

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN KONTEN REELS UNTUK MENINGKATKAN
***ENGAGEMENT* AKUN INSTAGRAM**
@RAINBOOKPUBLISHING

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

RHISKI ERIE FAUJITO

2270404098

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Reels untuk Meningkatkan
Engagement Akun Instagram @Rainbookpublishing
Penulis : Rhiski Eric Faujito
NIM : 2270404098
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa, 15 juli 2025.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Rizky Kertanegara, M.Si.
NUPTK. 9447761662131482

Anggota 1



Khoirun Nisa', S.Pd., M.Si.
NIP. 199009012014032002

Anggota 2



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

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum.
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir: Pembuatan Konten Reels untuk Meningkatkan
Engagement Akun Instagram @Rainbookpublishing

Penulis : Rhiski Erie Faujito

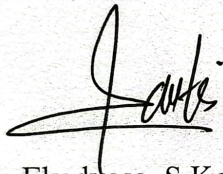
NIM : 2270404098

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

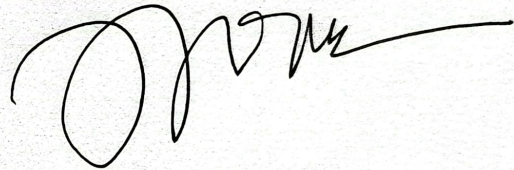
Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 4 Juli 2025.

Pembimbing 1



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

Pembimbing 2



Ingrid Veronica Kusumawardhani, S.S, MPd
NIP 197002222023212003

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 : Rhiski Erie Faujito

NIM : 2270404098

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2024/2025

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Pembuatan Konten Reels untuk Meningkatkan *Engagement* Akun Instagram
@Rainbookpublishing

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, 21 Juli 2025

Yang menyatakan,



Nama Rhiski Erie Faujito

NIM: 2270404098

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Rhiski Erie Faujito
NIM : 2270404098
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

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 untuk Meningkatkan *Engagement* Akun Instagram @Rainbookpublishing

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri 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, 21 Juli 2025

Yang menyatakan,



Nama Rhiski Erie Faujito
NIM: 2270404098

ABSTRAK

Social media is currently not only used as a promotional medium, but is currently also used as building relationships with audiences as done by @Rainbookpublishing, but in the application of the Reels content strategy carried out by @Rainbookpublishing it is still not effective in creating interaction with the audience. The writing of this final project aims to explain the creation of Instagram Reels video content to increase engagement on the @Rainbookpublishing account. The creation of reels content starts from the brief (direction), looking for references, taking footage, editing, revising, and asking for supervisor approval (acc) by applying STP and AISAS analysis and data collection methods consisting of observation and literature study. The results show an increase in engagement on entertainment content amounting to 15,056 thousand Reels interactions, with 13,834 thousand likes, 41 comments, 588 shares, and 593 times saved against total interactions. This data shows that the creation of Reels content has succeeded in increasing audience engagement on the @rainbookpublishing account.

Keywords: *Instagram Reels, Engagement, @Rainbookpublishing*

Media sosial saat ini tidak hanya digunakan sebagai media promosi, namun saat ini juga digunakan sebagai membangun hubungan dengan audiens seperti yang dilakukan oleh @Rainbookpublishing, tetapi dalam penerapan strategi konten Reels yang dilakukan @Rainbookpublishing masih belum efektif dalam menciptakan interaksi terhadap audiens. Penulisan karya tugas akhir ini bertujuan untuk menjelaskan pembuatan konten video Reels Instagram untuk meningkatkan *engagement* pada akun @Rainbookpublishing. Pembuatan konten reels dimulai dari *brief* (arahan), mencari referensi, *take footage*, *editing*, revisi, dan meminta persetujuan pembimbing (acc) dengan menerapkan analisis STP dan AISAS serta metode pengumpulan data terdiri dari observasi dan studi pustaka. Hasil menunjukkan peningkatan *engagement* pada konten entertainment sebesar interaksi Reels 15,056 ribu, dengan jumlah suka 13,834 ribu, komen 41, bagikan 588, dan 593 kali disimpan terhadap total interaksi. Data ini menunjukkan bahwa pembuatan konten Reels berhasil meningkatkan keterlibatan audiens (*engagement*) pada akun @rainbookpublishing.

Kata kunci: *Instagram Reels, Engagement, @Rainbookpublishing*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga 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 *content creator* yang telah membuat Konten Reels pada media sosial dari Instagram @rainbookpublishing. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul Proses “Pembuatan Konten Media Sosial Untuk Meningkatkan *Engagement* Akun Instagram @rainbookpublishing”.

Penulisan Laporan Tugas Akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Secara khusus dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan rasa hormat setulus-tulusnya kepada:

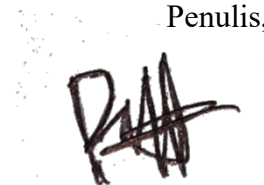
- 1 Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
- 2 Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., selaku Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Media Kreatif.
- 3 Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., selaku Ketua Jurusan Komunikasi.
- 4 R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi.
- 5 Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan.
- 6 Sartika Ekadyasa, S.Kom. M.I.Kom. Ekadyasa, S.Kom. M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Periklanan dan Dosen Pembimbing I saya yang telah memberikan bimbingan serta arahan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir.
- 7 Ingrid Veronica Kusumawardhani, S.S., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan Laporan Tugas Akhir.

- 8 Noor Dini selaku Pimpinan Divisi Digital Marketing Rainbookpublishing yang telah memberikan inspirasi dan pengalaman berharga selama proses pembelajaran.
- 9 Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif, yang telah memberikan ilmu, pelayanan, serta bimbingan selama penulis menempuh pendidikan.
- 10 Ayah, Ibu, dan Kakak tercinta, yang telah menjadi sumber kekuatan dan semangat dalam setiap langkah penulis. Terima kasih atas cinta, doa yang tiada henti, serta dukungan moril dan materil yang luar biasa.
- 11 Nola Agita Putri selaku orang terkasih, yang mendampingi dan memberikan dukungan selama proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
- 12 Rekan di Satu Sisi Agency selaku teman perkuliahan, yang telah menemani, saling mendukung dan membantu satu sama lain dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
- 13 Seluruh mahasiswa Angkatan 2022 Program Studi Periklanan dan Anak Buah Kapal, yang telah berjuang bersama selama tiga tahun dalam menempuh pendidikan.

Penulis menyadari bahwa laporan Tugas Akhir ini masih memiliki sejumlah keterbatasan. Oleh karena itu, penulis dengan penuh kerendahan hati mengharapkan masukan dan kritik yang membangun demi penyempurnaan laporan ini di masa mendatang.

Jakarta, 21 Juni 2025

Penulis,



Rhiski Erie Faujito

NIM 2270404098

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 TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I 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 TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Komunikasi Pemasaran.....	9
1. Definisi Komunikasi Pemasaran	9
B. Media Sosial.....	10
1. Pengertian Media Sosial.....	10
a. Bersifat terbuka	11
b. Halaman profil pengguna	11
c. Interaksi dengan pengguna lain.....	12
d. <i>User generated content</i>	12
e. Tanda waktu di setiap postingan	12
2. Jenis media sosial.....	12
a. Blog	13
b. <i>Microblogging</i>	13
c. Facebook	13
d. Instagram.....	14

e.	YouTube.....	14
f.	TikTok.....	15
3.	Instagram.....	15
1.	Instagram Stories.....	16
2.	Instagram Reels.....	16
3.	<i>Highlight Stories</i>	16
4.	<i>Instagram Live</i>	17
5.	<i>Explore</i>	17
C.	Konten.....	17
1.	Pengertian Konten.....	17
2.	Content Pillar	19
3.	Proses Pembuatan Konten Video	20
D.	<i>Engagement Social Media</i>	22
1.	Pengertian Engagement.....	22
a.	Melihat (<i>Watching</i>)	24
b.	Berbagi (<i>Shares</i>).....	24
c.	Berkomentar (<i>Commenting</i>).....	24
d.	Producing (<i>Producers</i>).....	25
e.	Mengkurasi (<i>Curating</i>).....	25
2.	KPI Media Sosial	25
a.	<i>Likes</i>	26
b.	Komentar.....	27
c.	Sebutkan (<i>Mention</i>).....	27
d.	Bagikan (<i>Shares</i>).....	27
e.	<i>Average Engagement Rate</i>	28
E.	STP.....	28
1.	Pengertian STP.....	28
a.	<i>Segmenting</i>	29
b.	<i>Targeting</i>	29
c.	<i>Positioning</i>	30
F.	Teori AISAS.....	31
	BAB III METODE PELAKSANAAN.....	36
A.	Objek Penulisan	36
1.	Identitas Perusahaan.....	36
2.	Filosofi Logo.....	37
3.	Lokasi Perusahaan.....	37
4.	Logo Brand.....	38
5.	Produk	38

B. Teknik Pengumpulan Data.....	39
1. Observasi.....	39
2. Studi Pustaka.....	40
C. Ruang Lingkup.....	40
1. Peran Penulis.....	40
2. Kategori Karya.....	41
3. Ide Kreatif.....	41
D. Langkah Kerja.....	42
1. Pra Produksi.....	43
2. Produksi.....	44
3. Pasca Produksi/Evaluasi.....	45
BAB IV PEMBAHASAN.....	47
A. Gambaran Umum.....	47
1. Gambaran Umum permasalahan.....	47
2. Analisis Instagram Rainbooks Sebelum Ditangani Penulis.....	48
B. Analisis STP.....	49
1. Analisis STP Instagram @rainbookpublhising.....	49
2. Tabel Target Market Rainbook.....	51
C. Strategi Peningkatan <i>Engagement</i>	51
1. Variasi Konten.....	52
2. Konsisten dalam Mengunggah.....	52
3. Tren Terbaru.....	53
D. Proses Pembuatan Karya.....	53
1. Langkah Pembuatan Karya.....	53
a. Penerimaan brief.....	53
b. Mencari referensi dan membuat konten.....	54
c. Persetujuan oleh Pembimbing Industri.....	56
d. Revisi.....	56
e. Persetujuan Akhir Konten.....	57
E. Hasil Analisis Pyramid Pada Top Konten.....	58
1. Top Konten <i>Entertainment</i>	58
2. Top Konten Promosi Produk.....	60
3. Top Konten Edukasi.....	62
F. Penerapan Model AISAS dalam Konten Rainbookpublishing.....	64

G. Perbandingan Konten Sebelum dan Setelah dikelola Penulis.....	67
1. Konten <i>Entertainment</i>	68
2. Konten Promosi Produk	71
3. Konten Edukasi	72
BAB V PENUTUP.....	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Table 1 Produk Rainbook.....	38
Table 2 Target Market Rainbook	51
Table 3 Penerapan Model AISAS	64
Table 4 Perbandingan Konten <i>Entertainment</i> Sebelum dan Sesudah Dikelola oleh Penulis	69
Table 5 Konten Promosi Produk Sebelum dan Sesudah Dikelola oleh Penulis ...	71
Table 6 Hasil perbandingan konten sebelum dan sesudah.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 <i>Engagement Pyramid</i>	23
Gambar 2 Teori Aisas The Dentsu Way, 2011	32
Gambar 3 Logo Perusahaan Rainbooks	36
Gambar 4 Logo Brand.....	38
Gambar 5 Langkah Kerja	43
Gambar 6 Konten Instagram sebelum di tangani penulis	49
Gambar 7 Penelusuran Konten Referensi di Instagram	54
Gambar 8 Penelusuran Konten Referensi di Tiktok	55
Gambar 9 Proses pembuatan konten & Editing	55
Gambar 10 Persetujuan oleh pembimbing industri.....	56
Gambar 11 Revisi.....	57
Gambar 12 Persetujuan Konten Akhir	57
Gambar 13 Hasil karya Top Konten	59
Gambar 14 Insight Hasil karya Top Konten	59
Gambar 15 Hasil karya Top Konten	60
Gambar 16 Insight Hasil karya Top Konten	61
Gambar 17 Hasil karya Top Konten	62
Gambar 18 Insight Hasil karya Top Konten	63
Gambar 19 Konten Edukasi	73
Gambar 20 Insight Konten Edukasi	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup.....	83
Lampiran 2. Kartu Bimbingan Tugas Akhir	86
Lampiran 3. Kartu Bimbingan Tugas Akhir	87
Lampiran 4. Hasil Bukti Cek Plagiarisme.....	88
Lampiran 5. Dokumentasi Bimbingan	89
Lampiran 6. Dokumentasi Sidang Tugas Akhir.....	90
Lampiran 7. Dokumentasi Magang.....	91
Lampiran 9. Sertifikat Uji Kompetensi.....	92
Lampiran 10. Sertifikasi Praktik Industri.....	93