

## LAPORAN TUGAS AKHIR

**"Strategi Kreatif dalam Perancangan *Content* Instagram**

**@exabytes\_id untuk Meningkatkan *Engagement*"**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



**Disusun Oleh:**

**Rachelly Dea Anissa**

**NIM: 20330114**

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN**

**JURUSAN PENERBITAN**

**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF**

**JAKARTA**

**2023**



## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Kreatif dalam Perancangan *Content* Instagram  
@exabytes\_id untuk Meningkatkan *Engagement*  
Penulis : Rachelly Dea Anissa  
NIM : 20330114  
Program Studi : Periklanan (Konsentrasi: D3)  
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa, tanggal 1 Agustus 2023

Disahkan oleh:  
Ketua Penguji,



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

Anggota 1



Pahala Basuki, S. Kom

Anggota 2



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom  
NIP. 198812222020122006

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Penerbitan



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum  
NIP.197508072009121001

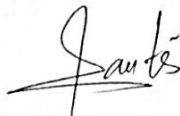
## LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Kreatif dalam Perancangan *Content* Instagram  
@exabytes\_id untuk Meningkatkan *Engagement*  
Penulis : Rachelly Dea Anissa  
NIM : 20330114  
Program Studi : Periklanan (Konsentrasi: D3)  
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di ..Jakarta..., 23 Juni 2023.....

Pembimbing 1



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom

NIP. 198812222020122006

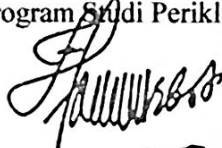
Pembimbing 2



Ratna Puspitasari Ardjani M.F.B

0704050023

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, SS., M.Si  
NIP.199211132019032025

## PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rachelly Dea Anissa  
NIM : 20330114  
Program Studi : Periklanan (Konsentrasi D3)  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2022-2023

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:  
“Strategi Kreatif dalam Perancangan Content Instagram @exabytes\_id 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,



Rachelly Dea Anissa  
20330114

## LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Rachelly Dea Aniss  
NIM : 20330114  
Program Studi : Periklanan (Konsentrasi D3)  
Jurusan : Periklanan  
Tahun Akademik : 2022-2023

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:  
“Strategi Kreatif dalam Perancangan Content Instagram @exabytes\_id untuk Meningkatkan Engagement” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

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, 23 Juli 2023

Yang menyatakan,



Rachelly Dea Anissa  
20330114

## ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Strategi Kreatif dalam Perancangan Content Instagram @exabytes\_id untuk Meningkatkan Engagement  
Penulis : Rachelly Dea Anissa  
Pembimbing 1 : Sartika Ekadyasa, M.I.Kom  
Pembimbing 2 : Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB

*Instagram is the 2nd most popular social media in Indonesia. Users can upload interesting content on the platform. Exabytes Indonesia has 29k followers but there is a lack of engagement on Exabytes Indonesia's Instagram content. This shows that Exabytes Indonesia's Instagram is still not optimized. Therefore, the role of content writers is needed to be able to increase engagement on Exabytes Indonesia's Instagram account. The strategy implemented by the author uses the PAS (Problem, Agitate, Solutions) and AIDCA (Attention, Interest, Desire, Conviction, Action) copywriting methods. The author used the observation method for 3 months, the use of Literature Study for the theoretical basis of the Final Project and the use of STP to determine the audience of Exabytes Indonesia. The result of the Content Writer role is to increase engagement on Exabytes Indonesia's Instagram content.*

Keywords: Content Writer, Instagram, Engagement, Creative Strategy

Instagram merupakan media sosial tertinggi nomor 2 di Indonesia. Para penggunanya dapat mengunggah *content* menarik di platform tersebut. Exabytes Indonesia mempunyai *followers* 29rb namun kurangnya *engagement* terhadap content Instagram Exabytes Indonesia. Dengan hal tersebut menunjukkan bahwa Instagram Exabytes Indonesia masih kurang optimal. Oleh karena itu, peran Content Writer sangat diperlukan untuk bisa meningkatkan Engagement di akun Instagram Exabytes Indonesia. Strategi yang diimplementasikan oleh penulis menggunakan metode copywriting PAS (Problem, Agitate, Solutions) dan AIDCA (Attention, Interest, Desire, Conviction, Action). Penulis menggunakan metode observasi selama 3 bulan, penggunaan Studi Pustaka untuk landasan teori Tugas Akhir dan penggunaan STP untuk menentukan audiens Exabytes Indonesia. Hasil dari peran Content Writer penulis adalah untuk meningkatkan Engagement di content Instagram Exabytes Indonesia.

Kata Kunci: *Content Writer*, Instagram, *Engagement*, Strategi Kreatif

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan Pendidikan Diploma III (Tiga) Program Studi Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif. Judul Tugas Akhir penulis “Strategi Kreatif Sebagai Content Writer Dalam Merancang Ide Content di Instagram @exabytes\_id”. Penulis menyadari, Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari orang-orang terdekat khususnya orang tua penulis. Selain itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan keagungan-Mu yang telah memberi penulis kesehatan, kesabaran, kemudahan dan kelancaran sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Kedua Orang Tua penulis, yang selalu memberikan doa, nasihat, serta kesabaran yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis. Penulis berharap menjadi anak yang dapat dibanggakan.
3. Ibu Dr. Tipri Rose Kartika, M.M. Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
4. Bapak Dr. Benget Simamora, M.M., Wakil Direktur Bidang Akademik.
5. Ibu Suratni, S.S., M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan.
6. Bapak Ronald Mongkau, M.M., Sekretaris Jurusan Penerbitan.
7. Dr. Erlan Saefuddin, M. Hum., selaku Ketua Jurusan Penerbitan Politeknik Negeri Media Kreatif
8. Zaenab, SS., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan
9. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom selaku pembimbing 1 penulis dalam Karya Tugas Akhir
10. Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB., selaku dosen pembimbing 2 penulis dalam penyusunan Tugas Karya Akhir
11. Seluruh Dosen dan Staf Ahli Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta,



terkhusus Program Studi Periklanan yang telah melayani dengan sepenuh hati selama 3 tahun penulis menempuh Pendidikan disini

12. Indra Hartawan selaku Country Manager Exabytes Indonesia yang telah menerima penulis melakukan praktik industri di Exabytes Indonesia.

13. Muhammad Raihan Aufa selaku Performance Marketing Lead di Exabytes Indonesia yang telah membimbing penulis dalam melakukan perancangan content.

14. Yuanita Ayu Pratama selaku Experienced PR, Event & Marketing Exabytes Indonesia yang sudah menerima penulis dalam internship di Exabytes Indonesia.

15. Melinda Dewi selaku Event Lead yang telah membimbing penulis dalam berkolaborasi dibidang pekerjaan.

16. Fathamia Assajjad atau Tale, Kak Anna, Kak Zufar, Kak Yusuf, Kak Adit, Kak Yani dan Alia yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan Karya Tugas Akhir.

17. Teman-teman Muyen Coffee Tebet yang juga turut mendukung penulis dalam menyelesaikan Karya Tugas Akhir.

18. Khalis selaku teman magang yang telah membantu penulis dalam memberikan data internal perusahaan untuk Karya Tugas Akhir.

19. Tasya Aulia Imaya & Syafa Salsabila Reptania selaku teman dalam perjuangan yang sudah membantu dan menemani selama masa kuliah dan proses menyelesaikan Tugas Akhir bersama.

20. Kepada Musisi Maliq & D'essentials yang sudah menciptakan lagu yang sangat indah sehingga penulis bisa menyelesaikan karya Tugas Akhir ini.

21. Tak lupa, penulis berterima kasih kepada diri sendiri yang sudah berjuang menyelesaikan Pendidikan D3 dan Tugas Akhir ini sembari bekerja.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....	i
U LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR .....	ii
JUAN SIDANG TUGAS AKHIR .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIARISME .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
ABSTRAK .....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah .....	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Masalah.....	5
F. Manfaat Penulisan .....	6
<b>BAB II .....</b>	<b>7</b>
A. Komunikasi Pemasaran .....	7
1. Pengertian Komunikasi .....	7
2. Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	7
3. Proses Komunikasi.....	7
4. Komunikasi Pemasaran Tools .....	8
B. Analisis STP.....	10
C. Media Sosial.....	10
1. Definisi Media Sosial.....	10
2. Jenis Media Sosial .....	11

3.	Media Sosial Instagram .....	12
4.	Meta Business Suite.....	13
D.	<i>Copywriting</i> .....	15
1.	Konsep PAS ( <i>Problem, Agitate, Solution</i> ) .....	15
2.	Konsep AIDCA ( <i>Attention, Interest, Desire, Conviction, Action</i> ).....	16
E.	<i>Content Writer</i> .....	17
1.	Definisi <i>Content Writer</i> .....	17
2.	Peran <i>Content Writer</i> .....	18
F.	Proses Kreatif .....	18
1.	Definisi Kreatif .....	18
2.	Elemen Proses Kreatif.....	19
G.	Brainstorming.....	19
1.	Definisi <i>Brainstorming</i> .....	19
2.	Tools <i>Brainstorming</i> .....	20
3.	<i>Content Pillar</i> .....	21
4.	<i>Content Brief</i> .....	21
H.	Brand.....	22
1.	Definisi Brand.....	22
2.	<i>Brand Engagement</i> .....	22
<b>BAB III</b> .....		<b>24</b>
<b>METODE PELAKSANAAN</b> .....		<b>24</b>
A.	Data Perusahaan .....	24
1.	Profile Perusahaan .....	24
2.	Lokasi dan Alamat Perusahaan.....	25
3.	Visi dan Misi Perusahaan .....	25
4.	Struktur Organisasi Perusahaan.....	26
5.	Layanan Perusahaan.....	28
B.	Teknik Pengumpulan Data .....	32
1.	Observasi.....	32
2.	Studi Pustaka .....	33
C.	Ruang Lingkup.....	33
1.	Peran Content Writer .....	33
2.	Waktu dan Kegiatan .....	33

3. Kategori Karya.....	34
4. Ide Kreatif.....	34
D. Langkah Kerja .....	34
1. Persiapan.....	35
2. Pelaksanaan .....	35
3. Evaluasi.....	37
<b>BAB IV .....</b>	<b>38</b>
<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
A. Gambaran Umum .....	38
1. Gambaran Umum Exabytes Indonesia .....	38
2. Gambaran Umum Pekerjaan .....	44
3. Analisa STP (Segmentation, Targeting, Positioning) .....	47
4. Analisa Penulis .....	48
B. Alur Pekerjaan .....	61
1. Persiapan.....	61
2. Implementasi .....	65
3. Evaluation .....	80
C. Hasil Alur Pekerjaan.....	83
1. Promotion .....	83
2. Education .....	84
3. Entertainment.....	85
D. Komparasi Praktik Dengan Teori .....	87
<b>BAB V.....</b>	<b>88</b>
A. Simpulan .....	88
B. Saran.....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>92</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Proses Komunikasi.....	8
Tabel 4. 1 Perbedaan Harga Domain Biz.id.....	39
Tabel 4. 2 Pembagian Alokasi Waktu.....	45
Tabel 4. 3 Frame Template.....	51
Tabel 4. 4 Engagement Rate by Reach 2021.....	55
Tabel 4. 5 Engagement Rate by Reach 2023.....	56
Tabel 4. 6 Engagement Rate by Impression 2021.....	58
Tabel 4. 7 Engagement Rate by Impression 2023.....	59
Tabel 4. 8 Top 1 Engagement Rate by View.....	81
Tabel 4. 9 Top 2 Engagement Rate by View.....	81
Tabel 4. 10 Top 3 Reach Engagement Content.....	82
Tabel 4. 11 Komparasi Peran Content Writer.....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 3 Judul Content Microblogging yang baku .....	3
Gambar 1. 4 Jumlah views pada Content Reels Exabytes Indonesia.....	4
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Perusahaan .....	26
Gambar 3. 2 Contoh Domain Exabytes Indonesia .....	28
Gambar 3. 3 Workflow Content Writer .....	35
Gambar 4. 1 Logo Exabytes Indonesia .....	38
Gambar 4. 2 Promo Domain BIZ.ID.....	39
Gambar 4. 3 Youtube Channel Exabytes Indonesia .....	40
Gambar 4. 4 Akun Twitter Exabytes Indonesia.....	41
Gambar 4. 10 Meta Business Suite Exabytes Indonesia .....	43

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Biodata Penulis.....	92
2. Salinan Lembar Pembimbing 1 Tugas Akhir .....	93
3. Salinan Lembar Pembimbing 2 Tugas Akhir .....	94
4. Bukti-Bukti Pekerjaan Secara Utuh .....	95
5. Surat Penerimaan Praktik Industri .....	96
6. Dokumentasi Kegiatan Terkait Tugas Akhir .....	97