

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN *COPY* KONTEN DENGAN UNSUR
COPYWRITING BERBASIS AISAS UNTUK
MENINGKATKAN PERFORMA AKUN
@JAKMONEYCHANGER

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh
ADINDA DHEANITA NASUTION
NIM: 2370404002

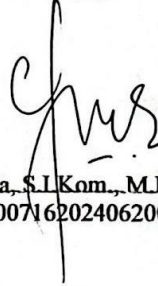
PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Copy Konten dengan Unsur Copywriting
Berbasis AISAS untuk Meningkatkan Performa Akun
@jakmoneychanger
Penulis : Adinda Dheanita Nasution
NIM : 2370404002
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir
di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, tanggal 15 Juli 2026.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji



Laelatul Pathia, S.I Kom., M.I Kom.
NIP. 199007162024062002

Anggota 1



Sartika Ekadyasa, M.I Kom.
NIP. 198812222020122006

Anggota 2



Rezki Aulia, M.I Kom.
NIP. 199606282025061004

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Strategi *Copywriting* pada Konten Instagram
@jakmoneychanger dalam Upaya Meningkatkan *Brand awareness*

Penulis : Adinda Dheanita Nasution
NIM : 2370404002
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 29 Juni 2026.

Pembimbing 1



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

Pembimbing 2



Rezki Aulia, M.I.Kom.
NIP.199606282025061004

Mengetahui
Koordinator Program Studi Periklanan,



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

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Adinda Dheanita Nasution
NIM	: 2370404002
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2025/2026

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Pembuatan Strategi Copywriting Pada Konten Instagram @jakmoneychanger Dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness 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, 11 Juni 2026

Yang menyatakan



Adinda Dheanita Nasution
NIM. 2370404002

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Adinda Dheanita Nasution
NIM : 2370404002
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:

Pembuatan Strategi Copywriting Pada Konten Instagram @jakmoneychanger Dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness

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, 11 Juni 2026

Yang menyatakan



Adinda Dheanita Nasution
NIM. 2370404002

ABSTRAK

Instagram is one of the digital marketing communication platforms used by companies to deliver information and engage with their audiences. However, the copy content on the Instagram account @jakmoneychanger was not consistently structured and had not systematically implemented the Attention, Interest, Search, Action, Share (AISAS) model, resulting in suboptimal account performance. This final project aims to develop AISAS based copy content with copywriting elements to improve the performance of the Instagram account @jakmoneychanger. The methods employed were observation, interviews, and literature review during the industrial internship at H5 Creative Studio. The work process consisted of pre-production, production, and post-production stages, including account analysis, copywriting structure development, AISAS implementation, and evaluation using Instagram Insight data. The implementation results showed that copy content applying hooks, body copy, benefits, and call to action (CTA) produced more structured communication and improved account performance. The improvement was reflected in an 81.18% increase in reach, a 106.22% increase in impressions, and a 259.34% increase in followers compared with the period before implementation. Therefore, AISAS-based copy content can be an effective approach to supporting corporate Instagram account management.

Keywords: Copy Content, Copywriting, AISAS, Instagram, Account Performance.

Instagram merupakan salah satu media komunikasi pemasaran digital yang dimanfaatkan perusahaan untuk menyampaikan informasi dan membangun interaksi dengan audiens. Namun, copy konten pada akun Instagram @jakmoneychanger belum disusun secara konsisten serta belum menerapkan model *Attention, Interest, Search, Action, Share* (AISAS) sehingga performa akun belum optimal. Tugas akhir ini bertujuan menghasilkan copy konten dengan unsur *copywriting* berbasis AISAS untuk meningkatkan performa akun Instagram @jakmoneychanger. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan studi pustaka selama pelaksanaan Praktik Industri di H5 Creative Studio. Proses pembuatan karya dilakukan melalui tahap praproduksi, produksi, dan pascaproduksi, mulai dari analisis kondisi akun, penyusunan struktur *copywriting*, implementasi AISAS, hingga evaluasi menggunakan data Instagram Insight. Hasil implementasi menunjukkan bahwa copy konten yang disusun dengan menerapkan *hook, body copy, benefit, dan call to action* (CTA) mampu menghasilkan penyampaian pesan yang lebih terstruktur dan meningkatkan performa akun. Hal tersebut ditunjukkan oleh peningkatan *reach* sebesar 81,18%, *impressions* sebesar 106,22%, dan *followers* sebesar 259,34% dibandingkan periode sebelum penerapan strategi. Dengan demikian, penerapan *copy* konten berbasis AISAS dapat menjadi salah satu pendekatan yang efektif dalam mendukung pengelolaan akun Instagram perusahaan.

Kata kunci: Copy Konten, Copywriting, Instagram, AISAS, Performa Akun

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan 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 Jurusan Komunikasi Politeknik Negeri Media Kreatif. Dalam tugas akhir ini, penulis menyusun laporan tugas akhir berjudul **Pembuatan Copy Konten Dengan Unsur Copywriting Berbasis AISAS Untuk Meningkatkan Performa Akun @JAKMONEYCHANGER**

Laporan tugas akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

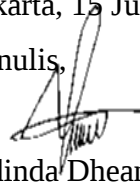
1. Dwi Riyono, Ph.D., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Mawan Nugraha, Ph.D., Wakil Direktur Bidang Akademik dan Kerja Sama.
3. Immanuel David Ronald Mongkau, S.E., M.M., Ketua Jurusan Komunikasi.
4. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom., Sekretaris Program Studi Periklanan.
7. Suratni, S.S., M.Hum., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan, masukan, serta bimbingan selama proses penyusunan tugas akhir.
8. Rezky Aulia, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, dan motivasi kepada penulis.
9. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan ilmu, pelayanan, dan dukungan selama penulis menempuh pendidikan.
10. Pihak Jak Money Changer yang telah memberikan kesempatan, data, dan pengalaman kepada penulis selama pelaksanaan Praktik Industri serta penyusunan tugas akhir.
11. Kedua orang tua dan kaka citra yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, serta semangat kepada penulis.

12. Teman-teman seperjuangan dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, motivasi, dan dukungan selama proses penyusunan tugas akhir.

Semoga laporan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya sebagai referensi dalam pengembangan strategi *copywriting* pada media sosial serta menjadi tambahan wawasan bagi mahasiswa, praktisi, maupun pihak lain yang memiliki ketertarikan pada bidang periklanan digital. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif sebagai bahan evaluasi dan pengembangan karya pada masa mendatang.

Jakarta, 15 Juni 2026

Penulis,



Adinda Dheanita Nasution

NIM 2370404002

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penulisan.....	6
F. Manfaat Penulisan.....	6
1. Bagi Penulis.....	7
2. Bagi Politeknik Negeri Media Kreatif.....	7
3. Bagi Masyarakat.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Komunikasi Pemasaran	8
B. Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran.....	9
C. Strategi <i>Copywriting</i>	11
1. Pengertian <i>Copywriting</i>	11
2. Fungsi <i>Copywriting</i>	12
3. Unsur-unsur <i>Copywriting</i>	13
4. <i>Copywriting</i> pada Media Sosial	14
5. Strategi <i>Copywriting</i>	14
D. Model <i>Attention, Interest, Search, Action, Share (AISAS)</i>	15
E. Performa Akun Media Sosial	17

1. Pengertian Performa akun	17
2. <i>Reach</i>	18
3. <i>Impressions</i>	18
4. <i>Engagemet</i>	19
5. <i>Engagement Rate</i>	19
F. Segmentation, Targeting, Positioning (STP)	20
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	22
A. Data Penulisan	22
1. Profil JakMoneyChanger	22
2. Alamat Perusahaan	23
3. Visi dan Misi Perusahaan	24
4. Profil Agensi.....	24
5. Struktur Organisasi Agensi	25
B. Teknik Pengumpulan Data.....	26
1. Observasi	26
2. Studi Pustaka	27
3. Wawancara	27
C. Ruang Lingkup	27
1. Peran Penulis	27
2. Kategori Karya	28
3. Ide Kreatif.....	28
D. Langkah Kerja.....	29
1. Praproduksi.....	29
2. Produksi.....	31
3. Pascaproduksi	32
BAB IV PEMBAHASAN.....	33
A. Identifikasi Permasalahan <i>Copywriting</i>.....	33
1. <i>Copywriting</i> Belum Konsisten dalam Mempresentasikan Identitas Merek	33
2. Penggunaan CTA Belum Optimal.....	34
B. Analisis STP (<i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>)	35
1. <i>Segmentation</i>	35
2. <i>Targeting</i>	37
3. <i>Positioning</i>	38

C.	Penyusunan Strategi Copywriting Berbasis Metode AISAS.....	39
1.	Menentukan Tujuan Komunikasi	39
2.	Menentukan <i>Call To Action</i>	40
3.	Menyusun Struktur <i>Copywriting</i>	41
D.	Analisis <i>Insight</i> Sebelum Dikelola (Periode 3-11-2025 s.d. 31-01-2026).....	42
E.	Penyusunan <i>Copywriting</i> Konten Kreatif Instagram @jakmoneychanger.....	44
1.	Praproduksi.....	44
2.	Produksi.....	47
3.	Pascaproduksi	53
I.	Hasil Karya	55
1.	Penyusunan <i>Brief Copywriting</i> Instagram.....	55
2.	Penyusunan <i>Caption</i> Konten Instagram	58
F.	Hasil Pengelolaan Konten.....	59
1.	Analisis Konten Paling Berhasil Menjangkau Audiens	60
2.	Perbandingan Format Konten <i>Reels & Feeds</i>	61
3.	Hasil <i>Insight</i> setelah dikelola (Periode 5-2-2026 s.d. 29-5- 2026).....	63
G.	Penerapan AISAS pada <i>Copy</i> Konten @jakmoneychanger.....	64
H.	Penerapan AISAS pada <i>Caption</i> Konten @jakmoneychanger	68
I.	Kontribusi <i>Copy</i> Konten terhadap Peningkatan Performa Akun ..	71
BAB V	PENUTUP.....	75
A.	Kesimpulan	75
B.	Saran.....	76
1.	Bagi Penulis.....	76
2.	Bagi Politeknik Negeri Media Kreatif.....	77
3.	Bagi Masyarakat.....	77
DAFTAR PUSTAKA		78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Laporan Statistik Global Digital 2025	2
Gambar 2 AISAS	15
Gambar 3 STP Marketing	20
Gambar 4 Logo Perusahaan	22
Gambar 5 Logo Agensi	25
Gambar 6 Struktur Agensi	25
Gambar 7 Langkah Kerja Pembuatan Strategi Copywriting.....	29
Gambar 8 Insight Akun Instagram Periode 3-11-2025 s.d. 31-01-2026.....	42
Gambar 9 External Meeting dengan Pihak JakMoneyChanger	44
Gambar 10 Meeting Internal Tim H5 Creative Studio.....	45
Gambar 11 Informasi Login Instagram @jakmoneychanger.....	46
Gambar 12 Mencari Referensi Desain Feeds & Story	47
Gambar 13 Referensi Video Reels.....	48
Gambar 14 Pembuatan Brief Konten Feeds dan Stories.....	49
Gambar 15 Pembuatan Brief Konten Reels	49
Gambar 16 Briefing Produksi Konten.....	50
Gambar 17 Revisi Konten oleh Pihak JakMoneyChanger.....	51
Gambar 18 Preview Hasil Konten kepada Pihak JakMoneyChanger	51
Gambar 19 Pembuatan Content Scheduling.....	52
Gambar 20 Pemberitahuan Jadwal Unggah Konten Harian	53
Gambar 21 Content Evaluation Report.....	54
Gambar 22 Hasil Insight @jakmoneychanger Setelah Dikelola.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Demografis Akun @jakmoneychanger	36
Tabel 2 Hasil Brief dan Format Konten	56
Tabel 3 Penyusunan Caption.....	58
Tabel 4 Top Konten dari Setiap Jenis Konten	60
Tabel 5 Perbandingan Format Konten Feeds & Reels	62
Tabel 6 Penerapan AISAS pada <i>Copy</i> Konten.....	66
Tabel 7 Penerapan AISAS pada Caption Konten	69
Tabel 8 Copy Konten terhadap Peningkatan Performa akun	72

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Untuk Data Copywriting Media Sosial Instagram @jakmoneychanger	80
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup.....	81
Lampiran 3 Lembar Pembimbing Tugas Akhir 1	84
Lampiran 4 Lembar Pembimbing Tugas Akhir 2	85
Lampiran 5 Dokumentasi Bimbingan Tugas Akhir	86
Lampiran 6 Lembar Cek Plagiarisme	87
Lampiran 7 Sertifikat Wirausaha Kampus Merdeka.....	88
Lampiran 8 Sertifikat Kompetensi	89