

Laporan Tugas Akhir

PEMBUATAN KONTEN VIDEO REELS INSTAGRAM ABBAUF TECH DARI PT. TEKNOLOGI MULIA SEJAHTERA CEMERLANG UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT*

Diajukan sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh:

FIKRI MOHAMMAD AZHAR

NIM: 2270404040

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF**

JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : PEMBUATAN KONTEN VIDEO REELS
INSTAGRAM ABBAUF TECH DARI PT.
TEKNOLOGI MULIA SEJAHTERA
CEMERLANG UNTUK MENINGKATKAN
ENGAGEMENT

Penulis : Fikri Mohammad Azhar
NIM : 2270404040
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir
di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Kamis....., tanggal
24 Juli 2025

Disahkan oleh:
Ketua Penguji

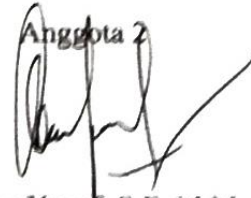
Dr. Atiek Rohmiyati M.,Pd
NIP. 196204291985012001

Anggota 1



Muhammad Nur, M.Kom.
NIDN. 0320076604

Anggota 2



Omar Yusuf, S.E., M.M.
NUPN : 9900979905

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



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

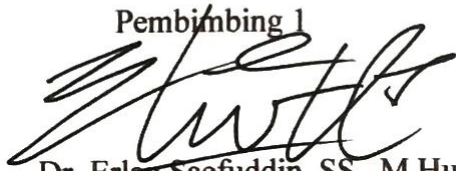
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : PEMBUATAN KONTEN VIDEO REELS
INSTAGRAM ABBAUF TECH DARI PT.
TEKNOLOGI MULIA SEJAHTERA
CEMERLANG UNTUK MENINGKATKAN
ENGAGEMENT

Penulis : Fikri Mohammad Azhar
NIM : 2270404040
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

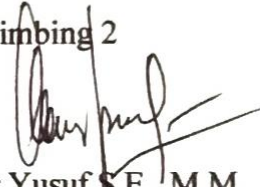
Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di *Jakarta*, *07 Juli 2025*

Pembimbing 1



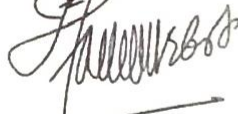
Dr. Erlan Saefuddin, SS., M.Hum
NIP. 197508072009121001

Pembimbing 2



Omar Yusuf S.E., M.M.
NUPN : 9900979905

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	: Fikri Mohammad Azhar
NIM	: 2270404040
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: PEMBUATAN KONTEN VIDEO REELS INSTAGRAM ABBAUF TECH DARI PT. TEKNOLOGI MULIA SEJAHTERA CEMERLANG 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 sebenar-benarnya.

Jakarta, 08 Juli 2025

Yang menandatangani



Fikri Mohammad Azhar
NIM: 2270404040

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Fikri Mohammad Azhar
NIM : 2270404040
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 VIDEO REELS INSTAGRAM ABBAUF TECH DARI PT. TEKNOLOGI MULIA SEJAHTERA CEMERLANG 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, 08 Juli 2025

Yang Menandatangani,



Fikri Mohammad Azhar

NIM: 2270404040

ABSTRAK

Instagram @abbauf_tech owned by PT. Teknologi Mulia Sejahtera Cemerlang experienced low engagement due to irrelevant content. The problem in this study is how to create video reels content that can increase engagement and followers. The goal is for video reels content to increase engagement and followers. The methods used to obtain data are observation and document study with the AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share), ELM (Elaboration Likelihood Model), SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats), and STP (Segmenting, Targeting, Positioning) approaches. The results using SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats) and AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) analysis with the Fun Post content pillar and the content algorithm that successfully obtained the highest engagement per post (24) from 97 engagements to 1,101 indicate the audience's attention and interest in video reels content. In conclusion, the strategy of creating video reels can effectively increase account engagement. This means that the creation of Abbauf Tech reels video content at PT. Teknologi Mulia Sejahtera Cemerlang can increase engagement, but in this study, followers did not increase.

Keywords: *Instagram, Engagement, Video Reels, Content Pillar, AISAS*

Instagram @abbauf_tech milik PT. Teknologi Mulia Sejahtera Cemerlang mengalami engagement rendah akibat konten yang kurang relevan. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana membuat konten video reels yang dapat meningkatkan engagement dan followers. Tujuannya agar konten video reels dapat meningkatkan *engagement* dan followers. Metode yang digunakan untuk memperoleh data yaitu observasi dan studi dokumen dengan pendekatan AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share), ELM (Elaboration Likelihood Model), SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats), dan STP (Segmenting, Targeting, Positioning). Hasilnya menggunakan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats) dan AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) dengan pilar konten Fun Post dan algoritma konten yang berhasil mendapat engagement per post tertinggi (24) dari engagement 97 menjadi 1.101 menunjukkan adanya perhatian dan minat audience terhadap konten video *reels*. Kesimpulannya, strategi pembuatan video reels bisa meningkatkan engagement akun secara efektif. Artinya pembuatan konten video *reels* Abbauf Tech di PT.Teknologi Mulia Sejahtera Cemerlang bisa meningkatkan *engagement* tetapi dalam penelitian ini followers tidak meningkat.

Kata Kunci: *Instagram, Engagement, Video Reels, Pilar Konten, AISAS*

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/Sarjana Terapan Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *Social Media Specialist* telah meningkatkan *engagement* media sosial instagram Abbauf Tech dengan konten video *reels*. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul PEMBUATAN KONTEN VIDEO REELS INSTAGRAM ABBAUF TECH DARI PT. TEKNOLOGI MULIA SEJAHTERA CEMERLANG UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT

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, SS., M.Hum Ketua Jurusan Komunikasi
4. Raden Sulistyo Wibowo, S.Sn., M.Sn Sekretaris Jurusan Komunikasi
5. Zaenab, S.S., M.Si.Koordinator Program Studi Periklanan
6. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom., Sekretaris Program Studi Periklanan
7. Omar Yusuf S.E., M.M., Dosen Pembimbing II Tugas Akhir
8. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.

9. Orang tua dan keluarga penulis yang telah membantu dan mendukung penuh penulis dalam berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif
10. Seluruh teman - teman prodi Periklanan yang telah merangkul dan membantu penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif
11. Bardan dan Hilmi, yang sudah mau membantu penulis dalam merancang laporan tugas akhir

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam laporan tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk laporan ini. Saran dan kritik sangat dibutuhkan oleh penulis guna perbaikan laporan ini dan agar dapat menulis laporan lebih baik lagi dimasa yang akan datang. Semoga laporan ini berguna serta bermanfaat bagi penulis maupun pembaca. Demikian yang penulis dapat sampaikan, penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 07 Juli 2025

Penyusun,



Fikri Mohammad Azhar

NIM. 2270404062

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penulisan.....	5
F. Manfaat Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Komunikasi	7
B. Social Media Marketing.....	7
C. Media Sosial.....	7
D. Konten.....	8
E. Media Audio Visual (Video).....	8
F. Media Sosial Instagram.....	8
G. Engagement.....	9
H. Desain Grafis.....	11
BAB III METODE PELAKSANAAN	12
A. Data Atau Objek Penelitian.....	12
B. Foto Perusahaan	12
C. Lokasi Perusahaan.....	12
D. Logo Perusahaan	12
E. Gambaran Umum Perusahaan.....	13
F. Waktu Penelitian	13
G. Teknik Pengumpulan Data.....	13
1. Observasi	13
2. Studi Dokumen.....	13
3. Penelusuran Google.....	14

4. Content Pillar.....	14
5. Meta Business Suite	18
H. Analisis Data	18
1. Segmenting, Targeting & Positioning (STP)	18
2. Analisis SWOT.....	19
3. AISAS	19
4. Elaboration Likelihood Model (ELM)	20
I. Ruang Lingkup.....	21
1. Peran penulis	21
2. Kategori Karya	21
J. Langkah Kerja.....	22
1. Pra produksi (Persiapan)	23
2. Produksi (Pelaksanaan)	23
3. Pasca-produksi (Evaluasi)	23
BAB IV PEMBAHASAN.....	24
A. Proses Pra Produksi.....	24
B. Proses Produksi	29
C. Pasca Produksi	31
1. Analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats).....	31
2. AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share).....	35
D. Hasil <i>Engagement</i> Konten.....	37
1. <i>Engagement</i> Konten Sebelum Dikelola oleh Penulis.....	37
2. Setelah Dikelola oleh Penulis.....	38
E. Performa Konten	40
1. Berdasarkan Format	40
2. Berdasarkan Content Pillar.....	41
F. Top Perform	42
1. Video <i>Reels</i>	42
2. <i>Carousel</i>	43
3. <i>Single Post</i>	43
BAB V PENUTUP.....	44
A. Simpulan	44
B. Implikasi.....	45
C. Saran.....	45

DAFTAR PUSTAKA	47
----------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data <i>Engagement</i> Instagram	2
Gambar 2 Foto Perusahaan	12
Gambar 3 Logo Perusahaan.....	12
Gambar 4 Konten Abbauf Tech.....	14
Gambar 5 Konten Abbauf Tech.....	15
Gambar 6 Konten Abbauf Tech.....	16
Gambar 7 Konten Abbauf Tech.....	17
Gambar 8 Konten Abbauf Tech.....	18
Gambar 9 Konten Abbauf Tech dan <i>Insight Data</i>	25
Gambar 10 Konten Abbauf Tech dan <i>Insight Data</i>	26
Gambar 11 Konten Abbauf Tech dan <i>Insight Data</i>	27
Gambar 12 Konten Abbauf Tech dan <i>Insight Data</i>	27
Gambar 13 Konten Abbauf Tech dan <i>Insight Data</i>	28
Gambar 14 Video <i>Reels</i> Yang Telah Disunting	30
Gambar 15 Pratinjau Konten Video <i>Reels</i>	30
Gambar 16 Revisi Konten Video <i>Reels</i>	31
Gambar 17 <i>Insight Data</i> Video <i>Reels</i>	32
Gambar 18 Akun Instagram @abbauf_tech.....	32
Gambar 19 Performa Konten Tren.....	33
Gambar 20 Hasil <i>Views</i> dan <i>Reach</i> Konten	33
Gambar 21 Komentar Dari <i>Audience</i>	34
Gambar 22 Konten Video Attention	35
Gambar 23 Konten Video Interest	35
Gambar 24 Hasil Konten	36
Gambar 25 Interaksi <i>audience</i> terhadap konten.....	36
Gambar 26 Hasil <i>Engagement</i> Sebelum Dikelola Penulis	38
Gambar 27 Hasil <i>Engagement</i> Setelah Dikelola Penulis	38
Gambar 28 Hasil <i>Engagement</i> Setelah Dikelola Penulis	39
Gambar 29 <i>Engagement Rate</i> Instagram Abbauf Tech.....	40
Gambar 30 <i>Insight Data Top Perform</i> Video <i>Reels</i>	42
Gambar 31 <i>Insight Data Top Perform</i> Carousal.....	43
Gambar 32 <i>Insight Data Top Perform</i> Single Post	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1 <i>Engagement</i> Instagram @abbauf_tech	39
Tabel 2 Performa Konten Berdasarkan Format.....	41
Tabel 3 Performa Konten Berdasarkan <i>Content Pillar</i>	42

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWA	49
LEMBAR PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR.....	50
LEMBAR PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR.....	51
SURAT KETERANGAN PENGGUNAAN KARYA MAHASISWA PRAKTIK INDUSTRI.....	52
BUKTI PEKERJAAN PRAKTIK INUSTRI	53
SERTIFIKAT PRAKTIK INDUSTRI.....	55
DOKUMENTASI KEGIATAN BIMBINGAN DENGAN PEMBIMBING 1	56
DOKUMENTASI KEGIATAN BIMBINGAN DENGAN PEMBIMBING 2	57