

LAPORAN TUGAS AKHIR

PENERAPAN TEKNIK *COPYWRITING* AIDCA DAN *SOFT SELLING* PADA *COPY* KONTEN INSTAGRAM @PABRIKGOODIEBAG UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT*

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun Oleh

HANIFA ARIH MASYHUR

NIM: 2270404049

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025**

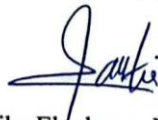
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Penerapan Teknik *Copywriting* AIDCA dan *Soft Selling* pada *Copy* Konten Instagram @pabrikgoodiebag untuk Meningkatkan *Engagement*

Penulis : Hanifa Arih Masyhur
NIM : 2270404049
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,



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Anggota 1



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

Anggota 2



Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB.
NIP. 070450023

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Penerapan Teknik *Copywriting* AIDCA dan *Soft Selling* pada *Copy* Konten Instagram @pabrikgoodiebag untuk Meningkatkan *Engagement*
Nama : Hanifa Arih Masyhur
NIM : 2270404049
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 4 Juli 2025

Pembimbing 1

Pembimbing 2



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



Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB.
NIDN. 070450023

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 : Hanifa Arih Masyhur
NIM : 2270404049
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
Penerapan Teknik *Copywriting* AIDCA dan *Soft Selling* pada *Copy* Konten
Instagram @pabrikgoodiebag 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, 15 Juli 2025

Yang menyatakan,



Hanifa Arih Masyhur
NIM: 2270404049

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Hanifa Arih Masyhur
NIM : 2270404049
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:

"Penerapan Teknik *Copywriting* AIDCA dan *Soft Selling* pada *Copy* Konten Instagram @pabrikgoodiebag untuk Meningkatkan *Engagement*"

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, 15 Juli 2025

Yang menyatakan,



Hanifa Arih Masyhur
NIM: 2270404049

ABSTRACT

Judul Tugas Akhir : Penerapan Teknik *Copywriting* AIDCA dan *Soft Selling* pada *Copy* Konten Instagram @Pabrikgoodiebag untuk Meningkatkan *Engagement*
Penulis : Hanifa Arih Masyhur
Pembimbing I : Anindita Budi Astuti, S.E., M.M.
Pembimbing II : Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB.

A goodie bag factory utilizes Instagram as a medium for promotion. However, the lack of application of attractive copy in captions and content reels and the low level of engagement are the problems. This final project aims to explain how to apply effective copywriting to increase engagement on the @pabrikgoodiebag Instagram account by using the AIDCA copywriting technique in captions and the soft selling approach in content reels. The data collection techniques used are observation, literature study, and interviews. The results of the application of this copy technique show a significant increase in engagement in the period January - June 2025. The increase based on the number of content interactions by 99.5%, and profile visits which also increased by 155.4%, these results show that engagement has increased higher than 3 (three) months before being handled by the author.

Keywords: *AIDCA, soft selling, Pabrik Goodie Bag, copywriting, engagement*

ABSTRAK

Pabrik goodie bag memanfaatkan Instagram sebagai media untuk melakukan promosi. Namun, kurangnya penerapan *copy* yang menarik pada *caption* dan konten *reels* serta rendahnya tingkat *engagement* menjadi permasalahannya. Tugas akhir ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana penerapan *copywriting* yang efektif untuk meningkatkan *engagement* pada akun Instagram @pabrikgoodiebag dengan menggunakan teknik *copywriting* AIDCA pada *caption* dan pendekatan *soft selling* pada konten *reels*. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, studi Pustaka, dan wawancara. Hasil dari penerapan teknik *copy* ini menunjukkan kenaikan *engagement* yang signifikan pada periode Januari – Juni 2025. Peningkatan berdasarkan *content interactions* sebesar 99,5%, serta *profile visits* yang juga meningkat sebesar 155,4%, hasil tersebut menunjukkan bahwa *engagement* mengalami peningkatan lebih tinggi dari 3 (tiga) bulan sebelum ditangani oleh penulis.

Kata Kunci: *AIDCA, soft selling, Pabrik Goodie Bag, copywriting, engagement*

PRAKATA

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan dan kemudahan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan Diploma-3/Sarjana Terapan Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *Content Writer* yang telah membuat *copy* konten pada Instagram @pabrikgoodiebag. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan tugas akhir berjudul “Penerapan Teknik *Copywriting* AIDCA Dan *Soft Selling* pada Konten Instagram @pabrikgoodiebag untuk Meningkatkan *Engagement*”.

Laporan tugas akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak berikut yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan dukungan selama penyusunan tugas akhir ini.

1. Dr. Tipri Rose Kartika, S.E., 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. Raden Sulistiyo Wibowo., 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. Anindita Budi Astuti, S.E., M.M., selaku pembimbing 1.
8. Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB., selaku pembimbing 2.
9. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
10. Mirza Andrian selaku Owner di Adconomic Digital Advertising Agency.
11. Miftahul Jannah selaku Human Resources selaku pembimbing di Adconomic Digital Advertising Agency.

12. Keluarga penulis yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan agar penulis dilancarkan dan mendapatkan hasil yang baik.
13. Seluruh teman-teman program studi periklanan Angkatan 2022 yang telah berjuang bersama, terutama Khalisah, Aini, Alfi, Keysha, Ellena, dan Sabrina yang telah menemani dan memberikan bantuan serta dukungan selama tiga tahun berkuliah.
14. Rekan-rekan selama melakukan praktik industri di Adconomic Digital Advertising Agency.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan tugas akhir ini. Oleh sebab itu penulis berharap saran dan kritik yang dapat membangun untuk perbaikan ke depannya. Semoga tugas akhir ini berguna dan bermanfaat bagi penulis maupun pembaca. Terima kasih.

Jakarta, 15 Juli 2025

Penulis,



Hanifa Arih Masyhur

NIM. 2270404049

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Pemasaran Digital	9
B. Media Sosial.....	10
C. Instagram.....	11
D. <i>Copywriting</i>	13
E. <i>Caption</i>	17
F. Konten.....	19
G. <i>Content Pillar</i>	19
H. <i>Social Media Engagement</i>	21
I. Analisis SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>).....	24
J. Model AIDCA (<i>Attention, Interest, Desire, Conviction, Action</i>)	26

K. <i>Soft Selling</i>	28
L. Proses Kreatif.....	30
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	32
A. Objek Penulisan	32
B. Gambaran Umum Pekerjaan	35
C. Teknik Pengumpulan Data	35
D. Ruang lingkup	38
D. Langkah kerja.....	40
BAB IV PEMBAHASAN.....	43
A. Gambaran Umum Instagram @pabrikgoodiebag	43
B. Proses dan Hasil Pembuatan <i>Copy</i> Konten	59
C. Evaluasi Hasil Peningkatan <i>Engagement</i>	81
BAB V PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1 <i>Caption Content Pillar Functional</i>	46
Tabel 2 <i>Caption Content Pillar Entertainment</i>	47
Tabel 3 <i>Caption Content Pillar Educational</i>	49
Tabel 4 <i>Caption Content Pillar Agile</i>	50
Tabel 5 Analisis SWOT dari Pabrik <i>goodie bag</i>	53
Tabel 6 Analisis <i>caption</i> konten <i>feeds @altheaecobag</i>	55
Tabel 7 Analisis <i>caption</i> konten <i>reels @altheaecobag</i>	56
Tabel 8 Analisis <i>caption</i> konten <i>feeds @goodybag.id</i>	58
Tabel 9 Analisis konten <i>reels</i> dan <i>caption @goodybag.id</i>	58
Tabel 10 Analisis Naskah Konten <i>Reels</i> dengan Pendekatan <i>Soft Selling</i>	66
Tabel 11 Analisis penerapan AIDCA pada <i>caption feeds</i>	69
Tabel 12 <i>Caption Konten Feeds Functional</i>	75
Tabel 13 Analisis <i>Caption Konten Feeds</i> Edukasi	77
Tabel 14 Analisis <i>Caption Konten Feeds Agile</i>	78
Tabel 15 Analisis AIDCA Pada <i>Caption Konten Feeds</i> Pabrik <i>Goodie Bag</i>	87
Tabel 16 Analisis <i>Content Interactions</i> Sesudah Ditangani Penulis	90
Tabel 17 Analisis <i>Link Clicks</i> Sesudah Ditangani Penulis	91
Tabel 18 Analisis Data <i>Visits</i> Sesudah Ditangani Penulis	92
Tabel 19 Analisis Data <i>Follows</i> Sesudah Ditangani Penulis.....	93
Tabel 20 Hasil <i>Engagement Rate</i> Periode Januari – Juni 2024 dengan Januari - Juni 2025	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data <i>Insight Followers</i> Instagram Pabrik goodie bag	4
Gambar 2 Data <i>Insight Content Interactions</i> Pabrik goodie bag.....	5
Gambar 3 Logo Adconomic Agency	32
Gambar 4 Logo Pabrik Goodie Bag.....	33
Gambar 5 Bagan Alur Kerja.....	40
Gambar 6 Instagram Pabrik Goodie Bag	43
Gambar 7 Data Interaksi Konten Periode Oktober – Desember 2024	44
Gambar 8 Data Pengikut Periode Oktober - Desember 2024	45
Gambar 9 <i>Editorial Plannning Content Pillar Functional</i>	46
Gambar 10 <i>Editorial Plannning Content Pillar Entertainment</i>	47
Gambar 11 Konten <i>Feeds</i> Instagram Pabrik Goodie Bag	48
Gambar 12 Konten <i>Feeds</i> Instagram Pabrik Goodie Bag	50
Gambar 13 Konten <i>Reels</i> Informasi	51
Gambar 14 Instagram Althea Ecobag	55
Gambar 15 Instagram Goodybag.id	57
Gambar 16 Bagan Alur Kerja <i>Content Writer</i>	59
Gambar 17 Briefing dari <i>Social Media Officer</i>	60
Gambar 18 KPI Pabrik Goodie Bag	61
Gambar 19 Proses Pengerjaan dan Jam <i>Posting Content</i>	61
Gambar 20 <i>Briefing</i> Konten <i>Feeds</i>	61
Gambar 21 <i>Brainstorming</i> Bersama Tim <i>Social Media Officer</i>	62
Gambar 22 <i>Screenshoot</i> dari Konten <i>Reels</i> @altheaecobag	63
Gambar 23 <i>Screenshoot</i> dari <i>Caption</i> @printingbyhadi	63
Gambar 24 Konten <i>Reels Entertainment</i> <i>Printing by</i> hadi	64
Gambar 25 <i>Google Slides</i> Naskah Konten <i>Reels</i>	65
Gambar 26 <i>Script</i> Konten <i>reels</i> Pabrik Goodie Bag	66
Gambar 27 <i>Editorial Planning</i> Pabrik Goodie Bag	68
Gambar 28 Konten <i>Feeds</i> Edukasi Pabrik goodie bag.....	69
Gambar 29 Menyerahkan <i>Caption</i> dan Naskah Konten <i>Reels</i>	71
Gambar 30 Revisi <i>Caption feeds</i>	72
Gambar 31 Konten Format <i>Reels</i> Pabrik Goodie Bag	73
Gambar 32 Konten <i>Reels</i> Pabrik Goodie Bag.....	73
Gambar 33 <i>Monthly Report</i> Pabrik Goodie Bag	74
Gambar 34 Konten <i>Tips and Tricks</i>	75
Gambar 35 Konten <i>Feeds</i> Edukasi.....	76
Gambar 36 Konten <i>Feeds Greetings</i>	78
Gambar 37 Konten <i>Reels Entertainment</i>	80
Gambar 38 Naskah konten <i>Reels Entertainment</i>	80

Gambar 39 <i>Top Content Reels</i> Ke-1	82
Gambar 40 Data <i>Insight Top Content</i> 1	83
Gambar 41 <i>Top Content reels</i> ke-2	84
Gambar 42 Data <i>Insight Top Content Reels</i> Ke-2	84
Gambar 43 Data <i>Insight Top Content Reels</i> Ke-2	85
Gambar 44 <i>Top Konten Feeds</i> ke-3	86
Gambar 45 Analisis AIDCA Pada <i>Caption Konten Feeds</i> Pabrik goodie bag.....	86
Gambar 46 Data <i>Insight Top Konten feeds</i> Ke-3	88
Gambar 47 Data <i>Insight Top Konten Feeds</i> Ke-3	89
Gambar 48 Data <i>Content Interactions</i> Pabrik goodie bag	90
Gambar 49 Data <i>Link Clicks</i> Pabrik goodie bag	91
Gambar 50 Data <i>Visits</i> Pabrik goodie bag.....	92
Gambar 51 Data <i>Follows</i> Pabrik goodie bag	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Penulis	102
Lampiran 2 Lembar Pembimbingan Tugas Akhir	105
Lampiran 3 Tanda Terima Praktik Industri	107
Lampiran 4 Dokumentasi Bimbingan Tugas Akhir	108
Lampiran 5 Pendukung Penyusunan Tugas Akhir	110
Lampiran 6 Hasil Cek <i>Plagiarisme</i>	114
Lampiran 7 Dokumentasi Sidang Akhir	115