

LAPORAN TUGAS AKHIR
PROSES PEMBUATAN KONTEN *CAROUSEL* CORMEGA
PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK @MENSA_HEALTHCARE
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND PREFERENCE*

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh
RAESYA AFIFAH ABIYASA
NIM: 2270404088

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Proses Pembuatan Konten *Carousel* Cormega Pada
Media Sosial TikTok @mensa_healthcare Untuk
Meningkatkan *Brand Preference*
Penulis : Raesya Afifah Abiyasa
NIM : 2270404088
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa, 22 Juli 2025.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Anindita Budi Astuti, SE., M.M.
NIP.198103052008122001

Anggota 1



Omar Yusuf, M.M
NIP. 9900979905

Anggota 2



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Proses Pembuatan Konten *Carousel* Cornega Pada Media Sosial TikTok @mensa_healthcare Untuk Memperbaiki *Visual Brand*
Penulis : Raesya Afifah Abiyasa
NIM : 2270404088
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta 4 Juli 2025

Pembimbing 1



Suratni, S.S., M.Hum.
NIP. 198310242009122002

Pembimbing 2



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

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

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

Nama : Raesya Afifah Abiyasa
NIM : 2270404088
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
Proses Pembuatan Konten *Carousel* Cormega Pada Media Sosial TikTok
@mensa_healthcare Untuk Meningkatkan *Brand Preference* 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, 03 Juli 2025

Yang menyatakan,



Raesya Afifah Abiyasa

NIM : 2270404088

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas akademica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yangbertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Raesya Afifah Abiyasa
NIM	: 2270404088
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: *Proses Pembuatan Konten Carousel Cormega Pada Media Sosial TikTok @mensa_healthcare Untuk Meningkatkan Brand Preference*

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, 03 Juli 2025

Yang menyatakan,



Raesya Afifah Abiyasa

NIM: 2270404088

ABSTRAK

Cormega is one of the brands owned by PT Pertiwi Agung (Landson) who uses the TikTok account @mensa_healthcare as a place to market. Motivated by industry practice activities as a Content Creator at Landson, in this final project, the author aims to explain The Process of Creating Cormega Carousel Content on TikTok Social Media @mensa_healthcare to Increase Brand References. The author uses a descriptive qualitative approach with participatory observation, interviews, and documentation. Content creation is done in three stages: pre-production (planning), production (execution of visual design), and post-production (performance analysis). First, in Pre-production, it is carried out with an initial brief, STP analysis, and SWOT analysis. Second, production is carried out by creating a content plan, creating visual content, writing captions, and uploading content to a TikTok account. Third, in Post-production, the preparation of monthly report materials and AISAS analysis are carried out. Cormega's positive response shows that the carousel content that has been produced can improve the brand's visual to a consistent and professional design. Despite the challenges of creativity and design optimization, Cormega's brand visuals have been significantly improved through a systematic content strategy.

Keywords: Content Creator, Content Carousel, Cormega, Brand Preference, TikTok

Cormega merupakan salah satu *brand* milik PT Pertiwi Agung (Landson) yang memanfaatkan akun TikTok @mensa_healthcare sebagai tempat pemasaran. Dilatarbelakangi kegiatan praktik industri sebagai *Content Creator* di Landson, dalam tugas akhir ini, penulis bertujuan untuk menjelaskan proses pembuatan konten *carousel* Cormega di TikTok @mensa_healthcare untuk meningkatkan *brand preference*. Penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan observasi partisipatif, wawancara, dan dokumentasi. Pembuatan konten dilakukan dengan tiga tahap: praproduksi (perencanaan), produksi (eksekusi desain visual), dan pascaproduksi (analisis kinerja). Pertama, pada Praproduksi dilakukan dengan *brief* awal, analisis STP, dan analisis SWOT. Kedua, pada Produksi dilakukan dengan pembuatan *content plan*, pembuatan konten visual, menulis *caption*, dan mengunggah konten ke akun TikTok. Ketiga, pada Pascaproduksi dilakukan penyusunan bahan *monthly report* dan analisis AISAS. Tanggapan positif pihak Cormega menunjukkan bahwa konten *carousel* yang telah dihasilkan dapat meningkatkan *brand preference* menjadi desain yang konsisten dan profesional. Meskipun dihadapkan pada tantangan kreativitas dan optimalisasi desain, *brand preference* Cormega berhasil diperbaiki secara signifikan melalui strategi konten yang sistematis.

Kata Kunci: Content Creator, Konten Carousel, Cormega, Brand Preference, TikTok

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan jalan yang luas untuk penulis untuk menyatukan pikiran dan perasaannya dalam menjalankan perannya sebagai mahasiswa yang menuangkan seluruh tenaganya hingga dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma 3 Program Studi Periklanan Jurusan Komunikasi di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Tugas akhir ini didasarkan pada studi kasus saat penulis menjalani Praktik Industri, dimana penulis bekerja sebagai Content Creator yang bertanggung jawab untuk membuat konten *carousel* di PT. Pertiwi Agung (Landson) pada *brand* Cormega. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada individu yang telah memberikan dukungan kepada penulis.

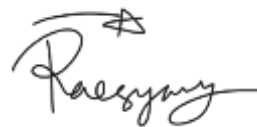
1. Dr. Tipri Rose Kartika, SE., M.M, Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., Wakil Direkrur Bidang Akademik Politeknik Negeri Media Kreatif.
3. Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi.
4. Sulistyo Wibowo, S.Sn., M.Sn. Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom. Sekretaris Program Studi Periklanan, sekaligus Dosen Pembimbing 2.
7. Suratni, S.S., Hum., Dosen Pembimbing 1 yang telah mendampingi dan memberikan masukan penulisan laporan ini.
8. Seluruh dosen dan tenaga pendidikan, beserta civitas Polietknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Media Kreatif.
9. Bunda Putri, Papa Hardaya, dan Kak Raudia yang telah memberikan dukungan kepada penulis selama menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

10. Teman-teman Prodi Periklanan yang saling mendukung satu sama lain dan membantu penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif.
11. Rekan-rekan organisasi himpunan mahasiswa periklanan, Himperaktif, dan juga rekan-rekan organisasi lainnya yang telah memberikan pengalaman kepada penulis dalam berorganisasi di lingkungan Politeknik Negeri Media Kreatif.
12. Nur Gusti Setyawan yang telah memberikan kasihnya dukungan dengan caranya sendiri dalam mengerjakan tugas akhir ini.
13. Atung Abidin, almarhum yang sudah bermuara di lapang yang indah, ini bentuk semangat juang yang sudah dan akan terus berjuang.
14. Lina, Hanifa, Feby, Aurell, Syifa, Eca, Anggita, Indy, Shifa, Alfi, Ellena yang telah memberikan dukungan dalam mengerjakan Laporan Tugas Akhir ini.
15. Agnes Shafa Miranda selaku *Junior Brand Manager* di PT. Pertiwi Agung (Landson) yang telah membimbing dan mendukung penulis selama menjalankan Praktik Industri.
16. Fadhlan Hamidi selaku *Founder* Digital Krew Agency yang telah memberi kesempatan dan pengalaman kepada penulis untuk menjalankan Praktik Industri.

Penulis yakin masih banyak kurangnya baik saat membuat laporan tugas akhir ini. Semoga laporan tugas akhir ini bisa memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca. Semoga penulis dapat melakukan yang lebih baik lagi. Demikian yang penulis dapat sampaikan, penulis mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 03 Juli 2025

Penulis,



Raesya Afifah Abiyasa

NIM.2270404088

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	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.....	4
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penulisan.....	5
F. Manfaat Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Periklanan	7
B. Media Sosial.....	7
C. TikTok.....	8
D. Konten <i>Carousel</i>	10
E. Visual Merek.....	10
F. STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>).....	10
G. SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunities, Threats</i>).....	12
H. AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i>).....	13
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	15
A. Data Penulisan	15

1.	Gambaran Umum PT Pertiwi Agung (Landson).....	15
2.	Informasi Umum PT Pertiwi Agung (Landson).....	15
3.	Struktur PT Pertiwi Agung (Landson)	16
4.	Layanan PT Pertiwi Agung (Landson).....	17
5.	Cormega	18
6.	Konten TikTok Cormega.....	18
B.	Teknik Pengumpulan Data.....	19
1.	Observasi	19
2.	Studi Pustaka	19
3.	Wawancara	20
C.	Ruang Lingkup.....	20
1.	Peran Penulis	20
2.	Kategori Karya	20
3.	Ide Kreatif.....	21
D.	Langkah Kerja.....	21
1.	Praproduksi.....	22
2.	Produksi.....	23
3.	Pascaproduksi.....	23
BAB IV PEMBAHASAN.....		25
A.	Praproduksi	25
1.	<i>Content Brief</i>	25
2.	Analisis STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>)	27
3.	Analisis SWOT (<i>Strengths, Weakness, Opportunities, Threats</i>).....	29
B.	Produksi	30
1.	Membuat <i>Content Plan</i>	30
2.	Memproduksi Konten	31
3.	Menyiapkan <i>Caption</i> dan Mengunggah ke TikTok	35
C.	Pascaproduksi	35
1.	Membuat <i>Monthly Report</i>	36
2.	Analisis AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i>).....	36
D.	Perbedaan Konten Sebelum dan Sesudah Dikelola Penulis	43

1. Konten Sebelum Dikelola Penulis (Format Video).....	43
2. Konten Sesudah Dikelola Penulis (Format <i>Carousel</i>).....	45
BAB V PENUTUP	48
A. Simpulan	48
B. Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50
DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWA	51
SALINAN LEMBAR PEMBIMBINGAN TA.....	54
SALINAN LEMBAR PEMBINGAN TA.....	55
BUKTI PELAKSANAAN PRATIK INDUSTRI	56
DOKUMENTASI FOTO KEGIATAN TERKAIT TUGAS AKHIR	57
LEMBAR HASIL CEK PLAGIARISME	58
SERTIFIKAT KOMPETENSI.....	59

DAFTAR TABEL

Table 1. Analisis Konten “Kegemukan Salah Satu Penyebab Kolesterol”	38
Table 2. Analisis Konten “Setelah Lebaran, Makan Daging Yang Berminyak Dan Berlemak Emang Paling Nikmat”	40
Table 3. Analisis Konten “Setelah Lebaran, Makan Daging Yang Berminyak Dan Berlemak Emang Paling Nikmat”	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Daftar Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia	2
Gambar 2. Beberapa Konten Video TikTok sebelum Dikelola Penulis	3
Gambar 3. STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>)	10
Gambar 4. Teori SWOT (<i>Strengths, Weakness, Opportunities, Threats</i>).....	12
Gambar 5. AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i>).....	13
Gambar 6. Logo PT Pertiwi Agung (Landson).....	15
Gambar 7. Struktur PT Pertiwi Agung (Landson)	16
Gambar 8. Cormega	18
Gambar 9. Alur Kerja <i>Content Creator</i>	21
Gambar 10. Akun TikTok @mensa_healthcare.....	26
Gambar 11. Bukti <i>Brief Junior Brand Manager</i>	27
Gambar 12. Tampilan <i>Content Plan</i>	31
Gambar 13. Proses Pembuatan Konten Carousel.....	32
Gambar 14. Proses Pembuatan Konten Carousel.....	32
Gambar 15. Proses Pembuatan Konten Carousel.....	33
Gambar 16. Proses Pembuatan Konten Carousel.....	33
Gambar 17. Proses Pembuatan Konten Carousel.....	34
Gambar 18. Proses Pembuatan Konten Carousel.....	34
Gambar 19. Proses Pembuatan Konten Carousel.....	35
Gambar 20. <i>Monthly Report</i> TikTok.....	36
Gambar 21. Konten Carousel TikTok.....	37
Gambar 22. Konten Carousel TikTok.....	39
Gambar 23. Konten Carousel TikTok.....	41
Gambar 24. Contoh 1 Konten Video TikTok sebelum Dikelola Penulis.....	44
Gambar 25. Contoh 2 Konten Video TikTok sebelum Dikelola Penulis.....	44
Gambar 26. Contoh 3 Konten Video TikTok sebelum Dikelola Penulis.....	45
Gambar 27. Contoh 1 Hasil Konten Video Carousel setelah Dikelola Penulis	46
Gambar 28. Contoh 2 Hasil Konten Video Carousel setelah Dikelola Penulis	46
Gambar 29. Contoh 3 Hasil Konten Video Carousel setelah Dikelola Penulis	47

DAFTAR LAMPIRAN

1. DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWA	51
2. SALINAN LEMBAR PEMBIMBINGAN TA.....	54
3. SALINAN LEMBAR PEMBINGAN TA	55
4. BUKTI PELAKSANAAN PRATIK INDUSTRI.....	56
5. DOKUMENTASI FOTO KEGIATAN TERKAIT TUGAS AKHIR	57
6. LEMBAR HASIL CEK PLAGIARISME	58
7. SERTIFIKAT KOMPETENSI.....	59