

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN KONTEN VIDEO REELS PADA AKUN INSTAGRAM @KEMENLH_BPLH UNTUK MENINGKATKAN AWARENESS AUDIENCE

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar (A.Md)
Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:
ZIDAN ATALAH
NIM : 2270404122

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten *Video Reels* pada Akun Instagram
@Kemenlh_bplh untuk Meningkatkan *Awareness Audience*
Penulis : Zidan Atalah
NIM : 22704040122
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 17 Juli 2025

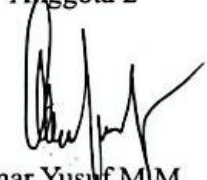
Disahkan Oleh:
Ketua Penguji


Rizky Kertanegara, S.S,M.Si
NIP 198301152014041001

Anggota 1


Arius Krypton, M.Si
NIDN 0008048305

Anggota 2


Omar Yusuf, M.M
NUPN 9900979905

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi


Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum.
NIP 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Video Reels Pada Akun Instagram
@Kemenlh_Bplh Untuk Meningkatkan Awareness Audience
Nama : Zidan Atalah
NIM : 2270404122
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 19 Juni 2025

Pembimbing 1



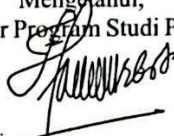
Sartika Ekadyasa, M.I.Kom.
NIP. 198812222020122006

Pembimbing 2



Omar Yusuf, M.M

Mengotahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, SS., M.Si
NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Zidan Atalah
NIM	: 2270404122
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul Pembuatan Konten Video Reels Pada Akun Instagram @Kemenlh_Bplh Untuk Meningkatkan Awareness Audience

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, 19 Juni 2025

Yang menyatakan,


Zidan Atalah
NIM : 2270404122

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Zidan Atalah
NIM : 2270404122
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 Pada Akun Instagram @Kemenlh_Bplh Untuk Meningkatkan Awareness Audience.

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 saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 19 Juni 2025

Yang menyatakan,



Zidan Atalah
NIM: 2270404122

ABSTRACT

The Ministry of Environment (MOE) utilizes the Instagram platform @kemenlh_bplh to educate and disseminate information on environmental issues to the public. Unfortunately, audience participation, especially in short video formats such as Instagram Reels, is still low due to a lack of visual appeal, overly formal messaging, and underutilization of digital trends. This report aims to design and produce Reels content that is attractive, communicative, and in accordance with the characteristics of the younger generation, in order to raise awareness about environmental issues. The author acts as a video editor during industrial work practice at the MoE Public Relations Bureau, responsible for all stages of content production which includes planning, shooting, editing, to publication and analyzing content performance through Instagram insights. The study includes observation, literature review, and the use of the AISAS model (Attention, Interest, Search, Action, Share) as a content strategy. The results of the implementation showed a significant increase in social media performance metrics, such as reach, interaction, and follower growth, especially through the Instagram Collabs feature and collaboration with influencers. Thus, Reels' creatively and strategically designed content is proven to be able to increase the effectiveness of message delivery and public awareness of environmental issues.

Keyword: Instagram Reels, Media Sosial, awareness, Kementerian Lingkungan Hidup, konten digital, AISAS.

ABSTRAK

Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) memanfaatkan platform Instagram @kemenlh_bplh untuk mendidik dan menyebarkan informasi mengenai isu-isu lingkungan kepada masyarakat. Sayangnya, partisipasi audiens, terutama dalam format video pendek seperti Instagram Reels, masih rendah karena kurangnya daya tarik visual, penyampaian pesan yang terlalu resmi, serta pemanfaatan tren digital yang belum maksimal. Laporan ini bertujuan untuk merancang dan memproduksi konten Reels yang menarik, komunikatif, dan sesuai dengan karakteristik generasi muda, guna meningkatkan kesadaran tentang isu lingkungan. Penulis berperan sebagai pengedit video selama praktik kerja industri di Biro Humas KLH, bertanggung jawab atas seluruh tahap produksi konten yang meliputi perencanaan, pengambilan gambar, pengeditan, hingga publikasi. Metode yang diterapkan mencakup observasi, kajian pustaka, serta penggunaan model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) sebagai strategi konten. Hasil dari pelaksanaan menunjukkan peningkatan yang signifikan pada metrik performa media sosial, seperti jangkauan, interaksi, dan penambahan jumlah pengikut, terutama melalui fitur Instagram Collabs dan kolaborasi dengan influencer. Dengan demikian, konten Reels yang dirancang secara kreatif dan strategis terbukti mampu meningkatkan efektivitas penyampaian pesan serta kesadaran masyarakat terhadap isu-isu lingkungan.

Kata Kunci: Instagram Reels, Media Sosial, awareness, Kementerian Lingkungan Hidup, konten digital, AISAS.

PRAKATA

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Allah Yang Maha Esa dan Nabi Muhammad SAW., karena telah memberikan berkat berupa kesehatan, kekuatan, kemampuan, dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan penuh. Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mengikuti mata kuliah tugas akhir pada Program Studi Periklanan Jurusan Komunikasi di Politeknik Negeri Media Kreatif dan meraih gelar A.Md.I.Kom (ahli madya ilmu komunikasi) sebagai syarat kelulusan jenjang D3 (Diploma 3).

Dalam tugas akhir ini peran penulis adalah sebagai *Video Editor* yang bertugas dalam mengelola media sosial, membuat konten media sosial, dan memberikan laporan perkembangan media sosial milik *KEMENLH*.

Penulis sangat sadar bahwa tugas akhir ini tidak akan berhasil tersusun dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, dengan penuh hormat, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyelesaian tugas akhir ini. kepada:

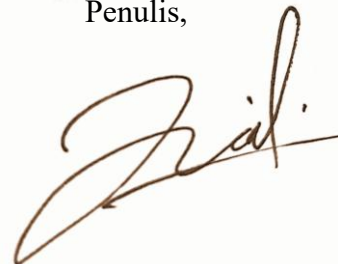
1. Dr. Tipri Rose Kartika, SE., M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Media Kreatif.
3. Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi.
4. Sulistyio Wibowo, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom., Dosen pembimbing 1 Tugas Akhir.
7. Omar Yusuf, M.M., Dosen pembimbing 2 Tugas Akhir.

8. Seluruh dosen dan tenaga pendidikan, beserta civitas Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah membantu, melayani dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Media Kreatif.
9. Orang tua dan keluarga penulis yang telah membantu dan mendukung penuh penulis dalam berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif.
10. Saudara-saudara penulis yang telah membantu keuangan penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
11. Seluruh teman-teman prodi periklanan PoliMedia yang telah merangkul dan membantu penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
12. Sheva Nur Rafif yang telah membantu dan membimbing penulis dalam merancang laporan Tugas Akhir.
13. Romi Setiawan, sebagai pembimbing di *Humas Kemenlh*.
14. Seluruh karyawan *Kemenlh* yang telah memberikan penulis ilmu dan bimbingan selama melakukan praktik industri.

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

Jakarta, 26 Juni 2025

Penulis,



Zidan Atalah

NIM 2270404122

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penulisan.....	5
F. Manfaat Penulisan	5
1. Manfaat bagi Penulis	5
2. Manfaat bagi Politeknik Negeri Media Kreatif	5
3. Manfaat bagi Perusahaan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC) Hubungan Masyarakat	6
B. Instagram	7
1. Fitur Utama Instagram.....	7
C. Konten Kreatif.....	9
1. Jenis Konten Kreatif	9
E. STP	12
1. <i>Segmentation</i> (Segmentasi)	13
2. <i>Targeting</i> (Pemilihan Target)	13
3. <i>Positioning</i> (Penempatan)	13

F. Content Pillar	13
1. Pengertian	13
2. Jenis-jenis <i>Content Pillar</i>	14
G. SWOT	15
1. <i>Strength</i> (kekuatan).....	15
2. <i>Weaknesses</i> (kelemahan).....	16
3. <i>Opportunities</i> (peluang).....	16
4. <i>Threats</i> (ancaman)	16
H. Model AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i>)	16
1. Pengertian	16
I. Indikator Kinerja Utama Media Sosial (Social Media KPI)	19
1. Pengertian	19
2. KPI Reach.....	20
BAB III METODE PELAKSANAAN	22
A. Data/Objek Penulis	22
1. Tentang Perusahaan	22
2. Alamat Perusahaan	23
3. Struktur Perusahaan.....	23
4. Biro Hubungan Masyarakat (Humas)	24
5. Visi dan Misi Perusahaan	26
B. Teknik Pengumpulan Data	27
1. Observasi	27
2. Studi Pustaka.....	28
C. Ruang Lingkup	28
1. Peran Penulis	28
2. Kategori Karya.....	28
3. Ide Kreatif.....	29
D. Langkah Kerja	29
1. Persiapan	29
2. Pelaksanaan	29
3. Evaluasi.....	29
BAB IV PEMBAHASAN	31
A. Gambaran Umum Permasalahan	31

B. Analisis STP	32
C. Analisa SWOT	35
D. Proses Pembuatan Konten Video Reels kemenlh_bplh	39
Pra - Produksi.....	39
Produksi.....	42
Pasca Produksi	51
H. Penerapan Model AISAS dalam Konten	53
1. Konten Reels “AKALIN : Apa Kata Lingkungan!”	53
2. Konten Reels “Apasih bedanya Telaga dan Danau”	57
3. Konten Reels Liputan “Tindak Tegas Pengelola TPA Jatiwaringin Yang	60
Cemari Sungai Cirarab”	60
4. Konten Reels Liputan “Ajak Walikota Seluruh Indonesia Harus Selesaikan	
Darurat Sampah Nasional”	62
I. <i>Social Media Key Performance Indicator (KPI)</i>	65
1. Laporan Bulanan Media Sosial	65
2. <i>Top 3 Content of The Month</i>	67
J. Hasil	70
BAB V PENUTUP.....	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran	73
1. Saran untuk penulis :	73
2. Saran untuk Politeknik Negeri Media Kreatif :	74
3. Saran untuk masyarakat :	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Teori STP	12
Gambar 2 Teori SWOT	15
Gambar 3 Model AISAS	17
Gambar 4 Logo KLH/BPLH	22
Gambar 5 Struktur Organisasi Perusahaan	23
Gambar 6 Tim Biro Humas KLH/BPLH	24
Gambar 7 Struktur Organisasi Biro Humas KLH/BPLH	25
Gambar 8 Alur Kerja	30
Gambar 9 Interaksi Akun Instagram	32
Gambar 10 Insight Instagram Kemenlh	34
Gambar 11 Proses Pengambilan Konten	43
Gambar 12 Proses Editing Video	49
Gambar 17 Akun Instagram kemenhut	40
Gambar 18 Akun Instagram kemenkes_ri	40
Gambar 19 Konten Instagram @kemenlh_bplh - AKALIN	54
Gambar 20 Konten Instagram @kemenlh_bplh – Perbedaan Telaga dan Danau ..	57
Gambar 21 Konten Instagram @kemenlh_bplh - Penindakan TPA Jatiwaringin ..	60
Gambar 22 Konten Instagram @kemenlh_bplh - AKALIN	63
Gambar 23 Insight Akun instagram Kemenlh Bulan Maret 2025	66
Gambar 24 Top Content Instagram Kemenlh Maret 2025	68
Gambar 25 Konten Instagram Kemenlh Bulan Februari 2025	70
Gambar 26 Konten Instagram Kemenlh Bulan Maret 2025	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis STP.....	33
Tabel 2 Analisis SWOT	35
Tabel 3 Konten Pillar	37
Tabel 4 Analisis Konten.....	55
Tabel 5 Analisis Konten.....	58
Tabel 6 Analisis Konten.....	61
Tabel 7 Analisis Konten.....	64
Tabel 8 Perbandingan KPI Reach Instagram Kemenlh Februari & Maret 2025 ...	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa.....	77
Lampiran 2 Salinan Lembar Pembimbing TA	80
Lampiran 3 Sertifikat Magang Industri.....	82
Lampiran 4 Dokumentasi Foto Kegiatan Terkait Tugas Akhir	83