

LAPORAN TUGAS AKHIR

OPTIMALISASI KONTEN MEDIA SOSIAL MELALUI PEMANFAATAN *ARTIFICIAL INTELEGENT* BERBASIS MODEL AISAS UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE* INSTAGRAM OTOMEDIA

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun oleh

ZAHARAN FARISY

NIM: 2270404121

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

2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Optimalisasi Konten Media Sosial Melalui Pemanfaatan
Artificial Intelegent Berbasis Model AISAS untuk
Meningkatkan *Engagement Rate* Instagram Otomedia
Penulis : Zahran Farisy
NIM : 2270404121
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, tanggal 22 Juli 2025.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji



Suratni, S.S., M.Hum.
NIP 198310242009122002

Anggota I



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

Anggota II



Anindita Budi Astuti, S.E., M.M.
NIP 198103052008122001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum.
NIP 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Optimalisasi Konten Media Sosial Melalui Pemanfaatan
Artificial Intelegent Berbasis Model AISAS untuk
Meningkatkan *Engagement Rate* Instagram Otomedia
Penulis : Zahran Farisy
NIM : 2270404121
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 8 Juli 2025

Pembimbing 1



Anindita Budi Astuti, S.E., M.M.
NIP 198103052008122001

Pembimbing 2



Rizki Akbar Mustopa, S.Pd., Gr., M.Pd
NIP 199304272024061001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

PERNYATAAN ORIGINALITAS SIDANG TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Judul Tugas Akhir	: Optimalisasi Konten Media Sosial Melalui Pemanfaatan <i>Artificial Intelegent</i> Berbasis Model AISAS untuk Meningkatkan <i>Engagement Rate</i> Instagram Otomedia
Penulis	: Zahran Farisy
NIM	: 2270404121
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa Karya Tugas Akhir saya dengan judul “Optimalisasi Konten Media Sosial Melalui Pemanfaatan *Artificial Intelegent* Berbasis Model AISAS untuk Meningkatkan *Engagement Rate* Instagram Otomedia” **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, 8 Juli 2025



Zahran Farisy
2270404121

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Judul Tugas Akhir	: Optimalisasi Konten Media Sosial Melalui Pemanfaatan <i>Artificial Intelegent</i> Berbasis Model AISAS untuk Meningkatkan <i>Engagement Rate</i> Instagram Otomedia
Penulis	: Zahran Farisy
NIM	: 2270404121
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*NonexclusiveRoyalty-FreeRight*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Optimalisasi Konten Media Sosial Melalui Pemanfaatan *Artificial Intelegent* Berbasis Model AISAS untuk Meningkatkan *Engagement Rate* Instagram Otomedia”

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif 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, 8 Juli 2025



Zahran Farisy
2270404121

ABSTRAK

The development of digital technology has driven companies to optimize social media as an effective marketing communication channel. Otomedia, an Out-of-Home (OOH) advertising company, faces challenges in managing its Instagram account due to low engagement rate performance. This study aims to develop AI-assisted social media content to improve engagement rate through a more efficient and strategic approach. The research applies a descriptive method with a qualitative approach. The content development process is divided into three stages: pre-production, production, and post-production, using the AISAS communication model (Attention, Interest, Search, Action, Share) as the foundation for digital communication strategy. Various AI tools such as ChatGPT, Leonardo.AI, and Kling AI are utilized for idea generation, content visualization, and caption writing. The analysis results show an increase in engagement rate from 0.01% to 0.1% after the optimization process, driven by improved visual quality, relevant storytelling, and the use of content formats aligned with audience preferences. These findings demonstrate that AI integration in content strategy can significantly enhance communication effectiveness and audience engagement.

Keywords: *Content, Social Media, Artificial Intelligence (AI), Engagement Rate (ER), AISAS, Otomedia*

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perusahaan untuk memaksimalkan media sosial sebagai saluran komunikasi pemasaran yang efektif. Otomedia, sebagai perusahaan periklanan luar ruang (*Out-of-Home/OOH*), menghadapi tantangan dalam mengelola akun Instagram yang belum menunjukkan *engagement rate* optimal. Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengembangkan konten media sosial melalui pemanfaatan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) guna meningkatkan *engagement rate* secara lebih efisien dan strategis. Tugas Akhir ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Proses pengembangan konten dibagi dalam tiga tahap: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, dengan menggunakan model komunikasi AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) sebagai dasar strategi komunikasi digital. Berbagai *tools* berbasis AI seperti ChatGPT, Leonardo.AI, dan Kling AI digunakan dalam perancangan ide, visualisasi konten, hingga penyusunan caption. Hasil analisis menunjukkan adanya peningkatan *engagement rate* dari 0,01% menjadi 0,1% setelah proses optimalisasi, yang disebabkan oleh peningkatan kualitas visual, *storytelling* yang relevan, serta penggunaan format konten yang sesuai dengan preferensi audiens. Hasil ini membuktikan bahwa pemanfaatan AI dalam strategi konten mampu meningkatkan efektivitas komunikasi dan keterlibatan audiens secara signifikan.

Kata kunci: *Konten, Media sosial, Artificial Intelligence (AI), Engagement Rate (ER), AISAS, Otomedia*

PRAKATA

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan 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. Tugas Akhir ini berjudul “Optimalisasi Konten Media Sosial Melalui Pemanfaatan *Artificial Intelegant* Berbasis Model AISAS untuk Meningkatkan *Engagement Rate* Instagram Otomedia”. Penulisan Laporan Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang tua dan orang-orang terdekat yang berada di sekitar penulis. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penulisan laporan ini;

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.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 Program Studi Periklanan;
7. Anindita Budi Astuti, S.E., M.M., Selaku Dosen Pembimbing 1 Penyusunan Tugas Akhir;
8. Rizki Akbar Mustopa, S.Pd., Gr., M.Pd, Selaku Dosen Pembimbing 2 Penyusunan Tugas Akhir;
9. Bapak Pramadya Hidayat, Selaku CEO Otomedia;
10. Ibu Ira Novita, Selaku COO Otomedia;
11. Para Dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini;
12. Otomedia sebagai perusahaan yang terlibat dalam karya;
13. Ibu & Ayah yang selalu hadir memberikan dukungan penuh, baik secara moral maupun materi. Doa, semangat, dan motivasi yang diberikan menjadi

sumber kekuatan utama bagi penulis dalam menyusun laporan ini hingga dapat diselesaikan dengan baik;

14. Rekan-rekan kerja Otomedia yang telah mendukung proses magang dan penyusunan tugas akhir ini;
15. Teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat dan motivasi selama masa studi.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat beberapa kekurangan dalam laporan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati meminta saran dan kritik yang konstruktif guna perbaikan laporan ini.

Jakarta, 8 Juli 2025

Penyusun,



Zahran Farisy

NIM 2270404121

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS SIDANG TUGAS AKHIR DAN BEBAS	
PLAGIARISME	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan masalah	9
E. Tujuan Penulisan	9
F. Manfaat Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Media Sosial Instagram	11
B. <i>Engagement Rate</i> (ER)	13
C. Konten Digital	14
D. <i>Artificial Intelligence</i> (AI)	16
E. Prinsip Pemanfaatan AI untuk Optimalisasi Konten Media Sosial	19
F. Model AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i>)	20
BAB III METODE PELAKSANAAN	22
A. Objek Penulisan	22
B. Teknik Pengumpulan data	23
C. Ruang Lingkup	27
BAB IV PEMBAHASAN	32
A. Profil Konten Sebelum Optimalisasi	32
B. Proses Optimalisasi Konten Melalui pemanfaatan AI	36
C. Realisasi Konten Berdasarkan Kategori <i>Feed</i> dan <i>Reels</i>	54
D. Hasil Uji Validasi Ahli	61
E. <i>Engagement Rate</i> Konten yang Telah Dioptimalisasi	63
BAB V PENUTUP	70
A. Simpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tabel Kompetitor	37
Tabel 2 Rancangan Konten Berbasis AISAS.....	39
Tabel 3 Realisasi Konten <i>Feed</i>	47
Tabel 4 Realisasi Konten <i>Reels</i>	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kondisi Digital Indonesia 2025: Gambaran umum	3
Gambar 2 Logo Otomedia.....	22
Gambar 3 Profil Awal Akun Otomedia Sebelum Optimalisasi	33
Gambar 4 Konten Sebelum Optimalisasi	34
Gambar 5 <i>Prompt</i> ChatGPT.....	43
Gambar 6 <i>Prompt</i> Leonardo.AI	44
Gambar 7 <i>Prompt</i> Kling AI	46
Gambar 8 <i>Content Calender</i> Media Sosial Otomedia.....	53
Gambar 9 Kompilasi Konten <i>Feed</i>	55
Gambar 10 Konten <i>Giveaway</i> Tiket <i>Assalamualaikum</i> Beijing 2: <i>Lost in Ningxia</i>	57
Gambar 11 Kompilasi Konten <i>Reels</i>	59
Gambar 12 Konten <i>Reels Match Cut</i> Otomedia.....	60
Gambar 13 Kuesioner Pakar Ahli	62
Gambar 14 <i>Insight</i> Instagram Desember sampai Februari	64
Gambar 15 <i>Insight Engagement Rate</i> Sebelum Optimalisasi	65
Gambar 16 <i>Insight</i> Instagram Maret sampai Mei	66
Gambar 17 <i>Insight Engagement Rate</i> Setelah Optimalisasi	68

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWA	76
LAMPIRAN 2 LEMBAR PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR.....	78
LAMPIRAN 3 BUKTI KARYA KATEGORI <i>FEED</i>	80
LAMPIRAN 4 BUKTI KARYA KATEGORI <i>REELS</i>	81
LAMPIRAN 5 HASIL WAWANCARA.....	82
LAMPIRAN 6 PROFIL PENILAI	83
LAMPIRAN 7 KUESIONER	84
LAMPIRAN 8 HASIL BUKTI CEK PLAGIARISME	86