

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN KONTEN VIDEO TIKTOK BIENTI MEDIA
UNTUK MENINGKATKAN *IMPRESSION*

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli
Madya



Disusun Oleh:
MUHAMMAD FAIZ RAMADHAN
NIM: 2270404065

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Video Tiktok Bienti Media
Untuk Meningkatkan *Impression*
Penulis : Muhammad Faiz Ramadhan
NIM : 2270404065
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada 23 Juli 2025.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji



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

Anggota 1



Naldo, M.Si.

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 Video Tiktok Bienti Media
Untuk Meningkatkan Impression
Penulis : Muhammad Faiz Ramadhan
NIM : 2270404065
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani Jakarta, 08 Juli 2025

Pembimbing 1



Ifah Atur Kurniati, M.I.Kom

NIP. 198505182020122009

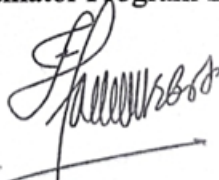
Pembimbing 2



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

NIP. 198812222020122006

Mengetahui,
Koordinator Program Studi



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

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Faiz Ramadhan
NIM : 2270404065
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Pembuatan Konten Video Tiktok Bienti Media Untuk Meningkatkan Impression **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 menyatakan,



Muhammad Faiz Ramadhan
NIM. 2270404065

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Muhammad Faiz Ramadhan
NIM : 2270404065
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 Video Tiktok Bienti Media Untuk Meningkatkan Impression 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 menyatakan,



Muhammad Faiz Ramadhan
NIM: 2270404065

ABSTRAK

Bienti Media is a creative agency that utilizes the TikTok platform to build digital visibility and improve company image. The TikTok @bienti.id account faces problems in the form of low impressions caused by the lack of frequency of uploads, limited human resources, and content that is less relevant to popular trends. The purpose of this research is to increase impressions on TikTok Bienti Media, using observation and literature study data collection methods by approaching STP analysis (Segmenting, Targeting, Positioning), SWOT (Strengths, Weaknesses, Oppurtunities, Threats) and the AISAS model (Attention, Interest, Search, Action, Share). The pre-production research results in content ideas and briefs, while production produces TikTok @bienti.id video content. Post-production produces impressions as much as 92.3%, from 26,000 to 50,000 Impressions. The conclusion shows an increase in impressions, which means that the creation of TikTok Bienti Media video content is successful because of the increase in impressions.

Keywords: *Bienti Media, TikTok, Video Content, Impressions, STP, SWOT, AISAS*

Bienti Media adalah sebuah *creative agency* yang memanfaatkan platform TikTok untuk membangun visibilitas digital dan meningkatkan citra perusahaan. Akun TikTok @bienti.id menghadapi permasalahan berupa rendahnya angka *impressions* yang disebabkan karena minimnya frekuensi unggahan, keterbatasan sumber daya manusia, serta konten yang kurang relevan dengan tren yang sedang populer. Tujuan penelitian ini untuk meningkatkan *impression* pada TikTok Bienti Media, dengan menggunakan metode pengumpulan data observasi dan studi pustaka dengan melakukan pendekatan analisis STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*), SWOT (*Strengths, Weaknesses, Oppurtunities, Threats*) dan model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Hasil penelitian pra-produksi menghasilkan ide konten dan brief, ketika produksi menghasilkan konten video TikTok @bienti.id. Pasca-produksi menghasilkan *impressions* sebanyak 92,3%, dari 26.000 menjadi 50.000 *Impressions*. Kesimpulannya menunjukkan adanya peningkatan *impressions* yang berarti pembuatan konten video TikTok Bienti Media berhasil karena terjadinya peningkatan *impressions*.

Kata Kunci: Bienti Media, TikTok, Konten Video, *Impression*, STP, SWOT, 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 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *Content Creator* yang bertugas dalam membuat konten video dan memberikan laporan perkembangan media sosial milik Bienti Media. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul “Pembuatan Konten Video Tiktok Bienti Media Untuk Meningkatkan *Impression*”.

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:

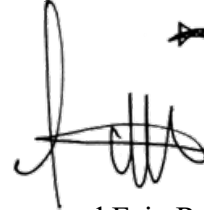
1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M, Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi.
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, S. Kom., M.I.Kom., Sekretaris Program Studi dan selaku Pembimbing II Laporan Tugas Akhir.
7. Ifah Atur Kurniati, M.I.Kom, Dosen Pembimbing I Laporan Tugas Akhir.
8. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
9. Bilares Taborat M.Sos sebagai Direktur Utama Bienti Media.
10. Desya Ayu Sukmawati, Selaku Pembimbing Industri Perusahaan Bienti Media.
11. Bienti Media beserta seluruh rekan kerja penulis yang telah memberikan pengetahuan pada penulis.

12. Abi, Umi, Rizqy, Farhan selaku keluarga penulis yang telah memberikan doa dan memberikan semangat dalam Penyusunan Tugas Akhir.
13. Sekar, Alifa, Rafly, Dimas, Rafie, Frandika, Raka, Hezekel, Zahran, Syauqi serta teman-teman Anak-Anak Ambis yang memberikan bantuan, dukungan dan semangat selama proses penyusunan Tugas Akhir.
14. Raditya Dika, Clean Sound Studio dan GadgetIn yang memberikan hiburan selama penyusunan laporan Tugas Akhir.

Tentu saja dalam penyusunan tugas akhir ini masih banyak kekurangan. Oleh sebab itu, penulis sangat terbuka untuk menerima segala kritik dan saran yang bisa membangun tugas akhir ini.

Jakarta, 30 Juni 2025

Penulis,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'M' followed by a series of loops and a horizontal line, ending with a small star-like mark.

Muhammad Faiz Ramadhan

NIM 2270404065

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.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penulisan.....	7
F. Manfaat Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Komunikasi Pemasaran.....	9
B. Pemasaran Media Sosial	10
C. TikTok.....	12
D. Konten Video	15
E. <i>KPI (Key Performance Indicators) Impressions</i>	16
F. <i>STP (Segmenting, Targeting, Positioning)</i>	18
G. <i>SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)</i>	19
H. Pendekatan AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i>)	20
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	22
A. Data/Objek Penulisan.....	22
1. Foto Perusahaan.....	22
2. Alamat Perusahaan.....	22
3. Logo Perusahaan.....	23
4. Profil Perusahaan	23

5. Visi dan Misi Perusahaan.....	23
B. Teknik Pengumpulan Data.....	24
1. Observasi.....	24
2. Studi Pustaka.....	24
C. Ruang Lingkup.....	25
1. Peran Penulis.....	25
2. Kategori Karya.....	25
3. Ide Kreatif	25
D. Langkah Kerja.....	26
1. Pra-Produksi.....	26
2. Produksi.....	27
3. Pasca-Produksi	27
BAB IV PEMBAHASAN.....	29
A. Gambaran Umum Objek Penulisan.....	29
B. Analisis Media Sosial Kompetitor	31
C. Proses Pembuatan Konten Video TikTok @bienti.id.....	32
1. Pra-Produksi.....	32
2. Produksi.....	38
3. Pasca-Produksi	42
D. Penerapan AISAS.....	43
E. Hasil Karya.....	46
1. Konten Tren	47
2. Konten EGC (Employee-Generated Content).....	47
3. Konten Challenge.....	48
4. Konten Edukasi	49
F. Performa <i>Impressions</i> Konten Video TikTok Bienti Media.....	50
G. Analisis Performa Konten Dengan <i>Impressions</i> Tertinggi	53
BAB V PENUTUP	57
A. Simpulan	57
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis Akun Media Sosial Kompetitor	31
Tabel 2 Analisis STP TikTok Bienti Media.....	33
Tabel 3 Analisis SWOT Bienti Media	34
Tabel 4 Penerapan AISAS Pada Konten.....	43
Tabel 5 Penerapan AISAS Pada Konten.....	45
Tabel 6 Peningkatan <i>Impressions</i>	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan di Indonesia	2
Gambar 2 Unggahan TikTok Bienti Media.....	4
Gambar 3 Analisis SWOT	19
Gambar 4 Foto Perusahaan	22
Gambar 5 Logo Perusahaan Bienti Media	23
Gambar 6 Langkah Kerja.....	26
Gambar 7 <i>Analytics Overview</i> periode 9 Februari - 12 April 2025	29
Gambar 8 Konten Yang Diunggah Dalam periode 9 Februari - 12 april 2025.....	30
Gambar 9 Mencari Tren dan referensi Video.....	36
Gambar 10 <i>Content Plan</i> Social Media Bienti Media.....	36
Gambar 11 Proses Pengambilan Video.....	38
Gambar 12 Proses <i>Editing</i> Menggunakan CapCut.....	39
Gambar 13 Proses Pembuatan <i>Thumbnail</i>	39
Gambar 14 Pembuatan Opsi <i>Caption</i>	40
Gambar 15 Persetujuan Materi Konten.....	41
Gambar 16 Hasil Konten.....	42
Gambar 17 Evaluasi Performa Konten.....	42
Gambar 18 Konten Tren.....	47
Gambar 19 Konten EGC	48
Gambar 20 Konten <i>Challenge</i>	49
Gambar 21 Konten Edukasi	50
Gambar 22 Hasil <i>Impressions</i> TikTok @bienti.id Periode 9 Februari – 12 April 2025.....	51
Gambar 23 Hasil <i>Impressions</i> TikTok @bienti.id Periode 13 April – 17 Juni 2025	52
Gambar 24 Hasil Top Konten Satu	54
Gambar 25 Hasil Top Konten Dua.....	55
Gambar 26 Hasil Top Konten Tiga.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Penulis	63
Lampiran 2 Lembar Pembimbing 1 TA	66
Lampiran 3 Lembar Pembimbing 2 TA	67
Lampiran 4 Bukti Pekerjaan.....	68
Lampiran 5 Hasil Turnitin.....	69
Lampiran 6 Sertifikat Praktik Industri.....	70
Lampiran 7 Sertifikat Kompetensi	71
Lampiran 8 Dokumentasi Tugas Akhir.....	72
Lampiran 9 Dokumentasi Sidang Tugas Akhir.....	73