

LAPORAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KONTEN KOMUNIKASI PERSUASIF BERBASIS MODEL AISAS UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* PADA INSTAGRAM ELEMES GROUP

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Diploma Ahli Madya (A.Md) Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

VIRA PUTRI WIRNAWATI

NIM 2370404150

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Komunikasi Persuasif Berbasis Model AISAS Untuk Meningkatkan Engagement Pada Instagram Elemen Group

Penulis : Vira Putri Wirnawati

NIM : 2370404150

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan tim penguji tugas akhir di Kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada hari Senin, Tanggal 15 Juli 2026

Disahkan oleh :

Ketua penguji



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

Anggota I



Dhiyaa Thurfah Ilia, S.P., M.Si.
NIP. 199709112025062014

Anggota 2



Anindita Budi Astuti, M.M.
NIP. 198103052008122001

Disahkan oleh :

Ketua Jurusan Komunikasi



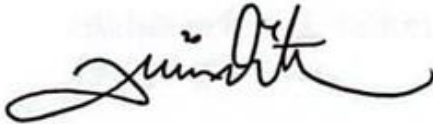
Immanuel Ronald David Mongkau, M.M.
NIP. 197106062006041001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Komunikasi Persuasi Berbasis Model
AISAS Untuk Meningkatkan Engagement Pada Instagram
Elemes Group
Penulis : Vira Putri Wirnawati
NIM : 2370404150
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan,
Ditandatangani di Jakarta, 10 Juni 2026

Pembimbing 1



Anandita Budi Astuti, M.M.
NIP.19810305200812200

Pembimbing 2



Firda Nida Fauziyyah, S.I.Kom

Mengetahui:
Koordinator Program Studi



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

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vira Putri Wirmawati

NIM : 2370404150

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

“Perancangan Konten Komunikasi Persuasif Berbasis Model
AISAS Untuk

Meningkatkan *Engagement* Pada Instagram Elemes Group ”

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, 12 Juni 2026

Yang menyatakan,



Vira Putri Wirmawati

NIM: 2370404150

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Vira Putri Wirnawati
NIM : 2370404150
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

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: **Perancangan Konten Komunikasi Persuasif Berbasis Model AISAS Untuk Meningkatkan Engagement Pada Instagram Elemen Group 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 sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 12 Juni 2026



Vira Putri Wirnawati
2370404150

ABSTRACT

Elmes Instagram has become one of the digital communication platforms utilized by Elmes Group to disseminate information about the company's services and products. However, the management of the Instagram accounts @elmes_group had not been conducted consistently, resulting in low audience engagement. This final project aims to design persuasive communication content based on the AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) model to improve audience engagement on both Instagram accounts. The project is supported by the theories of persuasive communication, social media, engagement, and the AISAS model. The implementation method involved observation during the internship as a Social Media Intern and online data collection. The content creation process consisted of three stages: pre-production, production, and post-production, including idea generation, content planning, content creation, publication, and performance monitoring using Instagram Insights. The AISAS model was applied through attention-grabbing headlines, relevant information, persuasive call-to-action elements, and shareable content. The results indicate that the implementation of the AISAS model produced more structured and engaging content, contributing to increased audience engagement on the Instagram accounts of Elmes Group.

Keywords: *persuasive communication, AISAS, Instagram, social media content, engagement.*

ABSTRAK

Media sosial Instagram menjadi salah satu sarana komunikasi digital yang dimanfaatkan Elmes Group untuk menyampaikan informasi mengenai layanan dan produk perusahaan. Namun, pengelolaan akun Instagram @elmes_group belum dilakukan secara konsisten sehingga interaksi audiens masih tergolong rendah. Tugas akhir ini bertujuan merancang konten komunikasi persuasif berbasis model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) sebagai upaya meningkatkan *engagement* audiens pada akun tersebut. Penulisan ini menggunakan teori komunikasi persuasif, media sosial, *engagement*, dan model AISAS. Metode pelaksanaan yang digunakan meliputi observasi selama kegiatan magang sebagai *Social Media Intern* serta penelusuran data *online*. Proses perancangan konten dilakukan melalui tahapan praproduksi, produksi, dan pascaproduksi, mulai dari pencarian ide, penyusunan konten plan, pembuatan konten, hingga monitoring performa menggunakan *Instagram Insights*. Penerapan model AISAS diwujudkan melalui penggunaan *headline* yang menarik, penyampaian informasi yang relevan, ajakan bertindak (*call to action*), serta konten yang mendorong audiens untuk berinteraksi dan membagikan informasi. Hasil perancangan menunjukkan bahwa penerapan model AISAS membantu menghasilkan konten yang lebih terarah, menarik, dan mampu meningkatkan *engagement* audiens pada akun Instagram Elmes Group.

Kata Kunci: *Komunikasi Persuasif, AISAS, Instagram, Konten media sosial, Engagement,*

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 penulisan laporan Tugas Akhir sebagai kewajiban 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 intern* yang bertanggung jawab dalam perancangan konten dan pengelolaan konten pada media sosial Instagram @elemes_group. Berdasarkan kegiatan tersebut, penulis menyusun laporan tugas akhir berjudul “Perancangan Konten Komunikasi Persuasif Berbasis Model AISAS Untuk Meningkatkan *Engagement* Pada Instagram Elemes Group” Laporan tugas akhir ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak yang senantiasa memberikan arahan kepada penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih 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. Dr. Ir. Cholid Mawardi, S.Kom., M.T., Wakil Direktur Bidang Perencanaan, Keuangan, dan Umum.,
4. Dr. Ir. Dayu Sri Herti, S.Pd., M.Sn. selaku Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan dan Alumni.,
5. Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M., Ketua Jurusan Komunikasi.,
6. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.,
7. Zaenab, S.S., M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan.,
8. Sartika Ekadyasa M.I.Kom., Sekretaris Program Studi Periklanan.,
9. Anindita Budi Astuti, M.M., Dosen Pembimbing I dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir.,
10. Firda Nida Fauziyyah, S.I.Kom., Dosen Pembimbing II dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir.,

11. Najwah Syarifah selaku pembimbing terbaik penulis di Elemes Goup.,
12. Taqiyya Pikajoti selaku rekan kerja yang telah memberikan dukungan di Elemes Goup.,
13. Keluarga Tercinta, Mamah dan kakak, sumber doa, dukungan, dan kasih sayang yang tak pernah putus.,
14. Almarhum Papahku tercinta, yang selalu penulis kenang. Terima kasih atas kasih sayang dan pengorbanannya. Semoga Allah memberikan tempat terbaik untuk papah. Aamiin.,
15. Teman-teman seperjuangan, khususnya ciwi-ciwi, yang senantiasa hadir memberikan dukungan dan semangat selama penyusunan laporan Tugas Akhir ini.,
16. Teman-teman kelas B program studi Periklanan dan angkatan 2023 yang telah berjuang bersama-sama selama 3 tahun.,
17. Kepada Lia dan Nabilah, sahabat penulis yang senantiasa menemani dalam suka maupun duka.,
18. LANY melalui karya musiknya yang turut memberikan suasana nyaman dan mendukung penulis dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.,
19. Jeon Wonwoo yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan penyemangat penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini.,
20. Kopi Kenangan, yang telah menjadi tempat favorit penulis untuk mengerjakan Tugas Akhir.,

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 2026

Yang menyatakan,



Vira Putri Wirnawati

NIM: 2370404150

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
ABSTRACT.....	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
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.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Komunikasi Persuasif	7
1. Konten Komunikasi Persuasif di Media Sosial	8
B. Komunikasi Pemasaran.....	10
1. Komunikasi.....	10
2. Komunikasi Pemasaran.....	10
C. Media Sosial	11
1. Definisi Media Sosial	11
2. Instagram	11
D. Konten.....	13
1. Definisi Konten.....	13
E. Sosial Media <i>Engagement</i>.....	15
F. AISAS	16
BAB III	18
METODE PELAKSANAAN	18
A. Data Objek Penulisan	18
1. Profil Perusahaan	18
2. Sejarah Singkat Perusahaan	19
3. Klien dari Elemes Group	20
4. Media Sosial Elemes Group	20
B. Teknik Pengumpulan Data	22
1. Observasi	23
2. Penelusuran Data Online	23

C. Ruang Lingkup	24
1. Peran Penulis	24
2. Kategori Karya	24
3. Ide Kreatif.....	26
D. Langkah Kerja.....	27
1. Tahapan Pra Produksi	27
2. Tahapan Produksi	28
3. Pasca Produksi	30
BAB IV	31
PEMBAHASAN.....	31
A. Gambaran Umum.....	31
1. Gambaran Umum Perusahaan	31
B. Proses Perancangan.....	33
1. Pra Produksi.....	33
2. Produksi	36
3. Pasca Produksi	41
C. Penerapan AISAS.....	43
1. Akun Instagram @elemes_group	43
D. <i>Engagement</i> Karya	47
1. Konten Edukasi.....	48
2. Konten Promosi	49
3. Konten Engagement.....	52
E. Performa Konten.....	53
1. Instagram @elemes_group	53
BAB V.....	66
PENUTUP.....	66
A. Kesimpulan	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Analisis AISAS <i>feed carousel</i> @elemes_group	44
Tabel 4. 2 Perbandingan Performa Akun Instagram @elemes_group.....	56
Tabel 4. 3 Perbandingan Konten @elemes_group.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo Perusahaan	18
Gambar 3. 2 Klien Elemes Group.....	20
Gambar 3. 3 Website Elemes Group	21
Gambar 3. 4 Instagram Elemes Group.....	22
Gambar 3. 5 Alur Kerja <i>Social Media Internship</i>	27
Gambar 4. 1 Instagram @elemes_group.....	32
Gambar 4. 2 Langkah Kerja.....	33
Gambar 4. 3 Contoh Referensi.....	34
Gambar 4. 4 <i>Brainstorming</i> dengan Mentor	35
Gambar 4. 5 Konten Plan Elemes Group.....	36
Gambar 4. 6 <i>Take</i> Konten	37
Gambar 4. 7 Edit Konten	38
Gambar 4. 8 Hasil Konten <i>Review</i>	39
Gambar 4. 9 Hasil Konten <i>Approve</i>	40
Gambar 4. 10 Unggah Konten	41
Gambar 4. 11 <i>Monitoring</i> Konten.....	42
Gambar 4. 12 Konten Edukasi @elemes_group	48
Gambar 4. 13 Instagram <i>Insight</i> Konten Edukasi @elemes_group	49
Gambar 4. 14 Konten Promosi @elemes_group.....	50
Gambar 4. 15 Instagram <i>Insight</i> Konten Promosi @elemes_group	51
Gambar 4. 16 Konten <i>Engagement</i> @elemes_group.....	52
Gambar 4. 17 Instagram <i>Insight</i> Konten <i>Engagement</i> @elemes_group.....	53
Gambar 4. 18 Instagram <i>Insights</i> Juni – September 2025	54
Gambar 4. 19 Instagram <i>Insights</i> Februari–Mei 2026	55
Gambar 4. 20 Top Konten 1 @elemes_group	57
Gambar 4. 21 Performa Konten Top 1 @elemes_group.....	58
Gambar 4. 22 Top Konten Top 2 @elemes_group	59
Gambar 4. 23 Performa Top Konten Top 2 @elemes_group	60
Gambar 4. 24 Top Konten 3 @elemes_group	61
Gambar 4. 25 Performa Top Konten 3 @elemes_group.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Biodata Penulis.....	71
Lampiran 2.	Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing 1.....	74
Lampiran 3.	Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen pembimbing 2.....	75
Lampiran 4.	Surat Keterangan Magang.....	76
Lampiran 5.	Hasil Cek Plagiarisme	77
Lampiran 6.	Sertifikat Diterima Praktik Industri.....	78
Lampiran 7.	Dokumentasi dengan Pembimbing.....	79
Lampiran 8.	Dokumentasi Sidang Tugas Akhir	80
Lampiran 9.	Dokumentasi Praktik Industri	81