

LAPORAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KONTEN TIKTOK @visionprimeofficial
UNTUK MENINGKATKAN AWARENESS PROGRAM ON-AIR
VISION PRIME

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya



Disusun Oleh:
SALMAA AYU KARTIKA
NIM: 2270404103

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Salmaa Ayu Kartika
NIM : 2270404103
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada hari Rabu, tanggal 16 Juli 2025

Disahkan Oleh:

Ketua Penguji



Ifah Atur Kurniati, M.I.Kom.

NIP. 198505182020122009

Penguji Ahli



Omar Yusuf, M.M
NUPN. 9900979905

Moderator



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi




Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum

NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Salmaa Ayu Kartika
NIM : 2270404103
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

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

Pembimbing 1



Nurul Akmalia, S.I.Kom., M.med.Kom
NIP. 199102282019032015

Pembimbing 2



Zaenab, SS., M.Si
NIP. 199211132019032025

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, SS., M.Si
NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salmaa Ayu Kartika
NIM : 2270404103
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: **PERANCANGAN KONTEN TIKTOK @visionprimeofficial UNTUK MENINGKATKAN AWARENESS PROGRAM ON-AIR VISION PRIME 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

Yang menyatakan,



Salmaa Ayu Kartika
NIM 2270404103

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Salmaa Ayu Kartika
NIM : 2270404103
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: **PERANCANGAN KONTEN TIKTOK @visionprimeofficial UNTUK MENINGKATKAN AWARENESS PROGRAM ON-AIR VISION PRIME**

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 sebagaipemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 8 Juli 2025

Yang menyatakan,



Salmaa Ayu Kartika
NIM 2270404103

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten TikTok @visionprimeofficial Untuk Meningkatkan Awareness Program On-Air Vision Prime
Penulis : Salmaa Ayu Kartika
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Pembimbing I : Nurul Akmalia, S.I.Kom.,M.Med.Kom
Pembimbing II : Zaenab, SS., M.Si

The rapid development of digital technology has shifted audience preferences from conventional television to digital platforms, including Over-The-Top (OTT) services. Vision Prime emerges as one of the OTT channels broadcasting on-air programs from RCTI, GTV, MNC TV, as well as original content from Vision+. As a newcomer in the OTT industry, Vision Prime faces challenges in optimally building awareness of its on-air programs. Based on this problem, this study aims to design a content strategy for the TikTok account @visionprimeofficial using the AISAS theory as the foundation of its digital communication strategy to increase awareness of Vision Prime's programs. Data collection methods used in this study include interviews, observation, and literature review. The results of the study indicate a significant increase in awareness compared to the previous period, as evidenced by the growth in views, followers, and profile visits. These findings emphasize the importance of creating content that resonates with the audience and managing social media professionally and consistently to support sustainable awareness growth.

Keywords: TikTok, Vision Prime, OTT platform, content strategy, awareness, audience reach.

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mendorong pergeseran preferensi audiens dari televisi konvensional ke platform digital, termasuk layanan *Over-The-Top (OTT)*. Vision Prime hadir sebagai salah satu *channel OTT* yang menayangkan program *on-air* unggulan dari RCTI, GTV, MNC TV, serta *original series* Vision+. Sebagai pendatang baru di industri OTT, Vision Prime masih menghadapi tantangan dalam membangun *awareness* yang optimal terhadap tayangan programnya. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulisan ini bertujuan merancang strategi perancangan konten TikTok @visionprimeofficial dengan teori AISAS sebagai landasan strategi komunikasi digital untuk meningkatkan *awareness* tayangan program Vision Prime. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara, observasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan *awareness* yang sangat signifikan dibandingkan periode sebelumnya, terlihat dari peningkatan *views*, *followers*, dan kunjungan profil. Temuan ini menegaskan pentingnya perancangan konten yang relevan dengan audiens serta pengelolaan media sosial yang konsisten.

Kata Kunci: TikTok, Vision Prime, platform OTT, strategi konten, *awareness*, jangkauan audiens.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, kekuatan, kemampuan, serta kesabaran yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan jenjang Diploma-3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

Dalam proses pelaksanaannya penulis berperan sebagai Social Media Specialist, yang bertanggung jawab dalam merancang konten TikTok untuk memperluas *awareness* program-program *on-air* Vision Prime, salah satu *channel* OTT di bawah naungan MNC Channels, pada periode Februari hingga Juni 2025. Berdasarkan pengalaman dan pencapaian tersebut, penulis menyusun laporan Tugas Akhir berjudul:

“Perancangan Konten TikTok @visionprimeofficial untuk Meningkatkan Awareness Program On-Air Vision Prime.”

Terselesaikannya laporan ini tentunya tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya 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. M. Yunus Fitriady, M.M selaku Wakil Direktur Bidang Keuangan.
4. Anindhita Budi Astuti, SE., MM selaku Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan.
5. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi.
6. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn, Sekretaris Jurusan Komunikasi.
7. Zaenab, SS,. M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan dan selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir 2
8. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Periklanan
9. Nurul Akmalia, S.I.Kom.,M.Med.Kom, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir 1

10. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan.
11. Keluarga penulis yang senantiasa memberikan doa dan semangat sehingga penulisan tugas akhir dapat dilaksanakan dengan lancar
12. Bagus R. Novagyatna selaku Pembimbing Industri MNC Channel Departemen Promo On-Air & Creative
13. Para rekan Departemen Promo On-Air MNC Channel yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis.
14. Teman-teman mahasiswa seperjuangan prodi Periklanan dan seluruh prodi di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
15. Bagi semua pihak yang telah membantu yang tidak bisa disebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa hormat.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tugas akhir ini.

Jakarta, 8 Juli 2025

Yang menyatakan,



Salmaa Ayu Kartika

NIM 2270404103

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan Sidang Tugas Akhir	ii
Penyataan Originalitas Tugas Akhir dan Bebas Plagiarisme	iii
Pernyataan Publikasi Karya Ilmiah	iv
Abstrak	v
Prakata	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	x
Daftar Tabel	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB I Pendahuluan	1
A. Latar Belakang	4
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penulisan	5
F. Manfaat Penulisan	5
BAB II Kajian Pustaka	7
A. Komunikasi	7
B. Komunikasi Pemasaran	7
C. Merek	8
D. Brand Awareness	9
E. Media Sosial	10
F. TikTok	10
G. Segmentation, Targeting, Positioning	13
H. Attention, Interest, Search, Action, Share	15
I. Konten Digital	17
BAB III Metode Pelaksanaan	19
A. Data / Objek Penelitian	19
B. Teknik Pengumpulan Data	25
C. Langkah Kerja	27
BAB IV Pembahasan	30
A. Gambaran Umum Pekerjaan	30

B. Analisis Konten Vision Prime	31
C. Alur Kerja	34
D. AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share)	41
E. Hasil Awareness Vision Prime	51
BAB V Penutup	53
A. Kesimpulan	53
B. Saran	54
Daftar Pustaka	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tingkatan Brand Awareness	9
Gambar 2 Logo Perusahaan	19
Gambar 3 Struktur Perusahaan.....	21
Gambar 4 Struktur Departemen	24
Gambar 5 Alur Kerja.....	27
Gambar 6 Logo Vision Prime	30
Gambar 7 TikTok Vision Prime.....	31
Gambar 8 Konten Tiktok Vision Prime	32
Gambar 9 Caption TikTok Vision Prime	33
Gambar 10 Alur Kerja Penulis	34
Gambar 11 Listing Program On-Air	36
Gambar 12 Konten Brief	37
Gambar 13 Kolom Draft Editorial Plan	38
Gambar 14 Kolom Draft Editorial Plan	39
Gambar 15 Publikasi Konten TikTok Vision Prime	39

DAFTAR TABEL

Tabel 1 STP Vision Prime.....	34
Tabel 2 Top Konten Vision Prime	40
Tabel 3 Konten AISAS Vision Prime	42
Tabel 4 Hasil Awareness.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Data Riwayat Hidup Mahasiswa Program Studi Peiklanan, Jurusan Komunikasi Politeknik Negeri Media Kreatif	43
Salinan Lembar Bimbingan Tugas Akhir	45
Transkrip Wawancara.....	47
Surat Keterangan Praktik Industri.....	49
Dokumentasi Foto Kegiatan Tugas Akhir.....	50
Lembar Hasil Cek Plagiarisme.....	51
Sertifikat Kompetensi.....	53