

LAPORAN TUGAS AKHIR

**OPTIMASI VIDEO REELS UNTUK MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS BIRDIE INDONESIA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar (A.Md) Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Oleh:
ACHMAD FAHREZA ALBYZAKY
NIM : 20330003

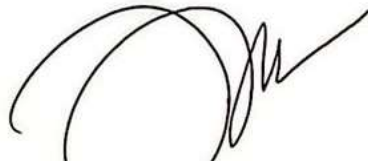
**PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA
KREATIF JAKARTA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Optimasi Video Reels Untuk Meningkatkan Brand
Awareness Birdie Indonesia
Penulis : Achmad Fahreza Albyzaky
NIM : 20330003
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji
Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada 31 Juli 2023

Disahkan oleh
Ketua Penguji




Ingrid Veronica Kusumawardani, S.S., M.Pd
NIDN. 0022027006

Anggota 1



Jefri Rahmadian, M.Kom
NIDN. 0328087601

Anggota 2



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

Mengetahui
Ketua Jurusan Penerbitan



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Optimasi Video Reels Untuk Meningkatkan
Brand Awareness Birdie Indonesia

Penulis : Achmad Fahreza Albyzaky

NIM : 20330003

Program Studi : Periklanan (Konsentrasi:)

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 25 Juli 2023

Pembimbing 1



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

Pembimbing 2



Muhamad Nur, M.Kom
0320076604

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 : Achmad Fahreza Albyzaky

NIM : 20330003

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tahun Akademik : 2022-2023

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: "Optimasi Video Reels Untuk Meningkatkan Brand Awareness Birdie Indonesia" adalah **original, belum pernah dibuat oleh pihak lain dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ke tidak sesuaian dengan pernyataan ini, sayabersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar- benarnya.

17 Juni 2023

182AKK510937664
Achmad Fahreza Albyzaky
NIM. 20330003

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Achmad Fahreza Albyzaky

NIM : 20330003

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tahun Akademik : 2022-2023

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty – Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Optimasi Video Reels Untuk Meningkatkan Brand Awareness Birdie Indonesia Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini PoliteknikNegeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalih media/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, 25 Juli 2023

Yang menyatakan,



Achmad Fahreza Albyzaky

NIM. 20330003

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Optimasi Video Reels untuk Meningkatkan Brand Awareness
Birdie Indonesia

Penulis : Achmad Fahreza Albyzaky

Pembimbing I : Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom

Pembimbing II : Muhammad Nur, M.Kom

Video editors play an important role in video production, from gathering footage to editing and final drafting. Video editors must also have creativity and acumen in analyzing footage to produce interesting and memorable videos. PT Birdie Indonesia is a company that focuses on creating/producing stylish and comfortable golf clothing to support the golfer's lifestyle. The author's goal of creating video content is to introduce products from PT Birdie Indonesia that are not known to many people, especially golfers. The lack of video viewers can be caused by irrelevant content, and video content that is less interesting. Therefore the author's role as a Video Editor is to make interesting and informative videos, as well as designing concepts that can increase PT Birdie Indonesia's Instagram Brand Awareness. The theory used by the author includes SWOT theory, STP strategy, AIDA model, and video editing.

Keywords: *Video Editors, Birdie Indonesia, Brand Awareness*

Video editors memiliki peran penting dalam produksi video, dari pengumpulan footage hingga editing dan penyusunan akhir. Video editors juga harus memiliki kreativitas dan ketajaman dalam menganalisis footage untuk menghasilkan video yang menarik dan berkesan. PT Birdie Indonesia adalah perusahaan yang fokus untuk menciptakan/memproduksi pakaian golf yang stylish dan nyaman untuk mendukung gaya hidup pegolf. Tujuan penulis membuat konten video untuk memperkenalkan produk dari PT Birdie Indonesia yang belum diketahui banyak orang terutama pegolf. Kurangnya jumlah penonton video dapat disebabkan karena konten yang tidak relevans, dan konten video yang kurang menarik. Maka dari itu peran penulis sebagai Video Editors yaitu membuat video yang menarik dan informatif, serta merancang konsep yang dapat meningkatkan Brand Awareness Instagram PT Birdie Indonesia. Teori yang digunakan penulis mencakup teori SWOT, strategi STP, model AIDA, dan editing video.

Kata kunci: *Video Editors, Birdie Indonesia, Brand Awareness*

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang memberi kesehatan dan Hidayah kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Tujuan utama penulisan Tugas Akhir ini adalah salah satu persyaratan untuk mahasiswa dapat menyelesaikan pendidikan Diploma III (Tiga) Program Studi Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif.

Judul yang penulis pakai dalam Tugas Akhir ini adalah Optimasi Video Reels untuk Meningkatkan Brand Awareness Birdie Indonesia.

Penulis menyadari, Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dari pembimbing. Selain itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak- pihak yang telah membantu banyak dalam penulisan Tugas Akhir ini.

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Nova Darmanto, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan.
4. R. Sulistyowibowo, M.Sn., Sekretaris Jurusan Penerbitan.
5. Zaenab, S.S., M.Si. Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Bpk. Tommy Ajrul Naim selaku Digital Head Content PT Birdie Indonesia.
7. Dyama Khazim Setyadi dan Muhammad Nur selaku Pembimbing Akademis Penyusunan Tugas Akhir.
8. Orang Tua yang senantiasa memberikan semangat untuk menjalankan seluruh kegiatan perkuliahan.
9. Para staf Jurusan Penerbitan dan para karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan layanan administrasi kepada penulis selama di Politeknik Negeri Media Kreatif.
10. Rekan-rekan Angkatan 2020 Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama-sama selama tiga tahun.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia Nya kepada kita semua. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk Tugas Akhir ini.

Jakarta, 25 Juli 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Achmad', written over a light blue grid background.

Achmad Fahreza Albyzaky
NIM. 20330003

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	i
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iii
ABSTRAK	iv
PRAKATA	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penulisan	5
F. Manfaat Penulisan	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Strategi Pemasaran	6
B. <i>Brand Awareness</i>	6
C. Teori SWOT	8
D. Strategi STP	9
E. Teori AIDA	11
F. Media Sosial.....	11
G. Instagram.....	13
H. <i>Editing Video</i>	14
BAB III.....	24
METODE PELAKSANAAN	24
A. Identitas Perusahaan	24
B. Filosofi Logo	24

C. Visi dan Misi	25
D. Lokasi Perusahaan.....	25
E. Logo Brand.....	25
F. Produk Birdie	26
G. Struktur Organisasi Perusahaan	26
H. Teknik Pengumpulan Data.....	27
I. Ruang Lingkup	28
J. Langkah Kerja	29
K. <i>Timeline</i>	30
L. KPI (<i>Key Performance Indicator</i>)	30
BAB IV	32
PEMBAHASAN	32
A. Gambaran umum.....	32
B. Analisis Media Sosial	35
C. Strategi STP Birdie.....	37
D. SWOT Birdie.....	38
E. <i>Analisis Top Content</i>	40
F. Analisis AIDA Birdie	42
G. Analisis Teori <i>Marketing Funnel</i>	44
H. Analisis Editing Video	47
BAB V.....	52
PENUTUP.....	52
A. Kesimpulan.....	52
B. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	2
Gambar 2 Piramida Brand Awareness	6
Gambar 3 Logo Birdie Indonesia	24
Gambar 4 Logo Birdie Indonesia	25
Gambar 5 Struktur Organisasi PT Birdi Indonesia	26
Gambar 6 Struktur Organisasi PT Birdi Indonesia	27
Gambar 7 Instagram PT Birdie Indonesia.....	32
Gambar 8 Reach Instagram PT Birdi Indonesia.....	33
Gambar 9 Instagram PT Birdi Indonesia.....	34
Gambar 10 Instagram PT Birdi Indonesia.....	35
Gambar 11 Tiktok PT Birdi Indonesia	35
Gambar 12 Youtube PT Birdi Indonesia	36
Gambar 13 Facebook PT Birdi Indonesia	36
Gambar 14 Proses Capturing	47
Gambar 15 Proses Drafting	48
Gambar 16 Proses Cutting	48
Gambar 17 Proses Linking.....	49
Gambar 18 Proses Superimposing	49
Gambar 19 Proses Pemberian Efek.....	50
Gambar 20 Proses Penambahan Backsond	50
Gambar 21 Proses Final Touch	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Produk Birdie	26
Tabel 2 Timeline	30
Tabel 3 KPI.	31
Tabel 4 Asset Reels Per Bulan.	34
Tabel 5 Analisis SWOT Birdie	38
Tabel 6 Analisis Kompetitor	39
Tabel 7 Analisis Top Content.....	40
Tabel 8 Analisis AIDA Konten Birdie.....	43
Tabel 9 Analisis Teori Marketing Funnel.....	44