 4 Pengaplikasian Teori AIDA.....	77
Tabel 5 Pengaplikasian Teori AIDA.....	81
Tabel 9 Komparasi Peran Content Creator	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Karya bulan Februari 2023.....	110
Lampiran 2 Hasil Karya Bulan Maret 2023.....	110
Lampiran 3 Hasil Karya Bulan April 2023	111
Lampiran 4 Hasil Karya Bulan Mei 2023	112
Lampiran 5 Hasil Karya Bulan Juni 2023.....	113
Lampiran 6 Sertifikat Kerja Praktik.....	114
Lampiran 7 Surat Izin Penggunaan Karya	115
Lampiran 8 Dokumentasi Bimbingan Tugas Akhir	116
Lampiran 9 Dokumentasi Wawancara dengan Narasumber.....	117
Lampiran 10 Sidang Tugas Akhir.....	119