

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KONTEN KREATIF PADA INSTAGRAM
BOOYEAH.JKT DALAM *CAMPAIGN EID MUBARAK* UNTUK
MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* PADA PERIODE MARET
2025

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:
FLAVIA ELMIRA RIFQI
2270404041

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

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Kreatif Pada Instagram
Booyeah.jkt Dalam *Campaign Eid Mubarak* Untuk
Meningkatkan *Engagement* Pada Periode Maret 2025
Penulis : Flavia Elmira Rifqi
NIM : 2270404041
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

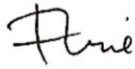
Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir
di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Kamis ..., tanggal 7/7/2025.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji



Rizky Kertanegara, M.Si
NUPTK. 9447761662131482

Anggota I



Arius Krypton, M.Si
NIDN. 0008048305

Anggota II



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

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



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

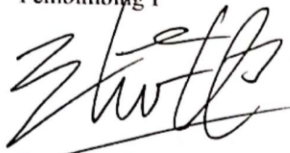
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Kreatif Pada Instagram Booyeah.jkt
Dalam *Campaign Eid Mubarak* Untuk Meningkatkan
Engagement

Penulis : Flavia Elmira Rifqi
NIM : 2270404041
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan
Ditandatangani di Jakarta, 1 Juli 2025

Pembimbing I



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
NIP 197508072009121001

Pembimbing II



Dr. Ressa Uli Pratissia, S.S.,
M.Ikom, AMIPR
NIDN

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaidnab, S.S., M.Si.
NIP 199211132019032025

PERNYATAAN ORIGINILITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Flavia Elmira Rifqi

NIM : 2270404041

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2022/2023

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

PERANCANGAN KONTEN KREATIF PADA *INSTAGRAM* BOOYEAH.JKT DALAM *CAMPAIGN EID MUBARAK* UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* PADA PERIODE MARET 2025 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, 1 Juli 2025

Yang menyatakan.



Flavia Elmira Rifqi

NIM 2270404041

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Flavia Elmira Rifqi
NIM : 2270404041
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 KREATIF PADA INSTAGRAM BOOYEAH.JKT DALAM CAMPAIGN EID MUBARAK UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT PADA PERIODE MARET 2025

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, 1 Juli 2025

Yang menyatakan,



Flavia Elmira Rifqi

NIM 2270404041

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Kreatif Pada Instagram
Booyeah.jkt Dalam *Campaign Eid Mubarak* Untuk
Meningkatkan *Engagement* Pada Periode Maret 2025
Penulis : Flavia Elmira Rifqi
NIM : 2270404041
Program Studi : Periklanan
Pembimbing I : Dr. Erlan Saefuddin , S.S., M.Hum.
Pembimbing II : Dr. Ressa Uli Patrissia, S.S., M.Ikom, AMIPR

This final project discusses the creative content planning for the Eid Mubarak campaign on the Instagram platform of Booyeah.jkt, a local brand offering modernized Lapis Legit. The background highlights the brand's low engagement during festive periods, especially among Gen Z and Millennials. The objective is to increase engagement through strategic and creative content. Theories referenced include marketing communication, social media, digital campaigns, creative content, engagement improvement, SWOT analysis, AISAS analysis, and the role of a social media specialist. This writing uses a qualitative approach through literature review and digital observation using Instagram Insights. The writer also acted directly as a social media specialist by planning and producing creative content, including visual design, caption writing, scheduling, and performance evaluation. The results show an increase in content variety, follower count, and visual consistency. Engagement rate rose from 3.41% to 3.52%, and content reached a wider audience through the use of UGC, reels, and brand collaborations. This project concludes that structured content planning and creative execution play a crucial role in building brand identity and increasing audience interaction in the digital space.

Keywords: *Creative Content, Instagram, Digital Campaign, Engagement, Eid Mubarak.*

Tugas akhir ini membahas perancangan konten kreatif untuk *campaign Eid Mubarak* di *Instagram* Booyeah.jkt, sebuah *brand* lokal yang menawarkan lapis legit kekinian. Latar belakang penelitian ini berfokus pada rendahnya *engagement* saat momen hari raya, khususnya di kalangan Gen Z dan Milenial. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk meningkatkan *engagement* melalui konten yang strategis dan kreatif. Teori yang digunakan meliputi komunikasi pemasaran, media sosial, *campaign* digital, konten kreatif, peningkatan *engagement*, analisis SWOT, analisis AISAS, dan peran *Social Media Specialist*. Penulisan ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi pustaka dan observasi digital menggunakan *Instagram Insights*. Penulis juga terlibat langsung sebagai *social media specialist* dalam merancang dan memproduksi konten kreatif, mulai dari desain visual, penulisan *caption*, penjadwalan, hingga evaluasi performa. Hasilnya menunjukkan peningkatan variasi konten, jumlah pengikut, dan konsistensi visual. *Engagement rate* naik dari **3,41%** menjadi **3,52%**, dengan jangkauan yang lebih luas melalui penggunaan konten *UGC*, *reels*, dan kolaborasi *brand*. Tugas akhir ini menyimpulkan bahwa perancangan konten yang terstruktur dan eksekusi yang kreatif berperan penting dalam membangun identitas *brand* dan meningkatkan interaksi audiens di *platform* digital..

Kata kunci: *Konten Kreatif, Instagram, Kampanye Digital, Engagement, Eid Mubarak*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini dengan baik. Tujuan laporan Tugas Akhir ini sebagai salah satu persyaratan penyelesaian program studi Diploma III (D3) Jurusan Komunikasi Program Studi Periklanan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

Dalam laporan tugas akhir ini penulis berperan sebagai *Digital Marketing (Social Media Specialist)* dalam perancangan sebuah konten kreatif pada *brand* Lapis Legit Booyeah.jkt. berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan Tugas Akhir berjudul “*Perancangan Konten Kreatif Pada Instagram Booyeah.jkt Dalam Campaign Eid Mubarak Untuk Meningkatkan Engagement Pada Periode Maret 2025*”.

Penyusunan 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 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, SS, M. Si, Koordinator Program Studi Periklanan
6. Dosen Pembimbing 1 Tugas Akhir, Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum.
7. Dosen Pembimbing 2 Tugas Akhir, Dr. Ressa Uli Patrissia, S.S., M.Ikom, AMIPR
8. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., Sekretaris Program Studi Periklanan.
9. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
10. Bapak Taufan, Ibu Yuli, dan Kak Daffa selaku keluarga yang saya cintai.
11. Teman-teman terdekat saya yaitu Umi, Silvia, Friska, Talitha, Najwa, dan Sifa yang telah berjuang menemani saya selama proses pengerjaan laporan tugas akhir ini.

12. Teman-teman kelompok Sikat Agency yaitu Didhan, Nadine, Najwa, Alviera, dan Rido yang telah membantu saya dalam proses pengerjaan laporan tugas akhir ini.
13. Serta sahabat tercinta saya yaitu Karen, Nisa, Sabrina, dan Anggi.
14. Rekan-rekan saya di Perusahaan Booyeah.jkt.
15. Serta teman-teman Angkatan 22 Program Studi Periklanan yang telah berjuang selama 3 tahun.
16. Saya berterima kasih kepada diri saya sendiri karena telah kuat berjuang sejauh ini untuk menempuh gelar Diploma.

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

Jakarta, 1 Juli 2025,



Flavia Elmira Rifqi

NIM 2270404041

DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINILITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penulisan	6
F. Manfaat Penulisan.....	6
1. Manfaat untuk penulis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Definisi Komunikasi Pemasaran.....	7
B. Media Sosial.....	8
1. Pengertian Media Sosial.....	8
2. Pengertian <i>Instagram</i>	8
C. <i>Campaign</i>	10
1. Pengertian <i>Campaign</i>	10
2. Pengertian <i>Campaign</i> Digital.....	10
D. Konten.....	10
1. Definisi Konten	10
2. Konten Kreatif.....	11
3. <i>Content Pillar</i>	11

4. <i>Content Plan</i>	12
E. Tingkat <i>Engagement</i>	13
1. Pengertian <i>Engagement</i>	13
2. Meningkatkan <i>Engagement</i>	13
F. Analisis SWOT	13
G. AISAS	14
1. Pengertian AISAS	14
2. Tahapan Model AISAS	15
H. Peran <i>Social Media Specialist</i> Dalam Perancangan Konten Kreatif.....	16
BAB III METODE PELAKSANAAN	17
A. Data / Objek Penelitian	17
1. Profil Perusahaan	17
2. Visi dan Misi Perusahaan	17
3. Lokasi Perusahaan.....	18
4. Logo Perusahaan	18
5. Struktur Perusahaan	19
B. Teknik Pengumpulan Data	20
1. Studi Pustaka.....	20
C. Ruang Lingkup.....	21
1. Peran <i>Social Media Specialist</i>	21
2. Kategori Karya	21
3. Ide Kreatif	22
D. Langkah Kerja.....	22
1. Pra Produksi (Persiapan)	24
2. Produksi (Pelaksanaan)	24
3. Pasca Produksi (Evaluasi)	24
BAB IV PEMBAHASAN	26
A. Gambaran Umum	26
1. Gambaran Umum Permasalahan <i>Instagram Booyeah.jkt</i>	26
2. Gambaran Umum Pekerjaan	28
B. Perancangan Konten <i>Campaign Eid Mubarak</i>	29
1. Penerapan <i>Content Pillar</i> untuk <i>Campaign Eid Mubarak</i>	38
2. Contoh Konten <i>Campaign Eid Mubarak</i>	40
C. Analisis Peningkatan <i>Engagement</i>	53

1. Perbandingan Data <i>Campaign Eid Mubarak</i> Tahun 2024 dan 2025.....	53
2. Analisis SWOT Strategi <i>Content Campaign Eid Mubarak</i> Booyeah.jkt 55	
3. <i>Mapping</i> Konten <i>Campaign Eid Mubarak</i>	57
4. Analisis Konten dengan Model AISAS.....	58
5. Perbandingan Konten <i>Campaign Eid Mubarak</i> Sebelum dan Sesudah di Kelola Penulis	61
6. Tinjauan Hasil <i>Campaign Eid Mubarak</i> Sebelum dan Sesudah Penulis Kelola	63
BAB V PENUTUP.....	67
A. Simpulan	67
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pengimplementasikan <i>Content Pillar</i> kedalam Tabel	38
Tabel 2. Perbandingan Data <i>Campaign Eid Mubarak</i>	53
Tabel 3. Analisis SWOT	56
Tabel 4. Visualisasi <i>Mapping Content</i>	58
Tabel 5. Model AISAS	59
Tabel 6. Perbandingan Konten Sebelum Penulis Kolola dan Sesudah Penulis Kelola	62
Tabel 7. Tinjauan Hasil <i>Campaign Eid Mubarak</i> Sebelum dan Sesudah Penulis Kelola	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Lapis Legit masuk top makanan penutup tradisional di Ramdhan 2025	2
Gambar 2. Logo Booyeah.jkt.....	18
Gambar 3. Struktur Perusahaan Booyeah.jkt	19
Gambar 4. Langkah Kerja.....	23
Gambar 5. <i>Followers</i> Booyeah.jkt Sebelum Dikelola Penulis.....	27
Gambar 6. Tahap Proses <i>Brainstorming</i>	30
Gambar 7. Proses Penyusunan <i>List</i> Daftar Ide Konten	31
Gambar 8. <i>Content Plan</i>	32
Gambar 9. Proses Pembuatan Konten.....	34
Gambar 10. <i>Feedback</i> dari Owner Booyeah.jkt.....	36
Gambar 11. <i>Final Approval</i>	37
Gambar 12. <i>Tools Schedule</i> Konten	38
Gambar 13. <i>Content Plan</i> selama <i>Campaign Eid Mubarak</i>	41
Gambar 14. Hasil Konten <i>Story</i> di <i>Instagram</i> Booyeah.jkt	42
Gambar 15. Hasil Konten <i>Story</i> di <i>Instagram</i> Booyeah.jkt	43
Gambar 16. Hasil Konten <i>Story</i> di <i>Instagram</i> Booyeah.jkt	44
Gambar 17. Hasil Konten <i>Story</i> di <i>Instagram</i> Booyeah.jkt	45
Gambar 18. Hasil Konten <i>Story</i> di <i>Instagram</i> Booyeah.jkt	46
Gambar 19. Hasil Konten <i>Reels</i> di <i>Instagram</i> Booyeah.jkt	47
Gambar 20. Hasil Konten <i>Reels</i> di <i>Instagram</i> Booyeah.jkt	48
Gambar 21. Hasil Konten <i>Reels</i> di <i>Instagram</i> Booyeah.jkt	49
Gambar 22. Hasil Konten <i>Reels</i> di <i>Instagram</i> Booyeah.jkt	50
Gambar 23. Hasil Konten <i>Reels</i> di <i>Instagram</i> Booyeah.jkt	51
Gambar 24. Hasil Konten <i>Feeds Instagram</i> Booyeah.jkt	52