

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN KONTEN VISUAL *CAROUSEL*
BERBASIS STRATEGI *STORYTELLING NARRATIVE*
UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT*
PADA TIKTOK @THALASSA_KIDS

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Ahli Madya



Disusun Oleh:
RANDITHA KHALISYA MAULIDYA
NIM: 2370404120

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Visual *Carousel* Berbasis Strategi *Storytelling narrative* Untuk Meningkatkan *Engagement* Pada Tiktok @Thalassa_kids
Penulis : Randitha Khalisya Maulidya
NIM : 2370404120
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari~~Senin~~....., tanggal 13, Juli 2024

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,

Immanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M
NIP. 197106062006041001

Anggota 1



Dr. Ressa Uli Patrissia, S.S., M.I.Kom
ID.0704040039

Anggota 2



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



Immanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M
NIP. 197106062006041001

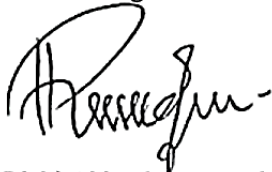
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Visual *Carousel*
Berbasis Strategi *Storytelling Narrative*
Untuk meningkatkan *Engagement* Pada
Tiktok @Thalassa_kids

Penulis : Randitha Khalisya Maulidya
NIM : 2370404120
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 30 Juni 2026

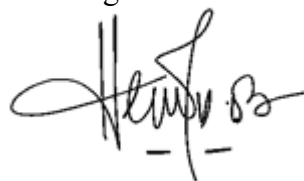
Pembimbing I



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

NIP. 199304272024061001

Pembimbing II



Maya Puspita Dewi, S.Sos., M.M.

NIDN.0309047603

Mengetahui,
Koordinasi Program Studi Periklanan



Zaenab, SS., M.Si
NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Randitha Khalisyah Maulidya

NIM : 2370404120

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Pembuatan Konten Visual *Carousel* Berbasis Strategi *Storytelling Narrative* Untuk Meningkatkan *Engagement* Pada Tiktok @Thalassa_Kids 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, 08 Juni 2026

Yang menyatakan,



Randitha Khalisyah Maulidya

NIM: 2370404120

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Randitha Khalisya Maudliya
NIM : 2370404120
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

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 VISUAL CAROUSEL BERBASIS STRATEGI STORYTELLING NARRATIVE UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT PADA TIKTOK @THALASSA_KIDS** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

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, 08 Juni 2026

Yang menyatakan,



Randitha Khalisya Maudliya

NIM: 2370404120

ABSTRAK

Media sosial TikTok menjadi salah satu platform komunikasi pemasaran yang dimanfaatkan oleh berbagai *brand*, termasuk akun TikTok @thalassa_kids. Namun, performa *engagement* akun tersebut masih belum optimal karena konten yang dipublikasikan cenderung bersifat informatif dan belum menerapkan pendekatan *storytelling*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi awal *engagement*, merancang konten visual *carousel* berbasis strategi *storytelling narrative*, serta menganalisis perubahan performa *engagement* setelah implementasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan *project based research* melalui tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah implementasi konten visual *carousel* berbasis *storytelling narrative* terjadi peningkatan pada indikator *engagement*, meliputi *views*, *likes*, *comments*, *shares*, *saves*, dan penambahan *followers* berdasarkan data TikTok *Insight*. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa penerapan *storytelling narrative* berkontribusi terhadap peningkatan performa *engagement*, meskipun hasil tersebut juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain, seperti *algorithm* platform, waktu unggah, dan karakteristik konten.

Kata Kunci: Konten visual, *Carousel*, *Storytelling* Naratif, *Engagement*, TikTok

ABSTRACT

TikTok has become one of the most widely used social media platforms for marketing communication, including by the TikTok account @thalassa_kids. However, the account's engagement performance remained suboptimal because its published content was primarily informative and had not yet adopted a storytelling approach. This study aims to identify the initial engagement condition, develop visual carousel content based on a storytelling narrative strategy, and analyze changes in engagement performance after its implementation. This study employed a descriptive research method with a project-based research approach, consisting of the pre-production, production, and post-production stages. The findings indicate that the implementation of storytelling-based visual carousel content was followed by improvements in several engagement indicators, including views, likes, comments, shares, saves, and follower growth, based on TikTok Insight data. These findings suggest that the implementation of the storytelling narrative strategy contributed to improving engagement performance, although the results may also have been influenced by other factors, such as the TikTok algorithm, posting time, and content characteristics..

Keywords: Visual Content, *Carousel*, Narrative *Storytelling*, *Engagement*, *Tiktok*

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat, rahmat, dan penyertaan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan Laporan Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.) pada Program Studi Periklanan, Jurusan Komunikasi, Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam penyusunan laporan ini, penulis berperan sebagai *Content Creator* yang bertugas dalam proses pembuatan konten *Carousel* untuk media sosial Tiktok @thalassa_kids. Berdasarkan pengalaman dan karya tersebut, penulis menyusun laporan dengan judul: “Pembuatan Konten Visual *Carousel* Berbasis Strategi *Storytelling Narrative* Untuk Meningkatkan *Engagement* Pada Tiktok @Thalassa_Kids “.

Penyusunan Laporan Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D, Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif;
2. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D., Wakil Direktur Bidang Akademik;
3. Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M. Ketua Jurusan Komunikasi;
4. Irpan Riana, S.Sn., 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. Rizki Akbar Mustopa, S.Pd., Gr., M.Pd, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir I;

8. Maya Puspita Dewi S.Sos, M.M, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir II;
9. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Program Studi Periklanan yang telah memberikan ilmu dan bekal yang sangat berharga selama masa perkuliahan;
10. Seluruh tim Nadeem Indonesia yang telah memberikan kesempatan dan ilmu berharga selama masa praktik industri, serta membuka wawasan mengenai dunia kerja profesional;
11. Keluarga tercinta, Mama, Ayah, dan Aira serta seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan moril, dan doa yang tak henti-hentinya;
12. Rasya, terima kasih atas dukungan, semangat, dan kebersamaan;
13. Teman-teman di Program Studi Periklanan angkatan 2023 yang selalu memberikan semangat dan keceriaan;
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan laporan ini;
15. Dan terakhir, untuk diri saya sendiri, Randitha Khalisyia Maulidya. Terima kasih karena telah memilih untuk terus bangkit dan bertahan di setiap proses yang tidak selalu mudah. Terima kasih atas usaha, kerja keras, dan kesabaran dalam menghadapi berbagai tantangan selama penyusunan tugas akhir ini. Semoga segala perjuangan yang telah dilalui menjadi langkah awal menuju pencapaian yang lebih baik di masa depan.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan di masa mendatang. Akhir kata, semoga laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 06 Juni 2026

Penulis,



Randitha Khalisyia Maulidya
NIM 2370404120

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penulisan Tugas Akhir	9
F. Manfaat Penulisan Akhir	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Media Sosial sebagai Platform Komunikasi Digital	11
B. TikTok sebagai Media Komunikasi dan Pemasaran Digital.....	13
C. Konten Visual dan Format <i>Carousel</i> pada TikTok	15
D. Kriteria Konten yang Baik	17
E. <i>Storytelling narrative</i> sebagai Strategi Komunikasi Digital	21
F. Teori AISAS	24
G. <i>Engagement</i> dalam Komunikasi Digital	29
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	31
A. Data Objek Penulisan	31
B. Teknik Pengumpulan Data	32
1. Observasi.....	32
2. Penelusuran Data Online.....	33

3. Studi Pustaka.....	33
C. Ruang Lingkup.....	33
1. Peran Penulis.....	33
2. Kategori Karya.....	34
3. Ide Kreatif.....	34
D. Langkah Kerja.....	35
1. Tahapan Pra Produksi.....	35
2. Tahapan Produksi.....	36
3. Tahapan Pasca Produksi.....	37
BAB IV PEMBAHASAN.....	38
A. Kondisi Awal Tiktok Thalassa <i>kids</i>	38
B. Pembuatan Konten Visual Carousel Tiktok.....	41
1. Analisis STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>)	41
C. Proses dan hasil Pembuatan Konten Visual <i>Carousel</i>	42
1. Pra Produksi	44
2. Produksi	49
3. Pasca Produksi	52
D. Analisis Peningkatan <i>Engagement</i>	69
1. Kondisi Sebelum <i>Implementasi</i> (September 2025-Desember 2025)	70
2. Kondisi Sesudah <i>Implementasi</i> (Januari 2026-Mei 2026).....	72
3. Analisis Komparatif dan Perhitungan Peningkatan	75
E. Analisis faktor – faktor yang berkontribusi terhadap peningkatan <i>engagement</i> setelah penerapan strategi <i>Storytelling narrative</i>	77
1. Analisis Konten 1: Konten “Pendekatan Lembut yang Bisa Dicoba Bun”.....	78
2. Analisis Konten 2: Konten "Stop Bilang 'Jangan!' Coba Pakai Kalimat Ini"	81
3. Analisis Konten 3 : Konten "STOP JANGAN TEGUK SAMBIL BERDIRI!".....	85

4. Analisis Konten 4: "Kakak Adik Berselisih Terus? Jangan Langsung Bereaksi Bun!"	88
BAB V PENUTUP.....	94
A. Simpulan	94
B. Implikasi.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>How Important is Visual Content to Marketers</i>	1
Gambar 1.2	<i>By the End of 2024, What Percentage of Businesses Do You Think Will Rely Heavily on Visual Content as Part of Their Marketing Strategy</i>	2
Gambar 1.3	<i>What is Your Biggest Struggle with Creating Engaging Visual Content</i>	3
Gambar 1.4	<i>Category Best Performing (%) vs Worst Performing (%)</i>	4
Gambar 1.5	What Types of Visual Content Do Marketers Use the Most?	5
Gambar 1.6	<i>What Type of Visual Content Is Most Impactful</i>	5
Gambar 1.7	<i>What Types of Video Do Marketers Invest In</i>	6
Gambar 3.1	Alur Kerja Content Creator.....	35
Gambar 4.1	Data Pengguna TikTok.....	38
Gambar 4.2	Akun TikTok Thalassa Kids	39
Gambar 4.3	Bagan Proses Pembuatan konten Carousel Thalassa.....	43
Gambar 4.4	Contoh Referensi	45
Gambar 4.5	Konten Plan Thalassa Kids	47
Gambar 4.6	Konten Pilar Thalassa Kids	48
Gambar 4.7	Pemilihan Template Desain.....	49
Gambar 4.8	Desain Template <i>Carousel</i> Konten Visual Thalassa Kids.....	50
Gambar 4.9	<i>Storyline</i> Thalassa Kids	51
Gambar 4.10	<i>Caption</i> pada Unggahan Akun TikTok @thalassa_kids.....	53
Gambar 4.11	Finalisasi visual konten <i>Carousel</i>	54
Gambar 4.12	Unggah Konten.....	66
Gambar 4.13	<i>Monitoring</i> Performa Konten Akun TikTok @thalassa_kids.....	68
Gambar 4.14	<i>Mirroring</i> Konten ke Instagram	69
Gambar 4.15	Tampilan Konten “Pendekatan Lembut yang Bisa Dicoba Bun” ..	78
Gambar 4.16	Data <i>Insight</i> Konten “Pendekatan Lembut yang Bisa Dicoba Bun”	79
Gambar 4.17	<i>Traffic Source Top</i> Konten 1	80

Gambar 4.18	Tampilan Konten “Stop Bilang ‘Jangan’ Coba Pakai Kalimat Ini”	81
Gambar 4.19	Data <i>Insight</i> Konten "STOP BILANG 'JANGAN!' COBA PAKAI KALIMAT INI"	83
Gambar 4.20	<i>Traffic Source Top</i> Konten 2	84
Gambar 4.21	Tampilan Konten "STOP JANGAN TEGUK SAMBIL BERDIRI!"	85
Gambar 4.22	Data <i>Insight</i> Konten "STOP JANGAN TEGUK SAMBIL BERDIRI"	87
Gambar 4.23	<i>Traffic Source Top</i> Konten 3	88
Gambar 4.24	Tampilan Konten "Kakak Adik Berselisih Terus? Jangan Langsung Bereaksi, Bun!"	90
Gambar 4.25	Data <i>Insight</i> Konten "Kakak Adik Berselisih Terus? Jangan Langsung Bereaksi, Bun!"	91
Gambar 4.26	<i>Traffic Source Top</i> Konten 4	92