

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN KONTEN AUDIO VISUAL TESTIMONI
AUDIENS PADA INSTAGRAM @HELLO SELVIO UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND TRUST*

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Ahli Madya



Disusun Oleh :
NOUVAL RAMADHAN
NIM : 2370404108

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Audio Visual Testimoni Audiens Pada
Instagram @Hello Selvio Untuk Meningkatkan *Brand Trust*
Penulis : Nouval Ramadhan
NIM : 2370404108
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 13 Juli 2026

Disahkan oleh :

Ketua penguji



R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn.
NIP. 197906242006041001

Anggota I



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

Anggota 2



Jefri Rahmadian, M.Kom.
NIPN. 0328087601

Disahkan oleh :

Ketua Jurusan Komunikasi



Imanuel Ronald David Mongkau, M.M
NIP. 197106062006041001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir. : Pembuatan Konten Instagram @Hello Selvio Dengan
Menggunakan Testimoni Audiens Untuk Meningkatkan *Brand Trust*

Penulis : Nouval Ramadhan

NIM : 2370404108

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 11 Juni 2026

Pembimbing 1



Dr. Handika Dany R., M.Si.
NIP. 199410152019032015

Pembimbing 2



Jefri Rahmadian M.Kom
NIDN : 0328087601

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Desain Grafis



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

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nouval Ramadhan
NIM : 2370404108
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
Pembuatan Konten Instagram @Hello Selvio Dengan Menggunakan Testimoni Audiens
Untuk Meningkatkan *Brand Trust* 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,



Nouval Ramadhan
NIM. 2370404108

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Nouval Ramadhan
NIM : 2370404108
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 Konten Instagram @Hello Selvio Dengan Menggunakan Testimoni Audiens Untuk Meningkatkan *Brand Trust* beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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,



Nouval Ramadhan
NIM. 2370404108

ABSTRAK

Persaingan bisnis *photobooth* menuntut tingginya *brand trust*, namun penyajian testimoni di Instagram @helloselvio belum optimal. Tugas Akhir ini bertujuan merancang konten audio visual berbasis testimoni untuk meningkatkan *brand trust* tersebut melalui pendekatan kualitatif deskriptif dan metode perancangan karya (pra-produksi hingga pasca-produksi). Perancangan ini berlandaskan pada teori komunikasi pemasaran digital, *visual storytelling*, *social proof*, kredibilitas sumber, dan model AIDA. Hasil perancangan berupa empat konten Instagram Reels dari ulasan jujur pelanggan menunjukkan peningkatan performa yang signifikan. Konten ini menghasilkan rata-rata *Engagement Rate* sebesar 7,21% (mengungguli unggahan katalog statis di 2,62%), mampu menurunkan skeptisisme audiens terhadap iklan, dan berhasil mendongkrak pesanan hingga 350%. Dapat disimpulkan bahwa konten testimoni audio visual yang dikemas menarik terbukti efektif memperkuat *brand trust*, interaksi audiens, dan minat beli secara nyata.

Kata kunci: Instagram, testimoni audiens, *visual storytelling*, *brand trust*, model AIDA.

ABSTRACT

The increasing competition in the photobooth industry demands strong brand trust; however, testimonial presentation on the @helloselvio Instagram account remains sub-optimal. This project aims to design and produce testimonial-based audiovisual content to enhance brand trust using a descriptive qualitative approach combined with a project-based production framework (pre-production, production, and post-production). The framework is grounded in digital marketing communication, visual storytelling, social proof, source credibility, and the AIDA model. The outcome four Instagram Reels crafted from authentic customer reviews demonstrated a significant increase in performance metrics. The content achieved an average Engagement Rate of 7.21% (outperforming static catalog posts at 2.62%), reduced ad skepticism, and boosted orders by 350%. In conclusion, engaging testimonial audiovisual content effectively strengthens brand trust, audience engagement, and purchase intent.

Keywords: Instagram, audience testimonials, *visual storytelling*, *brand trust*, AIDA model.

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "Pembuatan Konten Audio Visual Testimoni Audiens pada Instagram @helloselvio untuk Meningkatkan *Brand Trust*" dengan baik. Tugas Akhir ini disusun guna memenuhi salah satu syarat kelulusan pendidikan Diploma 3, Program Studi Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif. Penulis menyadari bahwa proses penelitian dan perancangan ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan banyak pihak. Dukungan tersebut sangatlah berarti, khususnya dalam membantu penulis memahami strategi pemasaran digital di Instagram, hingga mengaplikasikan konten testimoni untuk membangun kepercayaan *brand* pada jasa *photobooth*.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

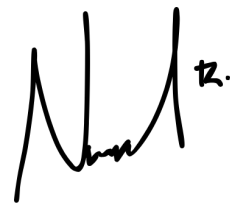
1. Allah Swt. yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang
2. Dwi Riyono, ST., M.Ak., Ph.D. selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta
3. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D. Wakil Direktur Bidang Akademik dan Kerja Sama.
4. Imanuel Ronald David Mongkau, M.M., selaku Ketua Jurusan Komunikasi.
5. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
6. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan.
7. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Periklanan.
8. Dr. Handika Dany R., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I Tugas Akhir.
9. Jefri Rahmadian, M.Kom, selaku Dosen Pembimbing II Tugas Akhir.
10. Novena Widjaya dan Shinta Ilyanassa selaku pembimbing perusahaan selama pelaksanaan praktik industri.

11. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis selama masa perkuliahan.
12. Bunda Dahlia selaku orang tua penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat.
13. Farid, Jeki, Diaz, Plasindra, Andro, Samsul, dan Rafly selaku teman yang selalu menemani dan mendorong penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
14. Seluruh teman yang telah berbagi pengalaman selama perkuliahan.
15. Seluruh teman-teman Angkatan 14 Program Studi Periklanan yang telah bersama-sama menjalani proses perkuliahan dari awal hingga akhir.
16. Kopi Kenangan sebagai tempat yang selalu menemani penulis selama pengerjaan tugas akhir

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun guna penyempurnaan karya ini di masa mendatang.

Jakarta, 13 Juli 2026

Penyusun,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Nouval' followed by a stylized flourish and a small 'R.' or similar mark.

Nouval Ramadhan.

NIM. 2370404108

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penulisan	5
F. Manfaat Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Komunikasi.....	7
B. Periklanan	7
C. Media Periklanan	8
1. Above The Line (ATL)	9
2. Below The Line (BTL).....	9
3. Through The Line (TTL)	9
4. Paid, Owned, dan Earned Media.....	9
D. Instagram sebagai Media Promosi	10
E. Visual Storytelling.....	12
F. Testimoni Audiens.....	12
G. Brand Trust	13
H. Jasa Photobooth	13

I. Model AIDA.....	14
BAB III METODOLOGI PELAKSANAAN.....	16
A. Data Penelitian	16
1. Profil Perusahaan	17
2. Tempat dan Waktu Penelitian	17
B. Sumber Data dan Subjek Penelitian	18
C. Definisi Operasional Variabel.....	19
D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	20
E. Langkah Kerja	21
F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	24
G. Teknik Analisis Data.....	24
BAB IV PEMBAHASAN.....	25
A. Hasil Kegiatan dan Penyajian Data	25
1. Perancangan Konten Instagram Berbasis Testimoni Audiens	25
2. Alur Kerja Produksi Konten Testimoni @helloselvio	28
3. Penerapan Formula AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) dalam Pengemasan Konten	31
4. Metrik Capaian Kuantitatif Konten dan Indikator Kepercayaan	34
5. Perbandingan Efektivitas dengan unggahan Instagram Lain (Non-Testimoni) Periode April – Juni 2026	39
B. Pembahasan dan Verifikasi Teoretis.....	41
1. Kajian Hasil Perancangan Berdasarkan Teori Komunikasi dan Periklanan Modern.....	41
2. Verifikasi Klasifikasi Media Periklanan dan Optimalisasi Media Sosial Instagram	43
3. Analisis Pengemasan Testimoni Melalui Pendekatan Visual Storytelling, Social Proof, dan Model AIDA	45
4. Verifikasi Dampak Konten Terhadap Penguatan Brand Trust pada Jasa Photobooth.....	47
5. Analisis Komparatif Psikologi Konsumen: Kredibilitas Sumber vs Promosi Mandiri	48
BAB V PENUTUP.....	51
A. Simpulan	51
B. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Fitur Ads Instagram.....	10
Gambar 2 Data Pengguna Instagram Tahun 2025	11
Gambar 3 Cover Content Social Media Hello Selvio	16
Gambar 4 Logo Perusahaan	17
Gambar 5 Event Cerdas Cermat Pertamina	18
Gambar 6 Dokumentasi Event	19
Gambar 7 Alur Kerja.....	21
Gambar 8 Cover Reels Konten @helloselvio	26
Gambar 9 Alur Kerja Pembuatan Karya	28
Gambar 10 Proses pengambilan konten bersama audiens	29
Gambar 11 Proses Editing konten Testimoni.....	29
Gambar 12 Proses Approval hasil editing konten.....	30
Gambar 13 Tampilan Konten yang sudah terunggah ke Instagram @helloselvio	31
Gambar 14 Cover instagram Hello Selvio	32
Gambar 15 Mandatori Konten Reels Hello Selvio	34
Gambar 16 List Pesanan Hello Selvio April – Juni 2026	35
Gambar 17 Insight Reel Testimoni Audiens.....	37
Gambar 18 Insight Reels Testimoni AI Photobooth, Gif Animated dan Event Tujuh Kurma	38
Gambar 19 Grafik perbandingan Konten Testimoni dengan Konten Katalog.....	40

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kategori Konten Testimoni Hello Selvio.....	27
Tabel 2 <i>List</i> Pertanyaan Audiens.....	28
Tabel 3 Metrik Performa Instagram <i>Insights</i> Konten <i>Reels</i> @helloselvio.....	36
Tabel 4 Perbandingan Konten Testimoni dan Konten Katalog	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa.....	56
Lampiran 2 Surat Bebas Biaya Pendidikan.....	59
Lampiran 3 Kartu Bimbingan Tugas Akhir	60
Lampiran 4 Kartu Bimbingan Tugas Akhir	61
Lampiran 5 Surat Keterangan Praktik Industri	62
Lampiran 6 Lembar Hasil Cek Plagiarisme	63
Lampiran 7 Sertifikat Kompetensi	64
Lampiran 8 Dokumentasi Kegiatan Terkait Tugas Akhir.....	65
Lampiran 9 Dokumentasi Sidang Tugas Akhir.....	66