

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN KONTEN PROMOSI MENGGUNAKAN
***ARTIFICIAL INTELLIGENCE* BERBASIS MODEL AISAS**
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
DALANG VAPOR PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Ahli Madya



Disusun Oleh:
Muhammad Farizal Zachry
NIM 2270404067

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Promosi Menggunakan *Artificial Intelligence* Berbasis Model AISAS untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Dalang Vapor pada Media Sosial Tiktok

Penulis : Muhammad Farizal Zachry

NIM : 220404067

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan dihadapan Tim penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada 24 Juli 2025

Disahkan Oleh:
Ketua Penguji



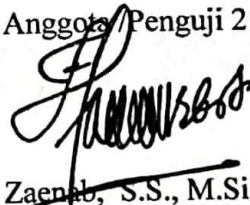
Adrians, S.Si., M.Sn.
NIP 198510012019031004

Anggota /Penguji 1



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

Anggota /Penguji 2



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

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum.
NIP 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Promosi Menggunakan
Artificial Intelligence Berbasis Model AISAS
untuk Meningkatkan *Brand Awareness*
Dalang Vapor pada Media Sosial Tiktok

Penulis : Muhammad Farizal Zachry

NIM 2270404067

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan
Ditandatangani di Jakarta, 10 Juli 2025

Pembimbing I



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

Pembimbing II



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

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

PERNYATAAN ORISINIALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Farizal Zachry

NIM 2270404067

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

PEMBUATAN KONTEN PROMOSI MENGGUNAKAN *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* BERBASIS MODEL AISAS UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DALANG VAPOR PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses dengan ketentuan yang berlaku.

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

Jakarta, 8 Juli 2025

Yang menyatakan,



Muhammad Farizal Zachry
NIM 2270404067

PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH

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

Nama : Muhammad Farizal Zachry
NIM : 2270404067
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PEMBUATAN KONTEN PROMOSI MENGGUNAKAN *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* BERBASIS MODEL AISAS UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DALANG VAPOR PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif 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, 8 Juli 2025
Yang menyatakan,



Muhammad Farizal Zachry
NIM 2270404067

ABSTRACT

Dalang Vapor is a shop that sells liquid vape products and actively promotes them through its TikTok account @dalangbreweryyy. As a new brand, Dalang Vapor faces challenges of minimal content activity, low reach, and low audience engagement. To overcome this, the author utilizes artificial intelligence (AI) technology to speed up and simplify the process of producing interesting and on-trend content. Content creation begins by composing prompts using ChatGPT, which are then used in Leonardo AI to generate basic visuals. The visuals are processed into videos through RunwayML, and then edited in CapCut before being published. Based on data for the period February 19-June 2025, the total audience reached reached 5,479 people, with an increase of more than 5,500 impressions. Video duration also increased to 6,995 views, and profile views increased by 248 times. Audience engagement also increased with 269 likes, 65 comments, and 89 shares, showing active interaction from users. In addition, the @dalangbreweryyy account gained an additional 40 followers without a drop. This data shows that utilizing AI in the content creation process contributes to increasing Dalang Vapor's visibility, interaction, and brand awareness on the TikTok platform.

Keywords : TikTok, Promotional Content, Brand Awareness, Artificial Intelligence, Dalang Vapor

ABSTRAK

Dalang Vapor adalah toko yang menjual produk liquid vape dan aktif mempromosikannya melalui akun TikTok @dalangbreweryyy. Sebagai brand baru, Dalang Vapor menghadapi tantangan minimnya aktivitas konten, rendahnya jangkauan, dan keterlibatan audiens yang masih rendah. Untuk mengatasi hal ini, penulis memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan guna mempercepat dan mempermudah proses produksi konten yang menarik dan sesuai tren. Pembuatan konten dimulai dengan menyusun arahan menggunakan ChatGPT, yang kemudian digunakan di Leonardo AI untuk menghasilkan visual dasar. Visual tersebut diolah menjadi video melalui RunwayML, lalu diedit di CapCut sebelum dipublikasikan. Berdasarkan data periode 19 Februari–20 Juni 2025, total penonton yang dijangkau mencapai 5.479 orang, dengan peningkatan lebih dari 5.500 tayangan. Durasi video juga meningkat hingga 6.995 tayangan, dan tayangan profil naik sebanyak 248 kali. Keterlibatan audiens juga meningkat dengan 269 suka, 65 komentar, dan 89 kali dibagikan, menunjukkan interaksi aktif dari pengguna. Selain itu, akun @dalangbreweryyy mendapatkan tambahan 40 pengikut tanpa penurunan. Data ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan dalam proses pembuatan konten berkontribusi pada peningkatan visibilitas, interaksi, dan kesadaran merek Dalang Vapor di platform TikTok.

Kata kunci : TikTok, Konten Promosi, Kesadaran Merek, Kecerdasan Buatan, Dalang Vapor

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, kekuatan, dan ketabahan yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar. Penyusunan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan jenjang Diploma-3 pada Program Studi Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam pelaksanaan tugas akhir ini, penulis menjalankan peran sebagai seorang *content creator* yang bertanggung jawab dalam membuat konten kreatif untuk media sosial Tiktok milik Dalang Vapor. Berdasarkan proses tersebut, penulis menyusun laporan tugas akhir berjudul “Pembuatan Konten Promosi Menggunakan *Artificial Intelligence* Berbasis Model AISAS untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Dalang Vapor di Tiktok .”

Laporan ini tentunya tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, arahan, dan semangat dari berbagai pihak yang telah memberikan bantuan selama proses penyusunan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa 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 Politeknik Negeri Media Kreatif;
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 dan Pembimbing I dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir;
6. Rizki Akbar Mustopa, S.Pd., Gr., M.Pd. Dosen Pembimbing II dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir;
7. Sartika Ekadyasa M.I.Kom, Sekertaris Program Studi Periklanan
8. Steven Sukwanto selaku *owner* dan pembimbing penulis di Dalang Vapor.
9. Staf di Dalang Vapor selaku partner dalam membantu kegiatan Praktik Industri;
10. Orang tua dan seluruh anggota keluarga yang tak henti memberikan dukungan, baik secara moral maupun materi, serta selalu menyertakan

penulis dalam doa demi kelancaran studi dan penyusunan laporan tugas akhir;

11. dosen dan staf kependidikan di Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah berbagi ilmu dan wawasan berharga selama penulis menjalani masa studi di kampus ini;
12. rekan-rekan sekelas di Kelas D serta seluruh angkatan 2022 Program Studi Periklanan yang telah menjadi teman seperjuangan selama tiga tahun perjalanan studi ini;
13. musfit *team* yang telah membantu dan mendukung penulis selama masa kuliah dan menyusun Tugas Akhir ini;
14. staf Jurusan Komunikasi dan seluruh karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah membantu dalam memberikan layanan administratif kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan.

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

Jakarta, 24 Juli 2025

Penulis



Muhammad Farizal Zachry

NIM 2270404067

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN ORISINIALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penulisan	6
F. Manfaat Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Definisi dan Fitur Media Sosial Tiktok.....	8
B. Komunikasi dalam Konten Media Sosial.....	11
1. Definisi Komunikasi dalam Konteks Konten Media Sosial.....	11
2. Fungsi Komunikasi dalam Konten Media Sosial	12
3. Tujuan Komunikasi dalam konteks Konten Media Sosial	13
C. Kriteria Konten Promosi yang Baik	14
D. Kesadaran Merek (<i>Brand awareness</i>) pada Konten Media Sosial.....	15
E. Model <i>Segmentation Targeting Positioning</i> (STP) sebagai Dasar dalam Membangun Konten Media Sosial.....	19
F. Model AISAS sebagai Strategi Membangun Konten Media Sosial	20

G. <i>Tools AI (artificial Intelligence)</i>	21
H. KPI	24
BAB III METODE PELAKSANAAN	26
A. Gambaran Umum	26
1. Gambaran Umum Perusahaan	26
2. Sejarah Perusahaan	26
3. Gambaran Umum Pekerjaan	27
4. Profil Perusahaan	27
5. Logo Perusahaan	28
6. Visi & Misi	29
7. Alamat Perusahaan	30
8. Struktur Perusahaan	30
B. Teknik Pengumpulan Data	31
1. Observasi	31
2. Studi Pustaka.....	31
C. Ruang Lingkup	32
1. Peran Penulis	32
2. Kategori Karya	32
3. Ide Kreatif	32
D. Langkah Kerja	33
1. Tahapan Praproduksi	34
2. Tahapan Produksi.....	34
3. Tahapan Pascaproduksi	34
BAB IV PEMBAHASAN	35
A. Gambaran Umum Permasalahan.....	35
B. Analisis STP.....	38
C. Pembuatan Konten dan Pengembangan Konten Promosi Menggunakan <i>Artificial Intelligence</i>	40
1. Tahap Praproduksi	41
2. Produksi	45
3. Pascaproduksi	53

D. Penerapan AISAS pada Konten Dalang Vapor	55
E. Hasil Performa Konten Dalang Vapor pada Akun Media Sosial Tiktok ...	62
1. Hasil Performa Penonton (<i>Views</i>) pada 19 Februari-20 Juni 2025.....	62
2. Hasil Performa Jangkauan (<i>Reach</i>) pada 19 Februari-20 Juni 2025	63
3. Hasil Performa Intraksi (<i>Intractions</i>)	64
4. Hasil Performa Pengikut (<i>Follower Growth Rate</i>)	65
5. Konten Terbaik Format Video Berdasarkan Respons Pengguna/Pelihat.	66
6. Konten Terbaik Format Foto Berdasarkan Respons Pengguna/Pelihat.	67
BAB V PENUTUP	69
A. Simpulan	69
B. Saran.....	70
1. Saran untuk Penulis.....	70
2. Saran untuk Politeknik Negeri Media Kreatif	71
3. Saran untuk Masyarakat	71
Daftar Pustaka.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hasil Analisis AISAS dalam Konten Foto <i>Slider</i>	55
Tabel 2 Hasil Analisis AISAS dalam Konten Video Singkat	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	18
Gambar 2 Metode AISAS	20
Gambar 3 Logo Perusahaan	28
Gambar 4 Alamat Perusahaan	30
Gambar 5 Struktur Perusahaan	30
Gambar 6 Langkah Kerja	33
Gambar 7 Jangkauan Akun @dalangbreweryyy	35
Gambar 8 Keterlibatan Akun @dalangbreweryyy	36
Gambar 9 Pengikut Akun @dalangbreweryyy	37
Gambar 10 Tampilan Akun @dalangproject dari Dalang Vapor	38
Gambar 11 Referensi Ide Konten dari Sosial Media	41
Gambar 12 <i>Meeting</i> dengan <i>Owner</i> @dalangbreweryyy	41
Gambar 13 Pembuatan <i>Prompt</i> Konten Foto <i>Slider</i>	43
Gambar 14 Pembuatan <i>Prompt</i> untuk Konten Video	44
Gambar 15 Pembuatan Konten Dasar Foto <i>Slider</i>	46
Gambar 16 Pembuatan Konten Video Dasar Menggunakan Kling Ai	47
Gambar 17 Pembuatan Konten Video Dasar Menggunakan Runway ML	48
Gambar 18 Pembuatan Konten Video Dasar Menggunakan Veo 3	49
Gambar 19 Proses <i>Editing</i> Konten Foto <i>Slider</i>	50
Gambar 20 Proses <i>Editing</i> Video Menggunakan Capcut	51
Gambar 21 Pembuatan <i>Caption</i> Konten	51
Gambar 22 Pembuatan <i>Caption</i> pada Konten DJAGOENG KEDJOE	52
Gambar 23 <i>Preview</i> dan <i>Approval</i> Konten oleh <i>Owner</i>	53
Gambar 24 Akun Tiktok @dalangbreweryyy	54
Gambar 25 Contoh <i>Report</i> Data Unggahan @dalangbreweryyy	54
Gambar 26 Peningkatan Penonton (<i>Views</i>)	62
Gambar 27 Peningkatan Jangkauan (<i>Reach</i>)	63
Gambar 28 Peningkatan Keterlibatan (<i>Intractions</i>)	64
Gambar 29 Peningkatan Pengikut (<i>Follower Growth Rate</i>)	65
Gambar 30 Konten Terbaik Format Video	66
Gambar 31 <i>Insight</i> Konten Terbaik Format Video	67
Gambar 32 Konten Terbaik Format Gambar	67
Gambar 33 Analisis Konten Foto Terbaik	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Form TA-01 Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa (SKPI)	77
Lampiran 2 Lembar Pembimbingan Tugas Akhir	80
Lampiran 3 Lembar Pembimbingan Tugas Akhir	81
Lampiran 4 Lembar Dokumentasi Foto Kegiatan Terkait Tugas Akhir	82
Lampiran 5 Lembar Hasil Cek Plagiarisme	83
Lampiran 6 Surat Keterangan Praktik Industri	84
Lampiran 7 Sertifikat Kompetensi	85
Lampiran 8 Dokumentasi Sidang Tugas Akhir	86