

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN KONTEN**

***NO DROP JINGLE COMPETITION 2026* BERBASIS AISAS**

**UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT***

**PADA INSTAGRAM @nodropindonesia**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Ahli Madya



Disusun oleh  
CHINTA DIMITRIZYA  
NIM: 2370404030

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN**

**JURUSAN KOMUNIKASI**

**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA**

**2026**

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten *No Drop Jingle Competition 2026*  
Berbasis Aisas untuk Meningkatkan *Engagement* pada  
Instagram @nodropindonesia  
Penulis : Chinta Dimitrizya  
NIM : 2370404030  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir  
di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Kamis, Taggal 16 Juli 2026

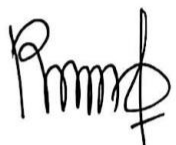
Disahkan oleh:

Ketua Penguji



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

Anggota 1



Rona Agustin, M.I.Kom.  
NIP. 199408182025062007

Anggota 2



Dr. Handika Dany Rahmayanti M.Si.  
NIP. 199410152019032015



Mengetahui  
Ketua Jurusan Komunikasi

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

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Strategi Konten *No Drop Jingle Competition*  
2026 Berbasis AISAS Untuk Meningkatkan *Engagement*  
pada Instagram @*nodropIndonesia*  
Penulis : Chinta Dimitrizya  
NIM : 2370404030  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi

Tugas akhir ini telah disepakati dan disetujui untuk disidangkan.  
Ditandatangani di Jakarta, 12 Juni 2026

Pembimbing I



Dr. Handika Dany Rahmayanti M.Si.  
NIP. 199410152019032015

Pembimbing II



Dr. Ressa Uli Patrissia S.S., M.Ikom.  
NUPTK. 8250760661230173

Mengetahui,  
Koord. Program Studi Periklanan



Zachab, S.S., M.Si.  
NIP. 199211132019032025

## PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Chinta Dimitrizya  
NIM : 2370404030  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi  
Tahun Akademik : 2025/2026

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Perancangan Konten *No Drop Jingle Competition 2026* Berbasis AISAS Untuk Meningkatkan *Engagement* pada Instagram @*nodropindonesia* **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,



Chinta Dimitrizya  
NIM: 2370404030

## PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Chinta Dimitrizya  
NIM : 2370404030  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi  
Tahun Akademik : 2025/2026

Demi 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 *No Drop Jingle Competition 2026* Berbasis AISAS Untuk Meningkatkan *Engagement* pada Instagram *@nodropindonesia* 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

Yang menyatakan,



Chinta Dimitrizya  
NIM: 2370404030

## **ABSTRACT**

*Instagram is one of the most widely used social media platforms for companies to build communication and increase audience engagement. However, the @nodropindonesia Instagram account experienced a decline in engagement due to one-way informational content, poorly curated user-generated content (UGC), and captions that did not effectively encourage audience interaction. Therefore, this final project focuses on designing the No Drop Jingle Competition 2026 campaign content to improve the engagement of the @nodropindonesia Instagram account. The campaign design was developed based on the concepts of marketing communication, digital marketing, Instagram as a promotional medium, social media content, engagement, SWOT analysis, STP (Segmentation, Targeting, Positioning), and the AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) model as the conceptual framework. The work process included problem identification, SWOT and STP analysis, campaign concept development, content planning, content production, publication, and evaluation using Instagram Insights and Google Form submission data. The implementation results indicate that the No Drop Jingle Competition 2026 campaign successfully improved the engagement of the @nodropindonesia Instagram account, as reflected in the increase in views, likes, comments, shares, saves, and Engagement Rate throughout the campaign period.*

**Keywords:** AISAS, content planning, Instagram, engagement, digital campaign

## **ABSTRAK**

Instagram merupakan salah satu media sosial yang dimanfaatkan perusahaan untuk membangun komunikasi serta meningkatkan *Engagement* dengan audiens. Namun, akun Instagram @nodropindonesia mengalami penurunan *Engagement* akibat dominasi konten informatif satu arah, konten *user-generated content* (UGC) yang kurang dikurasi, serta *caption* yang belum mampu mendorong interaksi audiens. Berdasarkan kondisi tersebut, tugas akhir ini berfokus pada perancangan konten kampanye *No Drop Jingle Competition 2026* sebagai upaya meningkatkan *Engagement* akun Instagram @nodropindonesia. Perancangan kampanye mengacu pada konsep komunikasi pemasaran, digital marketing, Instagram sebagai media promosi, konten media sosial, *Engagement*, analisis SWOT, STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*), serta model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) sebagai landasan dalam menyusun konsep kampanye. Langkah kerja yang dilakukan meliputi identifikasi permasalahan, analisis SWOT dan STP, penyusunan konsep kampanye, perancangan konten, produksi konten, publikasi, serta evaluasi menggunakan data Instagram *Insights* dan data *submission* Google Form. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa kampanye *No Drop Jingle Competition 2026* mampu meningkatkan *Engagement* akun Instagram @nodropindonesia yang ditunjukkan melalui peningkatan *views, likes, comments, shares, saves*, serta nilai *Engagement Rate* selama periode kampanye berlangsung.

**Kata kunci:** AISAS, perancangan konten, Instagram, *Engagement*, kampanye digital

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis diberikan kesehatan, kekuatan, dan kemudahan dalam menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul *Perancangan Konten No Drop Jingle Competition 2026 Berbasis AISAS Untuk Meningkatkan Engagement* pada Instagram @nodropindonesia. Penyusunan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat kelulusan dan bentuk pertanggungjawaban akademik mahasiswa dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
2. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D., selaku Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Imanuel Ronald David Mongkau, M.M., selaku Ketua Jurusan Komunikasi.
4. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan.
5. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Periklanan.
6. Dr. Handika Dany Rahmayanti M.Si., selaku Dosen Pembimbing I.
7. Dr. Ressa Uli Patrissia S.S., M.Ikom., selaku Dosen Pembimbing II.
8. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
9. Ibu, Bapak, dan Kakak Dieva yang senantiasa memberikan doa, dukungan, serta semangat yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan hingga penyelesaian Tugas Akhir ini.
10. Rianti, Zahra, Sofie, Dhea, Rosdyani, Salma yang telah menemani perjalanan perkuliahan serta memberikan banyak kenangan berkesan bagi penulis.

11. Tim Bergerak Digital *Agency* yang telah bertumbuh dan berproses bersama melalui berbagai proyek selama perkuliahan.
12. Audita, Amanda, Kak Hasna, Kak Kayla, dan Kak Bagus yang telah berbagi pengalaman dan bekerja sama selama kegiatan magang di Idenya Flux.
13. Sheva dan Frandika, Kadzia teman semasa sekolah yang telah berbagi pengalaman dan dukungan dalam penyusunan Tugas Akhir.
14. BTS, SEVENTEEN, TXT, ENHYPEN, CORTIS, dan LNGSHOT yang melalui karya-karya mereka telah memberikan semangat dan inspirasi kepada penulis selama penyusunan tugas akhir ini.
15. Seluruh teman-teman Program Studi Periklanan angkatan 2023 yang telah menemani perjalanan perkuliahan, saling berbagi semangat, dan memberikan kenangan yang tidak terlupakan.

Sebagai penutup, penulis juga ingin menyampaikan apresiasi kepada diri sendiri, Chinta Dimitrizya, yang telah bertahan dan terus berproses hingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Perjalanan ini tidak selalu mudah, namun setiap tantangan, keraguan, dan pembelajaran menjadi bagian yang membentuk penulis hingga berada pada tahap ini. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan penyempurnaan di masa mendatang. Besar harapan penulis agar Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi bagi pembaca.

Jakarta, 12 Juni 2026

Penulis,



Chinta Dimitrizya

NIM: 2370404030

## DAFTAR ISI

|                                                                                          |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....                                                      | i    |
| LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR .....                                              | ii   |
| PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR .....                                                | iii  |
| DAN BEBAS PLAGIARISME .....                                                              | iii  |
| PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....                                                  | iv   |
| ABSTRACT.....                                                                            | v    |
| PRAKATA.....                                                                             | vi   |
| DAFTAR ISI.....                                                                          | viii |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                                      | x    |
| DAFTAR TABEL.....                                                                        | xi   |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                                                     | xii  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                                                  | 1    |
| A. Latar Belakang.....                                                                   | 1    |
| B. Identifikasi Masalah.....                                                             | 4    |
| C. Batasan Masalah .....                                                                 | 5    |
| D. Rumusan Masalah.....                                                                  | 6    |
| E. Tujuan Penulisan .....                                                                | 6    |
| F. Manfaat Penulisan .....                                                               | 6    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                                                             | 9    |
| A. Komunikasi Pemasaran .....                                                            | 9    |
| B. Peran <i>Digital Marketing</i> pada Konten <i>No Drop Jingle Competition 2026</i> ... | 9    |
| C. Instagram sebagai Media pada Konten <i>No Drop Jingle Competition 2026</i>            | 11   |
| D. Konten Media Sosial <i>No Drop Jingle Competition 2026</i> .....                      | 11   |
| E. <i>Engagement</i> Media Sosial pada Konten <i>No Drop Jingle Competition 2026</i> ..  | 13   |
| F. <i>Jingle</i> .....                                                                   | 15   |
| G. Lomba Sebagai Promosi .....                                                           | 16   |
| H. SWOT ( <i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i> ).....                    | 17   |
| I. STP ( <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> ).....                              | 17   |
| J. Model AISAS ( <i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i> ).....                | 19   |
| K. Kajian Terdahulu .....                                                                | 22   |
| L. Kerangka Berpikir .....                                                               | 23   |
| BAB III METODE PELAKSANAAN .....                                                         | 24   |
| A. Data/Objek Penulisan .....                                                            | 24   |
| B. Teknik Pengumpulan data .....                                                         | 26   |
| C. Alat dan Bahan .....                                                                  | 32   |
| D. Ruang Lingkup .....                                                                   | 33   |
| E. Langkah Kerja .....                                                                   | 36   |
| BAB IV PEMBAHASAN.....                                                                   | 40   |

|                      |                                                                     |    |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------|----|
| A.                   | Gambaran Umum Kampanye <i>No Drop Jingle Competition 2026</i> ..... | 40 |
| B.                   | Gambaran Umum Pekerjaan.....                                        | 43 |
| C.                   | Analisis SWOT Akun Instagram <i>@nodropindonesia</i> .....          | 44 |
| D.                   | Analisis STP Instagram No Drop .....                                | 45 |
| E.                   | Proses Pengelolaan .....                                            | 47 |
| F.                   | Hasil Karya .....                                                   | 53 |
| G.                   | Penerapan dan Evaluasi Konten Berdasarkan Model AISAS .....         | 61 |
| BAB V PENUTUP.....   |                                                                     | 77 |
| A.                   | Simpulan .....                                                      | 77 |
| B.                   | Keterbatasan .....                                                  | 78 |
| C.                   | Saran .....                                                         | 80 |
| DAFTAR PUSTAKA ..... |                                                                     | 81 |
| LAMPIRAN.....        |                                                                     | 84 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                          |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1 Penurunan <i>Engagement</i> Instagram @nodropindonesia Periode Januari 2026 s.d Maret 2026..... | 2  |
| Gambar 2 <i>The Dual AISAS Model</i> .....                                                               | 19 |
| Gambar 3 Kerangka Berpikir .....                                                                         | 23 |
| Gambar 4 Logo Idenya Flux .....                                                                          | 25 |
| Gambar 5 Struktur Tim Idenya Flux.....                                                                   | 26 |
| Gambar 6 Bagan Langkah Kerja.....                                                                        | 37 |
| Gambar 7 Logo Merek No Drop.....                                                                         | 40 |
| Gambar 8 Penurunan <i>Engagement</i> Konten Instagram @nodropindonesia periode Jan s.d Mar 2026 .....    | 41 |
| Gambar 9 Konten UGC @nodropindonesia periode Jan s.d Mar 2026 .....                                      | 42 |
| Gambar 10 Referensi Ide Konten Kontes <i>Jingle</i> .....                                                | 47 |
| Gambar 12 Pembuatan <i>Copy</i> dan <i>Caption</i> Konten .....                                          | 49 |
| Gambar 13 Eksekusi Desain & <i>Editing</i> Visual Konten .....                                           | 50 |
| Gambar 14 Publikasi Konten <i>No Drop Jingle Competition 2026</i> .....                                  | 52 |
| Gambar 15 Konten <i>Teaser</i> .....                                                                     | 54 |
| Gambar 16 Konten Mekanisme .....                                                                         | 55 |
| Gambar 17 Konten Inspirasi <i>Jingle</i> .....                                                           | 56 |
| Gambar 18 Konten <i>Reminder</i> .....                                                                   | 57 |
| Gambar 19 Konten <i>Highlight</i> Peserta .....                                                          | 58 |
| Gambar 20 Konten Pengumuman Pemenang .....                                                               | 60 |
| Gambar 21 Formulir Peserta <i>No Drop Jingle Competition 2026</i> .....                                  | 64 |
| Gambar 22 Konten Inspirasi <i>Jingle</i> 1 dengan ER Tertinggi .....                                     | 67 |
| Gambar 23 Konten <i>Teaser</i> dengan ER Tertinggi Kedua .....                                           | 68 |
| Gambar 24 Konten Inspirasi <i>Jingle</i> 4 dengan ER Tertinggi Ketiga .....                              | 69 |
| Gambar 25 Konten Mekanisme dengan <i>Comments</i> dan <i>Saves</i> Tertinggi .....                       | 70 |
| Gambar 26 Matriks ER Konten Sebelum dan Selama Periode Kampanye .....                                    | 73 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                           |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1 Operasionalisasi Model AISAS dalam Kampanye .....                                 | 21 |
| Tabel 2 Referensi Kajian Terdahulu .....                                                  | 22 |
| Tabel 3 Karakteristik Data Penulisan.....                                                 | 27 |
| Tabel 4 Pembagian Peran dalam Perancangan Kampanye .....                                  | 33 |
| Tabel 5 <i>Engagement</i> Konten Instagram @nodropindonesia periode Jan s.d Mar 2026..... | 41 |
| Tabel 6 Tabel Analisis SWOT .....                                                         | 44 |
| Tabel 7 STP No Drop.....                                                                  | 46 |
| Tabel 8 Analisis Perancangan Konten Berdasarkan Model AISAS .....                         | 62 |
| Tabel 9 Data Instagram <i>Insights</i> Konten “No Drop Jingle Competition 2026” ...       | 65 |
| Tabel 10 Data <i>Story Insights</i> Konten “No Drop Jingle Competition 2026” .....        | 66 |
| Tabel 11 Performa Konten Sebelum dan Selama Periode Kampanye .....                        | 74 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| BIODATA MAHASISWA .....                             | 84 |
| DATA AKADEMIK.....                                  | 85 |
| PROGRAM PRAKTIK INDUSTRI AKADEMIK POLITEKNIK NEGERI |    |
| MEDIA KREATIF .....                                 | 85 |
| LEMBAR PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR.....                | 86 |
| LEMBAR PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR.....                | 87 |
| DOKUMENTASI BIMBINGAN DOSEN PEMBIMBING I .....      | 88 |
| DOKUMENTASI BIMBINGAN DOSEN PEMBIMBING II.....      | 89 |
| DOKUMENTASI UJI PROPOSAL TUGAS AKHIR .....          | 90 |
| HASIL CEK PLAGIARISME .....                         | 91 |
| WAWANCARA .....                                     | 93 |
| SERTIFIKAT KOMPETENSI .....                         | 94 |
| SURAT KETERANGAN MAGANG INDUSTRI.....               | 95 |