

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN *CAPTION* KONTEN TIKTOK @eco_construct.id UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT*

Diajukan salah satu persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Ahli Madya



Disusun oleh:

SIFA NABILA

2270404107

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

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Caption Konten TikTok
@eco_construct.id untuk Meningkatkan *Engagement*
Penulis : Sifa Nabila
Nim : 2270404107
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 Senin 28 April 2025.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji



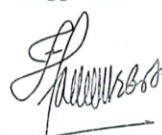
Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom
NIP 198812222020122006

Anggota I



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

Anggota II



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 Caption Konten TikTok
@eco_construct.id Dalam Meningkatkan Reach
Penulis : Sifa Nabila
Nim : 2270404107
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

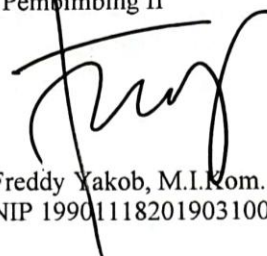
Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan
Ditandatangani di Jakarta, 1 juli 2025

Pembimbing I



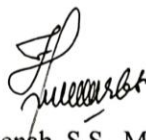
Zaenab, S.S., M.Si.
NIP 199211132019032025

Pembimbing II



Freddy Yakob, M.I.Kom.
NIP 199011182019031009

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si.
NIP 19921113201903202

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sifa Nabila
NIM : 2270404107
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul

“Pembuatan Caption Konten TikTok @eco_construct.id untuk Meningkatkan *Engagement*” 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, 28 Juli 2025



Sifa Nabila

NIM 2270404107

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Sifa Nabila
NIM : 2270404107
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 Caption Konten TikTok @eco_construct.id untuk Meningkatkan *Engagement*.

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 sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 28 Juli 2025



Sifa Nabila

NIM 2270404107

ABSTRAK

Di tengah persaingan konten yang terus berkembang, platform akun TikTok Eco Construct banyak diminati oleh khakayak untuk melihat, menonton konten berupa hiburan, promosi, *soft selling*, dan *Hard selling* dapat memicu meningkatnya *reach*. Dengan jumlah pengguna Tikatok yang sangat banyak, Eco Construct melakukan kegiatan pemasaran guna meningkatkan *engagement*. Penelitian ini bertujuan untuk membuat strategi pembuatan konten TikTok dalam meningkatkan *engagemebt* dengan fokus pada elemen *caption* pada akun Eco Construct. Melalui analisis *copywriting* TikTok dapat menjangkau audiens secara luas dengan konten kreatif dan interaktif. *Caption* memiliki peran penting dalam menarik perhatian pengguna serta mendorong interaksi.

Kata Kunci: Pembuatan, Konten TikTok, *Caption*, *Reach*, Eco Construct

ABSTRACT

In the midst of the ever-evolving content competition, the Eco Construct TikTok account platform is popular among the public for viewing and watching content that consists of entertainment, promotion, soft selling, and Hard selling which can trigger an increase in reach. With a very large number of carrying out marketing activities to enhance reach. This study aims to analyze TikTok content creation strategies in increasing reach with a fokus on the caption elements on the Eco Construct account. Through copywriting analysis, TikTok can reach a wide audience with creative and interactive contenct. Captions play an important role in capturing user attention and encouraging interaction.

Keyword: creation, TikTok content, Caption, Reach, Eco Construct

PRAKARTA

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan 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. Tugas Akhir ini berjudul “Pembuatan *Caption* Konten TikTok @eco-conatruct.id Untuk Meningkatkan *Engagement*”

Penulisan Laporan Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang tua dan orang-orang terdekat yang berada di sekitar penulis. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penulisan laporan ini.

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, S.S., M.Si Koordinator Program Studi Periklanan
6. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom Sekretaris Program Studi Periklanan
7. Zaenab, S.S., M.Si Selaku Dosen Pembimbing 1 Penyusunan Tugas Akhir
8. Freddy Yakob, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing 2 Penyusunan Tugas Akhir
9. Ofifa selaku Project Officer yang telah membimbing dari awal hingga akhir pelaksanaan Praktik Industri
10. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan disini.
11. Mama, Bapak, Kaka, dan hanhan yang telah membantu menyemangati dan menyediakan sarana prasarana untuk penulis
12. Teman-teman Bocagan Rehe (Umi, Najwa, Flavia, Friska, Talitha dan Silvia) dan Fadzri yang menjadi tempat keluh kesah dalam membantu segala hal untuk

mencari informasi dan referensi serta memberikan motivasi selama menjalankan proses Praktik Industri

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

Jakarta, 11 Juli 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sifa Nabila' with a stylized flourish at the end.

Sifa Nabila

2270404107

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
ABSTRAK	v
PRAKARTA.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penulisan.....	5
F. Manfaat Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Komunikasi Pemasaran.....	7
B. Pemasaran digital.....	7
C. Media Sosial	8
D. Konten	9
1. Definisi	9
2. <i>Content Pillar</i>	9
a) <i>Inspiration</i>	9
b) <i>Education</i>	10
c) <i>Entertainment</i>	10
2. Konten kreatif.....	10
3. TikTok	11
E. KPI Media Sosial <i>Engagement</i>	12

F. STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>).....	13
1. <i>Segmentation</i> (Segmentasi).....	14
2. <i>Targeting</i> (Targetitasi).....	14
3. <i>Positioning</i> (Posisi).....	14
G. Konsep <i>Copywriting</i>	14
BAB III METODE PELAKSANAAN	17
A. Data Perusahaan	17
1. Profil Perusahaan	17
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	18
3. Lokasi perusahaan.....	18
a. Struktur Perusahaan	19
B. Teknik Pengumpulan Data	19
1. Observasi.....	19
2. Studi Pustaka	20
C. RuangLingkup	20
a. Peran <i>Content Writer</i>	20
b. Karya Kegiatan	20
c. Ide Kreatif.....	21
D. Langkah Kerja	21
a. Pra-produksi (persiapan).....	21
b. Produksi (pelaksanaan)	22
c. Pasca produksi (evaluasi).....	22
BAB IV PEMBAHASAN	23
A. Gambaran Umum TikTok Eco Construct.....	23
B. Analisis Caption Konten TikTok Eco Construct Sebelum dikelola oleh Penulis.....	24
a) <i>Segmentation</i> (segmentasi)	25
b) <i>Targeting</i> (Targetitasi).....	26
c) <i>Positioning</i> (posisi)	26
D. Langkah Kerja.....	27
1. Pra-Produksi (Persiapan).....	27
a. <i>Brainstorming</i>	27
b. <i>Research</i>	27
2. Produksi (pelaksanaan).....	28

1. Penerapan PAS dalam <i>Copywriting</i>	28
2. Hasil Caption TikTok	30
a. <i>Caption hard selling</i>	30
b. <i>Caption Soft selling</i>	30
c. <i>Caption Inspiration</i> (Inspirasi)	31
d. <i>Caption Educational</i> (Edukasi)	32
e. <i>Caption Entertainment</i> (Hiburan)	33
3. Pasca Produksi (Evaluasi)	33
1. <i>Caption</i> Konten TikTok Eco Construct Sesudah dikelola oleh Penulis	34
2. Hasil Performa konten <i>Engagement Rate</i> Sebelum dan Sesudah dikelola oleh Penulis	37
BAB V PENUTUP	38
A. Kesimpulan	38
B. Saran.....	38
a. Saran bagi Penulis	38
b. Saran bagi Politeknik Negeri Media Kreatif	39
c. Saran bagi Masyarakat	39
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Jumlah Pengguna TikTok.....	2
Gambar 2. Logo Eco Construct	17
Gambar 3. Struktur Perusahaan.....	19
Gambar 4. Alur kerja.....	21
Gambar 5. <i>Caption</i> Konten TikTok Sebelum Dikelola Oleh penulis	25
Gambar 6. Riset Keyword dan Hashtag.....	28
Gambar 7. Caption Hard Selling	30
Gambar 8. Caption Soft selling	31
Gambar 9. Caption Inspiration	32
Gambar 10. Caption Edukasi.....	32
Gambar 11. Postingan Story	33
Gambar 12. Monthly Report Konten Eco Construct.....	34
Gambar 13. Konten TikTok Setelah dikelola oleh penulis.....	35
Gambar 14. Top Konten Caption TikTok.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Penulis.....	43
Lampiran 2. Sertifikat	45
Lampiran 3 Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing 1	46
Lampiran 4 Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing 2	47
Lampiran 5 Surat Keterangan Magang	48
Lampiran 6 Dokumentasi bimbingan Tugas Akhir.....	49
Lampiran 7 Dokumentasi sidang Tugas Akhir.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Teknik PAS (<i>Problem-Agitate-Solution</i>).....	29
Tabel 2 <i>Engagement Rate</i>	37