

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PEMBUATAN KONTEN *REELS* PADA INSTAGRAM ROOV
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh
DEDE ANISA
NIM : 20330047

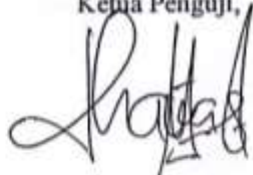
**PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan konten *Reels* pada Instagram Roov dalam meningkatkan *Brand Awareness*
Penulis : Dede Anisa
NIM : 20330047
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

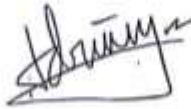
Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Kamis, 27 Juli 2023

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Hawa Asma ul Husna, S.Pd., M.Hum
NIP. 199110242019032027

Anggota 1



Adrians, S.Si., M.Sn
NIP. 19851001201903100

Anggota 2



Zagnab, S.S., M.Si
NIP. 199211132019032025

Mengetahui
Ketua Jurusan Penerbitan




Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PESETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR


Judul Tugas Akhir : Pembuatan konten *Reels* pada Instagram Roov dalam Meningkatkan *Brand Awareness*
Penulis : Dede Anisa
NIM : 20330047
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 21 Juli 2023

Pembimbing I


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

Pembimbing II


Maya Puspita Dewi, M.M

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan


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

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dede Anisa
NIM : 20330047
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2023

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul : Pembuatan Konten *Reels* pada Instagram Roov dalam Meningkatkan *Brand Awareness* adalah original, belum pernah dibuat pihak lain, dan bebas dari plagiarism.

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 sebenar – benarnya.

Jakarta, 21 Juli 2023

Yang menyatakan,



Dede Anisa

NIM. 20330047

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Dede Anisa
NIM : 20330047
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2023

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: Pembuatan Konten Reels pada Instagram Roov dalam Meningkatkan Brand Awareness.

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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, 21 Juli 2023

Yang menyatakan,



Dede Anisa

NIM. 20330047

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir	: Pembuatan Konten <i>Reels</i> Pada Instagram Roov Dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>
Penulis	: Dede Anisa
NIM	: 20330047
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Penerbitan
Pembimbing 1	: Zaenab, S.S., M.Si
Pembimbing 2	: Maya Puspita Dewi, M.M

The current technological development is continuously advancing, facilitating society in accessing various information to fulfill their needs through smartphones and the internet. Roov serves as an unpaid platform that provides audio-visual entertainment services, offering customers the opportunity to listen to and upload podcasts, stream radio frequencies, and digital radio through the internet on computers and/or other mobile devices. Despite conducting branding on social media, Roov's presence is not widely recognized by the majority of people. Therefore, there is a need for an enhancement of brand awareness through Reels content on Roov's official Instagram. The author utilized five data collection methods, namely observation, literature review, online data research, questionnaire, and interviews. The aim of this writing is to investigate the effectiveness of creating reels content on Roov Official's Instagram in enhancing brand awareness. The study aims to analyze the impact of reels content production on Instagram Roov in elevating brand awareness of Roov as a digital audio platform. The process of producing reels content, guided by a creative approach, serves as a method employed by the company to engage with the target audience and foster greater recognition of the Roov brand as a digital audio platform.

Keyword: Roov, Social Media, Instagram, Reels, Brand Awareness

Perkembangan teknologi saat ini terus meningkat sehingga memudahkan masyarakat dalam mengakses berbagai informasi untuk memenuhi kebutuhannya melalui smartphone dan internet. Roov merupakan platform penyedia layanan hiburan audio visual tak berbayar yang menyediakan kepada pelanggan akses mendengar dan mengunggah podcast, streaming radio frekuensi dan radio digital melalui internet ke komputer dan/atau perangkat mobile lainnya. Meski telah melakukan branding di sosial media, kehadiran Roov kurang disadari oleh kebanyakan orang. Maka dari itu, diperlukan adanya peningkatan *brand awareness* yang dibangun melalui konten *reels* pada Instagram Roov. Penulis menggunakan 5 metode pengumpulan data yaitu observasi, studi pustaka, penelusuran data online, kuesioner, dan wawancara. Tujuan dari penulisan ini untuk mengetahui bagaimana pembuatan konten *reels* pada instagram Roov Official untuk meningkatkan *brand awareness*. Hasil dari pembuatan konten *reels* pada Instagram Roov untuk meningkatkan brand awareness. Pembuatan konten *reels* melalui proses kreatif merupakan metode pendekatan perusahaan dengan audiens dalam upaya meningkatkan pengenalan brand (*brand awareness*) Roov sebagai platform audio digital.

Keyword: Roov, Sosial Media, Instagram, Reels, Brand Awareness

PRAKATA

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Penulis berterima kasih kepada kedua orang tua yang telah memberikan izin bekal dan doanya yang telah diberikan kepada penulis selama kuliah sampai mengerjakan tugas akhir ini. Tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan 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 *Social Media* dalam divisi Promo. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan Tugas Akhir ini berjudul: Pembuatan Konten *Reels* pada Instagram Roov dalam Meningkatkan *Brand Awareness*.

Laporan Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kesabaran serta kelancaran dalam membuat laporan Praktik Industri ini.
2. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
3. Nova Darmanto, S.Sos., M.Si Wakil Direktur Bidang Akademik.
4. Dr. Erlan Saefuddin M.Hum Ketua Jurusan Penerbitan.
5. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn. Sekretaris Jurusan Penerbitan.
6. Zaenab, S.S., M.Si Koordinator Program Studi Periklanan sekaligus Dosen Pembimbing I.
7. Maya Puspita Dewi, M.M., sebagai Dosen Pembimbing II.
8. Kepada Keluarga khususnya Bapak Ade Warsa dan Mama Enung juga kakak-kakak dan adik penulis.

9. Anissa Khomsatun, S.S dan Gayuh Sri Mulyani, S.Tr.I.Kom selaku Pembimbing Perusahaan yang selalu membantu demi kelancaran laporan Tugas Akhir ini.
10. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
11. Para staf Jurusan Penerbitan dan para karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan layanan administrasi kepada penulis selama di Politeknik Negeri Media Kreatif.
12. Rizky Fernando Markos yang telah memberikan motivasi dan menemani penulis selama proses pengerjaan Tugas Akhir.
13. Via, Rohima, Della, Naura dan Cantika yang telah mendukung penulis dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini.
14. Warga MNC Roov yang sudah memberikan arahan informasi serta memberikan suasana kekeluargaan yang nyaman.
15. Rekan-rekan Periklanan 2020 dan kelas D yang telah berjuang bersama-sama.
16. *For myself, thank you for wanting to fight and survive until now.*

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam laporan Tugas Akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk laporan ini.

Jakarta, 21 Juli 2023
Penulis,



Dede Anisa
NIM. 20330047

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PESETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR	iv
DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	v
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penulisan	8
F. Manfaat Penulisan.....	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Komunikasi	9
1. Definisi Komunikasi.....	9
2. Tujuan Komunikasi	10
3. Elemen Komunikasi	11
4. Jenis Komunikasi Media Massa	11
B. Media Sosial.....	12
1. Definisi Media Sosial	12
2. Jenis-jenis Media Sosial	13
3. Instagram	14
4. Jenis Konten Instagram	15

5. <i>Reels</i>	17
C. Periklanan.....	21
1. Definisi Periklanan	21
2. Tujuan Periklanan.....	21
3. Jenis Periklanan.....	23
D. <i>Social Media Marketing</i>	23
1. Indikator <i>Social Media Marketing</i>	24
E. Konten Kreatif.....	26
1. Definisi Konten Kreatif.....	26
2. Tahapan Proses Kreatif.....	27
F. <i>Content Creator</i>	27
1. Definisi <i>Content Creator</i>	27
2. Perkembangan <i>Content Creator</i>	28
G. <i>Brand Awareness</i>	30
1. Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	30
2. AISAS Model	32
BAB III.....	34
METODE PELAKSANAAN.....	34
A. Data Perusahaan	34
1. Informasi umum	34
2. Visi dan Misi.....	35
3. Informasi Umum Roov.....	35
4. Struktur Organisasi Roov	36
5. Produk Roov MNC Group.....	36
B. Teknik Pengumpulan Data	39
1. Observasi	40
2. Studi Pustaka	40
3. Penelusuran Data Online	40
4. Wawancara.....	41
5. Kuesioner.....	42
C. Ruang Lingkup.....	42
1. Peran Penulis	42

2. Waktu dan Kegiatan.....	43
3. Jenis Pekerjaan	43
D. Langkah Kerja.....	44
1. Praproduksi.....	45
2. Produksi.....	45
3. Pasca Produksi.....	45
BAB IV	45
PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum.....	45
1. Gambaran Umum Perusahaan	45
2. Gambaran Umum Pekerjaan.....	50
B. Alur Kerja.....	51
1. Praproduksi/persiapan	52
2. Produksi/Pelaksanaan.....	57
3. Pasca Produksi.....	62
C. Analisis Instagram.....	63
1. Analisis Instagram Roov Sebelumnya.....	64
2. Analisis Instagram Roov Sesudahnya	67
D. Analisis Alur Kerja AISAS	69
E. Hasil Pekerjaan.....	71
1. Hasil <i>Content</i>	71
2. Hasil <i>Insight Content</i>	75
F. Analisis <i>Brand Awareness</i>	78
G. Komparasi Praktik dan Teori.....	82
BAB V.....	77
PENUTUP.....	77
A. Simpulan	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Hasil Survey.....	2
Gambar 2 Akun Instagram Roov.....	4
Gambar 3 Piramida Brand Awareness.....	31
Gambar 4 Logo Roov	34
Gambar 5 Struktur Organisasi Roov	36
Gambar 6 Produk Roov Audio Series	37
Gambar 7 Produk Roov Podcast.....	38
Gambar 8 Produk Roov Radio Musik	38
Gambar 9 Produk Roov Audiobook	39
Gambar 10 Produk Roov Konten Berita.....	39
Gambar 11 Alur Kerja Roov	44
Gambar 12 Aplikasi Roov	46
Gambar 13 Twitter Roov	47
Gambar 14 Facebook Roov	48
Gambar 15 Youtube Roov.....	48
Gambar 16 Tiktok Roov	49
Gambar 17 Instagram Roov.....	50
Gambar 18 Alur Kerja di Perusahaan Roov	52
Gambar 19 Contoh Konten Hasil <i>Brainstorming</i>	53
Gambar 20 Observasi dengan Kompetitor	54
Gambar 21 <i>Content Marketing</i> Roov	55
Gambar 22 <i>Content</i> Edukasi Roov	56
Gambar 23 <i>Creative Content</i> Roov	57
Gambar 24 Membuat Projek Baru.....	58
Gambar 25 Membuat <i>Sequence</i>	59
Gambar 26 <i>Import</i> Bahan Konten	60
Gambar 27 Proses <i>Editing</i>	60
Gambar 28 Proses <i>Exporting</i>	61
Gambar 29 <i>Final Review</i>	62
Gambar 30 <i>Content Reels</i> Sebelum Ditangani Penulis	65
Gambar 31 <i>Feed Reels</i> Sebelum Ditangani Penulis	66
Gambar 32 <i>Content Reels</i> Sesudah Ditangani Penulis	67
Gambar 33 <i>Feed Reels</i> Sesudah Ditangani Penulis.....	68
Gambar 34 Hasil <i>Content Marketing</i>	72
Gambar 35 Hasil <i>Content</i> Edukasi	73
Gambar 36 Hasil <i>Content Creative</i> Zodiak	74
Gambar 37 Hasil <i>Content Creative</i> <i>Softselling</i>	75
Gambar 38 <i>Insight Content</i> 1.....	75
Gambar 39 Hasil <i>Content</i> 1	75
Gambar 40 <i>Insight Content</i> 2.....	76
Gambar 41 Hasil <i>Content</i> 2	76
Gambar 42 <i>Insight Content</i> 3.....	77
Gambar 43 Hasil <i>Content</i> 3	77
Gambar 44 Hasil <i>Content</i> 4	77

Gambar 45 <i>Insight Content 4</i>	77
Gambar 46 Diagram Hasil Data Responden <i>Brand Recognition</i>	81

DAFTAR TABEL

Table 1 Jenis- Jenis Iklan	23
Table 2 <i>Insight</i> Instagram Roov	64
Table 3 Analisis AISAS	69
Table 4 Data Responden.....	78
Table 5 Hasil Data Responden <i>Top of Mind</i>	79
Table 6 Hasil Data Responden <i>Brand Recall</i>	80
Table 7 Komparasi Berdasarkan Praktik Kerja Langsung dan Teori.....	83

LAMPIRAN

Lampiran A Wawancara Penulis dengan Informan	84
Lampiran B <i>Brainstorming</i>	85
Lampiran C Pembuatan Konten <i>Reels</i>	86
Lampiran D Hasil Kerja Penulis	86
Lampiran E Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing I dan Pembimbing II	88
Lampiran F Kegiatan terkait Tugas Akhir	89
Lampiran G Dokumentasi Sidang Tugas Akhir	90