

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN KONTEN REELS INSTAGRAM @SIVIMEID
UNTUK MEMBANGUN BRAND AWARENESS
SITUS WEB SIVIME PERIODE MAR-MEI 2025

Diajukan sebagai salah satu persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya



Disusun Oleh

NAZHIRA VANIA RAMADHANI

NIM: 2270404085

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025

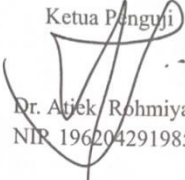
LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Reels Instagram @sivimeid Untuk
Membangun Brand Awareness Situs Web Sivime Periode Mar-Mei 2025

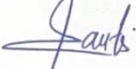
Penulis : Nazhira Vania Ramadhani
NIM : 2270404085
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir
di Kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari ^{PADJ}....., Tanggal ^{PADJ} 23 July 2025

Disahkan oleh :
Ketua Penguji


Dr. Atjek Rohmiyati, M.Pd.
NIP. 196204291985012001

Anggota 1


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

Anggota 2


Ifah Atur Kurniati, M.I.Kom.
NIP. 198505182020122009

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi


Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Reels Instagram @sivimeid Untuk
Membangun Brand Awareness Situs Web Sivime Periode Mar-Mei 2025

Penulis : Nazhira Vania Ramadhani

NIM : 2270404085

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 02 Juni 2025.

Pembimbing 1



Ifah Atur Kurniati, M.IKom
NIP. 198505182020122009

Pembimbing 2



Pahala Basuki, M.I.Kom

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR
DAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Nazhira Vania Ramadhani
NIM	: 2270404085
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
Pembuatan Konten Reels Instagram @sivimeid Untuk Membangun Brand
Awareness Situs Web Sivime Periode Mar-Mei 2025. **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 sebenar
benarnya.

Jakarta, 26 JUN 2025

Yang menyatakan,



Nama: Nazhira Vania

Ramadhani

NIM: 2270404085

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Nazhira Vania Ramadhani
NIM : 2270404085
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

demikian 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 Instagram @sivimeid Untuk Membangun Brand Awareness Situs Web Sivime Periode Mar-Mei 2025 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 sebagaipemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 26 July 2025

Yang menyatakan,



Nama : Nazhira Vania

Ramadhani

NIM: 2270404085

ABSTRAK

The most popular social media among them is Instagram. Currently, Instagram is a social media that is quite popular among young people or what is commonly called generation. The problem in this study is about how the process of creating Instagram reels content @sivimeid to build brand awareness of the sivime website, especially in the mar-may 2025 period. The goal is to be able to build brand awareness on the sivime website through Instagram @sivimeid by creating Instagram reels content, because Sivime is a new brand in the may 2025 period Sivime reached 25 followers, in the march 2025 period Sivime reached 2,964 viwes, April 2025 as many a 2,222 views and may 2025 as many as 1,300 viwes, it can be concluded that the creation of Instagram reels content to build brand awareness of the sivime website website in the mar-may 2025 period is expected to have non monotonous changes in followers and views on Instagram @sivimeid.

keywords : *Instagram, Brand Awareness, Job Portal, Sivime*

Media sosial yang paling banyak diminati diantaranya adalah *instagram*. Saat ini *instagram* menjadi media sosial yang cukup populer di kalangan anak muda atau yang biasa disebut dengan generasi Z. Permasalahanya dalam penelitian ini adalah tentang bagaimana proses pembuatan konten reels Instagram @sivimeid untuk membangun *brand awareness* situs web *Sivime* khususnya pada Periode Mar-Mei 2025. Tujuannya untuk bisa membangun *brand awareness* pada situs web *Sivime* melalui Instagram @sivimeid dengan pembuatan konten reels Instagram, karena *sivime* merupakan brand baru pada periode mei 2025 *Sivime* meraih 25 followers, pada periode mar 2025 *sivime* meraih 2.964 views, april 2025 sebanyak 2,222 views dan mei 2025 sebanyak 1,300 views, maka dapat disimpulkan bahwa pembuatan konten *reels instagram* untuk membangun brand awareness situs web *sivime* periode Mar-Mei 2025 terjadi harapan adanya perubahan yang tidak monoton pada followers dan views pada Instagram @sivimeid.

Kata Kunci: *Instagram, Brand Awareness, Situs web, Sivime*

PRAKATA

Puji syukur kepada tuhan yang maha esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan Pendidikan Diploma-3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *social media specialist* yang telah membuat konten kreatif pada media sosial Instagram @Sivimeid. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul “Pembuatan Konten Reels Instagram @sivimeid Untuk Membangun Brand Awareness situs web Sivime Periode Mar-Mei 2025“. Laporan TA 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:

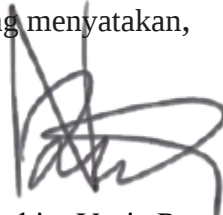
1. Dr. Tipri Rose Kartika,M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.M,Hum, Ketua Jurusan Komunikasi.
4. R. Sulistiyo Wibowo,M.Sn, Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan
6. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom, Sekretaris Prodi
7. Ifah Atur Kurniati. M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing I dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir
8. Pahala Basuki M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing II dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir.

9. Yovineda Brilliano selaku pembimbing Industri di PT. Citra Media Prisma yang telah membimbing penulis dalam melakukan Praktik Industri.
10. Keluarga penulis, Ibu saya sendiri Frida Andriyani serta Naura Vania Ramadhani sebagai saudara saya yang senantiasa memberikan support dalam penulisan tugas akhir sehingga dapat dilaksanakan dengan lancar.
11. Anita Zahra yang sudah senantiasa selalu membantu dan menenangkan penulis di situasi apapun dalam mengerjakan Laporan Tugas Akhir.
12. Siti Koirunissa selaku teman saya dari semester I yang selalu membantu saya dalam membuat laporan tugas akhir ini dan selalu mendengarkan keluh kesah saya selama melakukan Laporan Tugas Akhir.
13. Alviera Fitriane dan Atika Riska Amelia yang senantiasa membantu dan mengerjakan laporan tugas akhir bersama dengan penulis.
14. Grup “Booble Agency” yang selalu ada untuk penulis, menenangkan serta mendengarkan keluh kesah yang dihadapi penulis dalam mengerjakan laporan tugas akhir.

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

Jakarta, 07 Juli 2025

Yang menyatakan,



Nazhira Vania Ramadha

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	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
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Definisi Media Sosial.....	7
1. Instagram.....	7
2. Social Media Specialist	12
3. Peran Social Media Specialist.....	13
B. Brand Dalam Pemasaran	13
C. <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	14
D. Konten Pilar.....	15
E. STP	17
F. SWOT.....	19
1. Faktor-faktor dalam analisis <i>SWOT</i>	20
G. <i>AISAS</i>	21
H. Portal Job	24
I. KPI Media Sosial.....	25
BAB III.....	27
METODE PELAKSANAAN.....	27
A. Profil Objek Penelitian	27

1. Alamat Perusahaan.....	27
2. Profil <i>Brand</i> Perusahaan	27
3. Sejarah Sivime	28
4. Struktur Perusahaan	29
5. Media Sosial Sivime	29
B. Teknik Pengumpulan Data	32
1. Observasi.....	32
2. Penelusuran Data Online atau Internet Searching.....	33
3. Studi Pustaka.....	33
4. Wawancara	34
C. Metode yang digunakan	34
D. Ruang Lingkup.....	34
1. Peran Penulis.....	34
2. Kategori Karya	35
3. Ide Kreatif	35
E. Langkah Kerja	36
1. Pra Produksi	36
2. Produksi	38
3. Pasca Produksi	38
BAB IV	41
PEMBAHASAN	41
A. Gambaran Umum	41
1. Gambaran Umum Instagram Sivime.....	41
Sumber: Instagram @sivime.id.....	41
2. Gambaran Umum Pekerjaan	43
B. Analisis SWOT	43
C. Analisis STP	46
D. Analisis Karya	48
E. Penerapan AISAS pada konten Kreatif @sivimeid Berdasarkan Konten Pilar	57
F. Hasil Karya Berdasarkan Konten Pilar.....	65
G. Performa instagram @sivimeid Periode Mar – Mei 2025.....	68
H. Top Konten Berdasarkan periode Mar -Mei 2025.....	73
I. Situs Web konversi deck rate	76

J. Konten Reels Pillar Dapat Menaikkan Awareness Pada Instagram @sivimeid	77
BAB V.....	78
PENUTUP.....	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Penjabaran SWOT	44
Tabel 4. 2 Penjabaran STP	46
Tabel 4. 3 Penjabaran Metode AISAS konten pilar promosi	58
Tabel 4. 4 Penjabaran Metode AISAS konten pilar Edukasi	60
Tabel 4. 5 Penjabaran Metode AISAS konten pilar Entertain.....	63
Tabel 4. 6 Penjabaran Metode AISAS konten pilar Entertain.....	66
Tabel 4. 7 Compare konten kreatif feeds dan reels pada Instagram @sivimeid ...	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 STP (Segmentation, Targeting, Positioning)	17
Gambar 2. 2 SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats)	19
Gambar 3. 1 Logo Objek Penelitian Sivime	27
Gambar 3. 2 Struktur Perusahaan Sivime	29
Gambar 3. 3 <i>Website</i> Sivime	29
Gambar 3. 4 Tiktok Sivime	30
Gambar 3. 5 Instagram Sivime	31
Gambar 3. 6 Alur Kerja	36
Gambar 4. 1 Profile Instagram @sivime.id	41
Gambar 4. 2 Menganalisis STP	48
Gambar 4. 3 Mencari Refrensi Ide Konten	49
Gambar 4. 4 Brainstorming dengan tim	50
Gambar 4. 5 Membuat konten plan	51
Gambar 4. 6 Take konten	52
Gambar 4. 7 Proses editing	53
Gambar 4. 8 Meeting hasil konten	54
Gambar 4. 9 Revisi	55
Gambar 4. 10 Jadwal posting konten	56
Gambar 4. 11 Membuat report deck	56
Gambar 4. 12 Performa Konten Periode Mar	68
Gambar 4. 13 Performa Konten Periode April	69
Gambar 4. 14 Performa Konten Periode Mei	69
Gambar 4. 15 Top Konten (Mar)	73
Gambar 4. 16 Top Konten (Apr)	74
Gambar 4. 17 Top Konten (Mei)	75
Gambar 4. 18 Top Konten (Mei)	76
Gambar 4. 19 Top Konten (Mei)	77
Gambar 4. 20 Performa konten periode februari 2025	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa.....	82
Lampiran 2 Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing I.....	83
Lampiran 3 Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing II	83
Lampiran 4 Surat Keterangan Praktik Industri	83
Lampiran 5 Dokumentasi dengan Pembimbing	83
Lampiran 6 Dokumentasi Praktik Industri	83
Lampiran 7 Dokumentasi Sidang Tugas Akhir	83
Lampiran 8 Lembar Cek Plagiarisme	83
Lampiran 9 Form Sertifikat Uji Kompetensi	83
Lampiran 10 Form Dokumentasi Wawancara.....	92