

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN KONTEN EDUKASI INTERAKTIF *REELS* INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* @lembaga.sensor.film

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar Ahli Madya



DISUSUN OLEH:
MUHAMMAD ALI HANAFI
NIM:2370404082

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

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Edukasi Interaktif Reels Instagram dalam Meningkatkan Brand Awareness @lembaga.sensor.film

Penulis : Muhammad Ali Hanafi
NIM : 2370404082
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji
Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari...^{Selasa}...tanggal...²²...2026.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



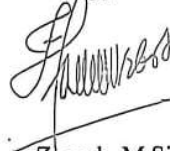
Sifa Sultanika, M.Sn
NIP. 199406252022032017

Anggota 1



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

Anggota 2



Zaenab, M.Si.
NIP. 199211132019032025

Mengetahui
Ketua Jurusan Komunikasi



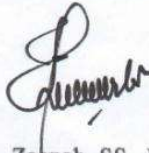
Immanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M.
NIP. 197106062006041001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Muhammad Ali Hanafi
NIM : 2370404082
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan di setujui untuk disidangkan.
Ditanda tangani di. Jakarta, (2) Juni, 2026

Pembimbing I



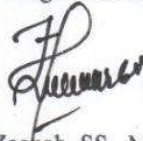
Zaenab, SS., M.Si.
NIP. 199211132019032025.

Pembimbing II



Seno Pramudji, S.Sos.

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, SS., M.Si
NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Ali Hanafi
NIM : 2370404082
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
**PEMBUATAN KONTEN EDUKASI INTERAKTIF REELS INSTAGRAM DALAM
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS @lembaga.sensor.film** 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,



Muhammad Ali Hanafi

NIM: 2370404082

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Muhammad Ali Hanafi
NIM : 2370404082
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: **PEMBUATAN KONTEN EDUKASI INTERAKTIF REELS INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS @lembaga.sensor.film**

Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif 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, 2 Juni 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Ali Hanafi
NIM: 2370404082

ABSTRAK

The Film Censorship Board of the Republic of Indonesia (LSF RI) utilizes Instagram as a public communication channel to educate the public on the importance of watching films according to age classifications through the National Movement for a Self-Censorship Culture (GNBSM) campaign. However, low public understanding and the perception that the LSF merely acts as a "film cutter" pose challenges in building Brand awareness. This final project report aims to describe the process of designing and creating educational content for the @lembaga.sensor.film Instagram account by applying the AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) communication model as a message delivery strategy. The methods employed include observation, literature review, and questionnaires to gather data on the content production process and audience response. The author served in a publications role, responsible for event coverage, scriptwriting, production, and the editing of video and graphic content. The results indicate that applying the AISAS model facilitated the creation of more structured educational content, captured audience attention, encouraged interaction, and supported increased Brand awareness for the Film Censorship Board by delivering information that was creative, informative, and easily understood by the public.

Keywords: *Educational Content, Instagram, AISAS, Brand awareness, Film Censorship Board, National Movement for a Self-Censorship Culture (GNBSM).*

Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI) memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi publik untuk mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya menonton film sesuai klasifikasi usia melalui kampanye Gerakan Nasional Budaya Sensor Mandiri (GNBSM). Namun, masih rendahnya pemahaman masyarakat serta anggapan bahwa LSF hanya berperan sebagai "pemotong film" menjadi tantangan dalam membangun *Brand awareness*. Laporan tugas akhir ini bertujuan mendeskripsikan proses perancangan dan pembuatan konten edukasi pada akun Instagram @lembaga.sensor.film dengan menerapkan model komunikasi AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) sebagai strategi penyampaian pesan. Metode yang digunakan meliputi observasi, studi pustaka, dan kuesioner untuk memperoleh data mengenai proses produksi konten serta respons audiens. Penulis berperan sebagai publikasi yang bertanggung jawab dalam peliputan kegiatan, penyusunan naskah, produksi, hingga penyuntingan konten video dan grafis. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa penerapan model AISAS mampu membantu penyusunan konten edukasi yang lebih terstruktur, menarik perhatian audiens, mendorong interaksi, serta mendukung peningkatan *Brand awareness* Lembaga Sensor Film melalui penyampaian informasi yang kreatif, informatif, dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Kata kunci: *Konten Edukasi, Instagram, AISAS, Brand awareness, Lembaga Sensor Film, Gerakan Nasional Budaya Sensor Mandiri (GNBSM).*

PRAKATA

Dengan mengucapkan syukur atas berkat rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, Penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan baik. Adapun tujuan penulisan Laporan Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma - 3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Tugas Akhir ini berjudul “Pembuatan Konten Edukasi Interaktif Reels Instagram dalam Meningkatkan Brand Awareness @lembaga.sensor.film pada Akun Instagram @lembaga.sensor.film”

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kesempatan bagi penulis dalam menyelesaikan laporan Tugas akhir ini.
2. Dwi Riyono, ST., M.Ak., Ph.D., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
3. Mawan Nugraha S.Si., M.Acc., Ph.D., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
4. Dr. Ir. Cholid Mawardi S.Kom., M.T., Wakil Direktur Bidang Keuangan.
5. Dr. Dayu Sri Herti S.PD., M.Sn., Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan
6. Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M., Ketua Jurusan Komunikasi.
7. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
8. Zaenab, M.Si selaku Ketua Program Studi Periklanan Politeknik Negeri Media Kreatif, sekaligus Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan

kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.

9. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., selaku sekretari Program Studi Periklanan.
10. Seluruh Dosen dan rekan Mahasiswa Program Studi Periklanan, menjalin kebersamaan selama masa perkuliahan.
11. Seno Pramuadji selaku Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
12. Bapak Nusantara Husnul Khatim Mulkan, selaku ketua Subkomisi Publikasi, yang telah memberikan masukan dan evaluasi bagi penulis dalam melakukan pembuatan konten.
13. Mba Eka Kartika Halim dan Mas Wahyu Okta Nahendera, selaku Tenaga Sensor Subkomisi Publikasi dan sekaligus Mentor saya dalam pengarahan pembuatan konten.
14. Lembaga Sensor Film, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis, untuk dapat ikut serta dalam program Praktik Industri.
15. Kedua Orang tua penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Magang ini.
16. Rekan-rekan magang Lembaga Sensor Film Republik Indonesia, yang telah memberi dukungan dan bantuan.

17. Jeger, selaku teman dekat penulis yang selalu memotivasi penulis dalam mengerjakan laporan Tugas akhir ini.
18. Reza auditore, yang selalu menghibur penulis di saat penulis sedang menyusun laporan Tugas akhir ini.
19. Justin Andrean Ruandi & Muhammad Zidan Fadillah, selaku sahabat dekat yang selalu menemani penulis.
20. Seluruh Anggota Eureka Agency, yang berjuang dan belajar bersama penulis selama semester 4 & semester 5.
21. Grup member Jomokers, yang telah menemani dan menghibur penulis selama ini.
22. Seluruh member grup Tugas Masseh yang selalu memberikan informasi mengenai laporan Tugas akhir.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam Laporan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk Laporan Tugas Akhir ini.

Jakarta 14 Juli 2026

Penulis,



Muhammad Ali Hanafi

NIM. 2370404082

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penulisan.....	6
F. Manfaat Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Komunikasi	8
B. Media Sosial.....	8
C. Instagram.....	9
D. Konten Kreatif.....	11
E. Konten Edukasi di Media Sosial	12
F. Analisis SWOT	13
G. AISAS	15
H. Analisis STP.....	16
I. <i>Brand awareness</i>	17
BAB III METODE PELAKSANAAN	21
A. Data Objek Penulisan.....	21
B. Teknik Pengumpulan Data.....	27
C. Ruang Lingkup.....	30
D. Hasil karya	30
E. Ide Kreatif	34

BAB IV PEMBAHASAN.....	35
A. Gambaran Umum Lembaga Sensor Film Republik Indonesia	35
B. Gambaran Umum Pekerjaan	37
C. Alur kerja	37
D. Analisis SWOT	43
E. Analisis STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>)	46
F. Proses Pembuatan / Alur kerja	47
G. Analisis Metode AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i>)	53
H. Perbandingan Analisis sebelum dan sesudah	63
I. Hasil Kuesioner Responden	65
J. Hasil penilaian elemen AISAS pada konten	69
K. Analisis <i>Brand awareness</i>	72
BAB V Penutup	77
A. Simpulan	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis SWOT	14
Tabel 2 Analisis SWOT	44
Tabel 3 Analisis Metode AISAS pada konten edukasi interaktif <i>reels</i>	54
Tabel 4 Analisis Metode AISAS pada konten edukasi interaktif <i>reels</i>	57
Tabel 5 Analisis Metode AISAS pada konten edukasi interaktif <i>reels</i>	60
Tabel 6 Analisis sebelum dan sesudah penerapan metode AISAS	63
Tabel 7 jenis kelamin responden.....	67
Tabel 8 Pekerjaan responden	67
Tabel 9 umur responden.....	68
Tabel 10 Analisis <i>Brand awareness</i>	73
Tabel 11 Analisis <i>Brand awareness</i>	74
Tabel 12 Analisis <i>Brand awareness</i>	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Akun Instagram Lembaga Sensor Film RI.....	3
Gambar 2 Piramida Brand awareness	18
Gambar 3 Logo Lembaga Sensor Film	21
Gambar 4 Struktur Lembaga Sensor Film	24
Gambar 5 Konten <i>recap</i> hasil kegiatan.....	31
Gambar 6 Konten grafis <i>Meme</i>	32
Gambar 7 Konten <i>Motion</i> grafis ucapan hari nasional.....	33
Gambar 8 Konten kuis sabtu seru	33
Gambar 9 Logo Lembaga Sensor Film	35
Gambar 10 Alur kerja.....	37
Gambar 11 Menerima link <i>drive</i>	38
Gambar 12 <i>File</i> naskah hasil kegiatan	39
Gambar13 Footage gambar kegiatan	40
Gambar 14 Proses penyuntingan video.....	41
Gambar 15 Revisi dan evaluasi konten.....	42
Gambar 16 Referensi elemen	48
Gambar 17 <i>List</i> pertanyaan	49
Gambar 18 Proses penyuntingan konten.....	50
Gambar 19 Review hasil dari penyutingan konten	51
Gambar 20 Revisi konten.....	51
Gambar 21 Publikasi konten	52
Gambar 22 Diagram responden pengguna instagram	66
Gambar 23 Diagram Profil responden	66

Gambar 24 Diagram pekerjaan responden.....	67
Gambar 25 Diagram umur responden	68
Gambar 26 Diagram hasil penilaian elemen <i>Attention</i>	69
Gambar 27 Diagram hasil penilaian elemen <i>Interest</i>	70
Gambar 28 Diagram hasil penilaian elemen <i>Search</i>	70
Gambar 29 Diagram penilaian elemen <i>Action</i>	71
Gambar 30 Diagram penilaian elemen <i>Share</i>	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa.....	82
Lampiran 2 Dokumentasi Kegiatan Praktik industri.....	86
Lampiran 3 Lembar Kartu Bimbingan Tugas Akhir.....	87
Lampiran 4 Dokumentasi Bimbingan	89
Lampiran 5 Sertifikat Praktik Industri	90
Lampiran 6 Lembar cek plagiarisme.....	91