

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN KONTEN ASMR INSTAGRAM FOOTLAB BERBASIS MODEL PAD UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK AUDIENS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar (A.Md) Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

ADITYA MULYANA SAPUTRA

NIM : 2370404003

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2026**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten ASMR Instagram Footlab Berbasis Model PAD
Untuk Meningkatkan Daya Tarik Audiens
Penulis : Aditya Mulyana Saputra
NIM : 2370404003
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus
Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada hari Rabu, 15 Juli 2026

Disahkan Oleh:

Ketua Penguji,



Anindita Budi Astuti, M.M.

NIP. 198103052008122001

Anggota 1



Naldo, M.Si.

NUPTK. 2251764665130293

Anggota 2



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom.

NIP. 198812222020122006



Imanuel Ronald David Mongkau, M.M.

NIP. 197106062006041001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten ASMR Instagram Footlab Berbasis Model PAD
Untuk Meningkatkan Daya Tarik Audiens

Penulis : Aditya Mulyana Saputra

NIM : 2370404003

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan. Ditanda tangani di
Jakarta, 10 Juni 2026

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Pahala Basuki, M.I.Kom

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Aditya Mulyana Saputra
NIM	: 2370404003
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Pembuatan Konten ASMR Instagram Footlab Berbasis Model PAD Untuk Meningkatkan Daya Tarik Audiens 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, 15 Juli 2026

Yang menyatakan,



Aditya Mulyana Saputra

NIM: 2370404003

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Aditya Mulyana Saputra
NIM : 2370404003
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 : Pembuatan Konten ASMR Instagram Footlab Berbasis Model PAD Untuk Meningkatkan Daya Tarik Audiens.

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, 15 Juli 2026

Yang menyatakan,



Aditya Mulyana Saputra

NIM: 2370404003

ABSTRAK

The number of views is one of the indicators used to measure content attractiveness on social media. Footlab, a shoe care and repair service company, utilizes Instagram as a promotional platform but continues to face challenges in improving its content performance. This final project aims to create and evaluate ASMR (Autonomous Sensory Meridian Response) content on Footlab's Instagram Reels using the Pleasure, Arousal, and Dominance (PAD) model. This study employed a qualitative approach with data collected through observation, literature review, and a survey using a questionnaire distributed online via Google Forms. The results showed that the implementation of ASMR content increased the number of views from 865,741 to 1,247,346 and accounts reached from 421,343 to 575,542. Based on the PAD analysis, the content successfully generated pleasure through visual transformation, arousal through the presentation of the treatment process, and dominance through audience engagement. Therefore, ASMR content proved to be an effective strategy for increasing audience attraction and improving the performance of Footlab's Instagram Reels.

Keywords: *ASMR Content, Instagram Reels, PAD Model, Audience Attraction, Social Media.*

Jumlah tayangan (*views*) merupakan salah satu indikator untuk mengukur daya tarik konten di media sosial. Footlab sebagai perusahaan jasa perawatan dan reparasi sepatu memanfaatkan Instagram sebagai media promosi, namun masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan performa konten. Tugas akhir ini bertujuan membuat dan mengevaluasi konten ASMR (*Autonomous Sensory Meridian Response*) pada Instagram Reels Footlab menggunakan model *Pleasure, Arousal, dan Dominance* (PAD). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, studi pustaka, dan survei menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui Google Form. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan konten ASMR meningkatkan jumlah *views* dari 865.741 menjadi 1.247.346 dan *accounts reached* dari 421.343 menjadi 575.542 akun. Berdasarkan analisis PAD, konten berhasil menciptakan *pleasure* melalui transformasi visual, *arousal* melalui penyajian proses *treatment*, dan *dominance* melalui keterlibatan audiens. Dengan demikian, konten ASMR efektif meningkatkan daya tarik audiens dan performa Instagram Reels Footlab.

Kata Kunci: *Konten ASMR, Instagram Reels, Model PAD, Daya Tarik Audiens, Media Sosial*

PRAKATA

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan kemudahan yang telah diberikan, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan penuh. Tujuan dari penulisan tugas akhir ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada program studi periklanan, jurusan ilmu komunikasi di politeknik negeri media kreatif jakarta, serta untuk memperoleh gelar A.Md.I.Kom (ahli madya ilmu komunikasi) sebagai syarat kelulusan jenjang D3 (Diploma 3).

Laporan TA Ini tidak akan selesai tanpa ada dorongan dan dukungan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak 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. sebagai Wakil Direktur Bidang Akademik dan Kerja Sama.
3. Imanuel Ronald David Mongkau, M.M., selaku Ketua Jurusan Komunikasi.
4. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., Seketaris Jurusan Periklanan serta Dosen pembimbing 1 Tugas Akhir.
7. Pahala Basuki, M.I.Kom., Dosen pembimbing 2 Tugas Akhir.
8. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan, serta civitas akademika Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah memberikan ilmu, pelayanan, dan dukungan selama penulis menempuh masa perkuliahan.
9. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan Tugas Akhir ini.

10. Briannixa Pattipeilohy selaku CEO Perusahaan footlab yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan praktik industri.
11. Seluruh karyawan perusahaan footlab yang telah membantu, membimbing, dan memberikan pengalaman serta pengetahuan selama kegiatan praktik industri berlangsung.
12. Orang-orang terdekat penulis yang selalu hadir memberikan dukungan, doa, serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dalam tugas akhir ini.

Jakarta, 30/12/2026

Penulis,



Aditya Mulyana Saputra

NIM. 2370404003

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS	
PLAGARISME.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penulisan.....	8
F. Manfaat Penulis.....	8
1. Manfaat untuk Penulis	8
2. Manfaat untuk Politeknik Negeri Media Kreatif	9
3. Manfaat untuk Masyarakat	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Komunikasi Pemasaran	10
1. Pengertian Komunikasi Pemasaran	10
2. Tujuan Komunikasi Pemasaran	10
3. Perkembangan Komunikasi Pemasaran di Era Digital	11
4. Pentingnya Kreativitas dalam Komunikasi Pemasaran	12
B. Instagram sebagai Media Promosi	12

1. IG Feeds.....	13
2. Instagram Stories	14
3. Instagram Reels	14
4. Instagram Live	15
5. Instagram Explore.....	15
6. Instagram Shopping	15
C. Konsep ASMR (Autonomous Sensory Meridian Response).....	16
1. Karakteristik Konten ASMR	16
2. ASMR dalam Konten Digital	17
D. Model <i>Pleasure, Arousal, Dominance</i> (PAD).....	18
1. Pleasure (Kesenangan).....	18
2. Arousal (Ketertarikan)	18
3. Dominance (Keterlibatan).....	19
E. Perencanaan Konten.....	19
1. Konten Plan	19
2. Konten Pilar	20
F. Key Performance Indicator dalam Media Sosial (Instagram).....	20
G. Analisis Situasi	21
H. Analisis STP (Segmentation, Targeting, Positioning).....	22
1. Segmentation (Segmentasi)	22
2. Targeting (Target Pasar)	23
3. Positioning (Posisi Brand)	23
I. Aplikasi Editing Video.....	24
1. Capcut sebagai Aplikasi Editing.....	24
BAB III.....	26
METODE PENELITIAN	26
A. Profil Perusahaan.....	26
B. Teknik Pengumpulan Data	27
1. Observasi	27
2. Studi Pustaka	28
3. Survei.....	29
C. Ruang Lingkup	30
1. Peran Penulis	30
2. Kategori Karya.....	31

3. Langkah Kerja	32
BAB IV	36
PEMBAHASAN	36
A. Analisis Situasi Sebelum Pembuatan Konten ASMR	36
B. Analisis STP Footlab	40
C. Perencanaan Pembuatan Konten ASMR	41
D. Hasil Konten ASMR Instagram Footlab	53
E. Performa Konten	56
F. Hasil Performa Konten.....	60
G. Data Pendukung Terhadap Konten ASMR	63
H. Evaluasi Konten ASMR Instagram Footlab	79
BAB V.....	82
PENUTUP.....	82
A. Simpulan.....	82
B. Saran	83
1. Saran untuk Penulis	83
2. Saran untuk Politeknik Negeri Media Kreatif	83
3. Saran untuk Masyarakat	84
Daftar Pustaka.....	85
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Analisis STP	40
Tabel 4.2 Implementasi Model PAD.....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Perusahaan	26
Gambar 3.2 Langkah Kerja	32
Gambar 4.1 Profile Instagram Footlab	36
Gambar 4.2 Konten Instagram	37
Gambar 4.3 Insight Instagram	39
Gambar 4.4 Analisis Kompetitor.....	42
Gambar 4.5 Content Pillar	47
Gambar 4.6 Content Plan	48
Gambar 4.7 Penentuan Ide Konten.....	49
Gambar 4.8 Persiapan Produksi	50
Gambar 4.9 Produksi Video	51
Gambar 4.10 Editing Video.....	52
Gambar 4.11 Export Video	53
Gambar 4.12 Visual Konten.....	54
Gambar 4.13 Hasil Editing.....	55
Gambar 4.14 Hasil Publikasi.....	56
Gambar 4.15 Reparasi Sol Vans.....	57
Gambar 4.16 Repaint Converse.....	58
Gambar 4.17 Reparasi Sol Converse.....	59
Gambar 4.18 Hasil Insight After ASMR.....	60
Gambar 4.19 Kuesioner Google Form	63
Gambar 4.20 Usia Responden	64
Gambar 4.21 Domisili Responden	65
Gambar 4.22 Pengguna Instagram	66
Gambar 4.23 Menonton Konten ASMR.....	67
Gambar 4.24 Seberapa Menarik Konten ASMR.....	68
Gambar 4.25 Apakah konten ASMR lebih menarik	69
Gambar 4.26 Bagian apa yang paling menarik perhatian anda.....	71
Gambar 4.29 Apakah proses reparasi membuat penasaran.....	74
Gambar 4.30 Apakah Konten ASMR membuat menonton hingga selesai	75

Gambar 4.31 Setelah menonton konten apakah tertarik.....	77
Gambar 4.32 Secara keseluruhan berhasil menarik perhatian	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa.....	88
Lampiran 2 Salinan Lembar Pembimbingan TA	91
Lampiran 3 Hasil Karya	93
Lampiran 4 Surat Pernyataan Praktik Industri	94
Lampiran 5 Dokumentasi Foto Kegiatan Terkait Tugas Akhir	95
Lampiran 6 Dokumentasi Sidang Tugas Akhir.....	96