

LAPORAN TUGAS AKHIR

PENGELOLAAN AKUN TIKTOK @SIVIME.ID UNTUK

MEMBANGUN AWARENESS PERIODE MARET – MEI 2025

Diajukan sebagai salah satu persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya



Disusun Oleh

SITI KOIRUNISSA

NIM: 2270404109

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Akun TikTok @sivime.id Untuk Membangun Awareness Periode Maret – Mei 2025

Penulis : Siti Koirunissa

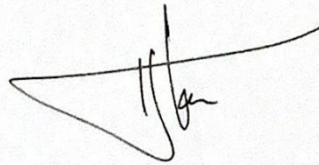
NIM : 2270404109

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

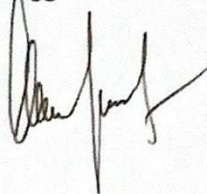
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, 16 Juli 2025.

Disahkan Oleh:
Ketua, Penguji



Ifah Atur Kurniati, M.I.Kom
NIP. 198505182020122009

Anggota 1



Omar Yusuf, M.M
NUPN. 9900979905

Anggota 2



Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB
NIDN. 070450023

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erian Saefuddin, M.Hum
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Akun TikTok @sivime.id Untuk Membangun
Awareness Periode Maret-Mei 2025

Penulis : Siti Koirunissa

NIM : 2270404109

Program Studi: : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di ..Jakarta..., 28 Juni 2025....

Pembimbing 1



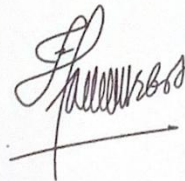
Sartika Ekadyasa, S.Kom, M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Pembimbing 2



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	: Siti Koirunissa
NIM	: 2270404109
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
Pengelolaan Akun TikTok @sivime.id Untuk Membangun Awareness Periode
Maret – Mei 2025 **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, 20 Juni 2025

Yang menyatakan,



Nama Siti Koirunissa

NIM: 2270404109

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Siti Koirunissa
NIM : 2270404109
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:
Pengelolaan Akun TikTok @sivime.id Untuk Membangun Awareness Periode Maret – Mei 2025 beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

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, ¹⁰ Juni 2025

Yang menyatakan,



Nama Siti Koirunissa

NIM: 2270404109

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Akun TikTok @sivime.id Untuk Membangun Awareness Periode Maret-Mei 2025
Penulis : Siti Koirunissa
Pembimbing 1 : Sartika Ekadyasa, S.Kom, M.I.Kom
Pembimbing 2 : Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB

Sivime is a job information portal launched in January 2025 by Media Muscle under PT. Citra Media Prisma. The platform was created to address the public's need especially job seekers for fast and relevant job vacancy information. As a newly introduced brand, Sivime had yet to establish strong awareness on social media. Therefore, effective digital communication was essential. TikTok was chosen as the platform due to its broad audience reach and engaging short video format that easily captures user attention. The author managed the TikTok account @sivime.id through several stages, including content idea planning, production, and performance analysis based on content pillars: education, promotion, and entertainment. To evaluate content effectiveness, the AISAS model (Attention, Interest, Search, Action, Share) was applied. Throughout the period of March to 0020May 2025, the TikTok account showed significant increases in views, likes, profile visits, and other interactions especially from the For You Page. This indicates that using content aligned with the audience's interests effectively helped build awareness of the @sivime.id account.

Keywords: *TikTok, Awareness, Job Portal, Sivime*

Sivime adalah portal informasi lowongan kerja yang diluncurkan pada Januari 2025 oleh Media Muscle di bawah PT. Citra Media Prisma. Platform ini hadir untuk menjawab kebutuhan masyarakat, terutama kalangan pencari kerja, akan akses informasi yang cepat dan relevan. Sebagai brand baru, Sivime belum memiliki awareness yang kuat di media sosial. Oleh karena itu, dibutuhkan komunikasi digital yang tepat. TikTok dipilih sebagai platform karena memiliki jangkauan audiens yang luas serta format konten video pendek yang interaktif dan mudah menarik perhatian. Penulis mengelola akun TikTok @sivime.id melalui beberapa tahap, mulai dari perencanaan ide, proses produksi konten, hingga analisis performa berdasarkan pilar, edukasi, promosi, dan hiburan. Untuk menilai efektifitas konten, serta menggunakan penerapan model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) sebagai alat analisis. Selama periode Maret hingga Mei 2025, akun TikTok Sivime menunjukkan peningkatan dari segi tayangan, jumlah suka, kunjungan profil, dan interaksi lainnya, terutama melalui *For You Page*. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan konten yang sesuai dengan target audiens berhasil membangun awareness terhadap akun @sivime.id

Kata kunci: *TikTok, Awareness, Portal Kerja, Sivime*

PRAKATA

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

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *social media specialist* yang telah membuat konten kreatif pada media sosial TikTok Sivime. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul “Pengelolaan Akun TikTok @sivime.id Untuk Membangun Awareness Periode Maret - Mei 2025” Laporan TA 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 Politeknik Negeri Media Kreatif
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, S.Kom., M.I.Kom., Sekretaris Program Studi Periklanan dan selaku Pembimbing I dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir
7. Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB Pembimbing II dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir.
8. Yovineda Brilliano selaku Direktur dari Media Muscle dan pembimbing penulis di Media Muscle.
9. Keluarga Tercinta, Mama, Kak Dewi, Kak Ina, Keponakan Tersayang, Carissa, Hisyam, Jinan, yang selalu memberikan doa, dukungan, serta kasih sayang yang tak terhingga.
10. Almarhum Ayahku Tercinta, yang selalu penulis rindukan dan cintai, Terimakasih atas segala pengorbanan dan cinta tulus kasih yang diberikan

walaupun singkat tapi sangat berarti bagi penulis. Semoga Allah menempatkan ayah di tempat yang paling mulia disisi ALLAH SWT. Aamiin.

11. Keluarga besar IYB, Raiyan, Ihsan, Lauren, Anita, Rayhan, dan Hilmi selaku sahabat penulis yang menjadi tempat berbagi cerita dari awal semester, serta dukungan dalam masa perkuliahan dan penulisan laporan tugas akhir.
12. Kepada teman-teman kelas B program studi Periklanan dan angkatan 2022 yang telah berjuang bersama-sama selama 3 tahun.
13. Nazhira Vania Ramadhani, selaku teman dekat penulis dari awal semester yang senantiasa mendengar keluh kesah penulis, selalu memberikan dukungan dan menemani penulis untuk menyelesaikan laporan tugas akhir.
14. Ghina, Ami, Ochi, Sisca dan Windi selaku sahabat penulis yang selalu menemani dan mensupport penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
15. Kim Taehyung dan semua member BTS yang selalu memberikan hiburan dan menjadi moodbooster di saat penulis lelah, serta menjadi inspirasi saat penulis menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
16. Hindia dan Feast. yang lagunya senantiasa selalu menemani penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
17. Dan terakhir, untuk diri saya sendiri. Siti Koirunissa. Terima kasih sudah menepikan ego dan memilih untuk kembali bangkit dan menyelesaikan semua ini. Terimakasih telah mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tidak pernah mau memutuskan untuk menyerah.

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

Jakarta, 07 Juli 2025

Yang menyatakan,



Siti Koirunissa
NIM: 2270404109

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penulisan.....	5
F. Manfaat Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Komunikasi Pemasaran.....	7
1. Komunikasi	7
2. Pemasaran	8
B. Pemasaran Digital	8
1. Manfaat Pemasaran Digital	9
C. SWOT.....	10
D. Marketing mix	11
1. 4P	11
E. AISAS	12
F. Media Sosial.....	13
1. Tiktok	13
G. <i>Brand</i>	15
1. Awareness.....	15

H.	KPI Awareness TikTok.....	16
I.	Konten	17
J.	Social Media Specialist	18
BAB III METODE PELAKSANAAN.....		21
A.	Data Objek Penulisan	21
	1. Profil Perusahaan	21
	2. Profil <i>Brand</i> Perusahaan	22
	3. Sejarah <i>Brand</i>	23
	4. Struktur Perusahaan	24
	5. Media Sosial Sivime	26
B.	Teknik Pengumpulan Data	28
	1. Observasi.....	28
	2. Penelusuran Data Online.....	29
	3. Studi Pustaka.....	29
C.	Ruang Lingkup.....	30
	1. Peran Penulis.....	30
	2. Kategori Karya	30
	3. Ide Kreatif	30
D.	Langkah Kerja	31
	1. Tahapan Pra Produksi.....	31
	2. Tahapan Produksi	32
	3. Tahapan Pasca Produksi	34
BAB IV PEMBAHASAN.....		35
A.	Gambaran Umum	35
B.	Analisis SWOT	38
C.	Proses Perancangan	40
D.	Penerapan AISAS.....	52
E.	Hasil Karya berdasarkan Konten Pilar	58
F.	Perfoma Konten (Periode 1 Maret – 30 Mei 2025)	62
G.	Top Konten Berdasarkan <i>Views</i>	69
BAB V PENUTUP		76
A.	Kesimpulan	76
B.	Saran	77
DAFTAR PUSTAKA.....		79

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Analisis SWOT	39
Tabel 4. 2 Analisis AISAS Konten Foto <i>Slide</i>	53
Tabel 4. 3 Analisis AISAS Konten Video <i>TikTok</i>	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo Perusahaan.....	21
Gambar 3. 2 Logo Sivime.....	22
Gambar 3. 3 Struktur Perusahaan	24
Gambar 3. 4 <i>Website</i> Sivime.....	26
Gambar 3. 5 Akun Instagram Sivime	27
Gambar 3. 6 Akun TikTok Sivime.....	28
Gambar 3. 7 Alur Kerja <i>Social Media Specialist</i>	31
Gambar 4. 1 Data Pengguna TikTok.....	35
Gambar 4. 2 Akun TikTok Sivime.....	36
Gambar 4. 3 Proses Perancangan Konten Sivime	40
Gambar 4. 4 Contoh Referensi	41
Gambar 4. 5 <i>Brainstorming</i> Bersama Tim Media Sosial.....	42
Gambar 4. 6 Konten Plan Sivime	43
Gambar 4. 7 Konten Pilar Sivime.....	44
Gambar 4. 8 Take Konten.....	45
Gambar 4. 9 Edit Konten.....	47
Gambar 4. 10 Penulis Melakukan <i>Meeting</i>	48
Gambar 4. 11 Contoh Konten <i>Approve</i>	50
Gambar 4. 12 Unggah Konten.....	51
Gambar 4. 13 Contoh Konten Promosi	59
Gambar 4. 14 Contoh Konten Hiburan.....	60
Gambar 4. 15 Contoh Konten Edukasi.....	61
Gambar 4. 16 Jumlah <i>Followers</i> Sivime	62
Gambar 4. 17 <i>Insight Video Views</i>	63
Gambar 4. 18 <i>Insight Profile Views</i>	64
Gambar 4. 19 <i>Insight Likes</i>	65
Gambar 4. 20 <i>Insight Comment</i>	66
Gambar 4. 21 <i>Insight Share</i>	67
Gambar 4. 22 <i>Insight Traffic Source</i>	67
Gambar 4. 23 <i>Insight New Viewers</i>	68
Gambar 4. 24 Top Konten 1	70
Gambar 4. 25 <i>Traffic Source</i> Top Konten 1	71
Gambar 4. 26 Top Konten 2	71
Gambar 4. 27 <i>Retention Rate</i> dan <i>Traffic Source</i> Top Konten 2	72
Gambar 4. 28 Top Konten 3	73
Gambar 4. 29 <i>Traffic Source</i> Top Konten 3	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Form TA-01 Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa.....	81
Lampiran 2 Form TA-02 Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing I.....	83
Lampiran 3 Form TA-03 Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing II	84
Lampiran 4 Form TA-04 Surat Keterangan Praktik Industri	85
Lampiran 5 Form TA-05 Dokumentasi dengan Pembimbing.....	86
Lampiran 6 Form TA-06 Dokumentasi Praktik Industri	87
Lampiran 7 Form TA-07 Dokumentasi Sidang Tugas Akhir	88
Lampiran 8 Form TA-08 Lembar Cek Plagiarisme	89
Lampiran 9 Form TA-09 Sertifikat Uji Kompetensi	90