

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN KONTEN KREATIF PROPERTI MENGUNAKAN METODE *AISAS* UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* *INSTAGRAM @annieland.id*

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



Oleh:

MUHAMMAD NAUFAL ALIFAH

NIM : 2370404091

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

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Kreatif Properti Menggunakan Metode AISAS untuk Meningkatkan Engagement Instagram @annieland.id

Penulis : Muhammad Naufal Alifah

NIM : 2370404091

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

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

Disahkan oleh :

Ketua penguji



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom.

NIP 198812222020122006

Anggota I



Rezki Aulia, M.I.Kom.

NIP 199606282025061004

Anggota II



Rizki Akbar Mustopa S.Pd., Gr., M.P.d.

NIP 199304272024061001

Mengetahui
Ketua Jurusan Komunikasi



Imanuel Ronald David M., MM.

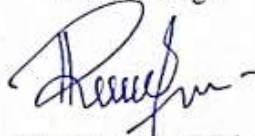
NIP 197106062006041001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Kreatif Properti Menggunakan Metode AISAS Berbasis Pendekatan User Centric Narrative untuk Meningkatkan Engagement Instagram @annieland.id
Penulis : Muhammad Naufal Alifah
NIM : 2370404091
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

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

Pembimbing I



Rizki Akbar Mustopa S.Pd., Gr., M.P.d
NIP 199304272024061001

Pembimbing II



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

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Naufal Alifah
NIM : 2370404091
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: *Pembuatan Konten Kreatif Properti Menggunakan Metode AISAS Berbasis Pendekatan User-Centric Narrative Untuk Meningkatkan Engagement Instagram @annieland.id*

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, 10 Juni 2026

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular postage stamp. The stamp is yellow and red, featuring the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METRAI TEMPEL', and '08EEAC018598806'.

Muhammad Naufal Alifah
NIM 2370404091

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Muhammad Naufal Alifah
NIM : 2370404091
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 Kreatif Properti Menggunakan Metode AISAS Berbasis Pendekatan User-Centric Narrative Untuk Meningkatkan Engagement Instagram @annieland.id 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,


Muhammad Naufal Alifah
2370404091

ABSTRAK

Penetrasi internet di Indonesia menjadikan *Instagram* sebagai tempat krusial bagi pemasaran visual properti. Namun, akun *Instagram @annieland.id* memiliki rendahnya tingkat *engagement*, dengan data *engagement Instagram @annieland.id* di bulan Desember 2025 yang memiliki 174 interaksi dari keseluruhan seperti *Like*, *Comment*, dan *Share*. Kondisi ini berisiko menyebabkan hilangnya target pasar jika tidak segera diatasi dengan strategi konten yang efektif. Penelitian ini bertujuan merancang konten kreatif properti guna meningkatkan interaksi pengguna pada akun *@annieland.id*. Metode yang digunakan adalah integrasi model *AISAS* (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Strategi ini untuk membangun interaksi kepada audiens melalui penggunaan visual yang estetik, *headline* persuasif, perancangan ini diharapkan dapat mengoptimalkan setiap tahap interaksi digital.

Kata kunci: *Instagram, engagement, konten kreatif properti, AISAS.*

ABSTRACT

Internet penetration in Indonesia has made Instagram a crucial platform for visual real estate marketing. However, the @annieland.id Instagram account has a low engagement rate; data from December 2025 shows that @annieland.id had only 174 interactions including Likes, Comments, and Shares across all metrics. This situation risks losing the target market if not immediately addressed with an effective content strategy. This study aims to design creative real estate content to increase user interaction on the @annieland.id account. The method used is the integration of the AISAS model (Attention, Interest, Search, Action, Share). This strategy aims to build interaction with the audience through the use of aesthetically pleasing visuals and persuasive headlines; this design is expected to optimize every stage of digital interaction.

Keywords: *Instagram, engagement, creative real estate content, AISAS.*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Praktik Industri ini dengan baik. Tujuan penulisan laporan Praktik Industri sebagai kewajiban bagi penulis yang telah melaksanakan Praktik di industri yang diselenggarakan oleh program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Laporan Praktik Industri 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, ST., M.Ak., Ph.D., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif;
2. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D., Wakil Direktur Bidang Akademik;
3. Imanuel Ronald David Mongkau, M.M., Ketua Jurusan Komunikasi;
4. Irpan Riana, M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi;
5. Zaenab, S.S., M.Si Koordinator Program Studi Periklanan;
6. Rizki Akbar Mustopa S.Pd., Gr., M.Pd., Dosen Pembimbing 1;
7. Dr. Ressa Uli Patrissia S.S., M.Ikom., Dosen Pembimbing 2;
8. seluruh dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah membantu, melayani dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Media Kreatif;
9. orang tua dan keluarga atas dukungan serta motivasi yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang sedang berlangsung serta tak lupa doa yang selalu dipanjatkannya agar penulis diberi kesehatan selalu;
10. Arya Arifin, Pembimbing Praktik Industri di *Annieland* yang selalu membimbing dan memberikan banyak ilmu kepada penulis;
11. segenap keluarga besar *MARKETING* yang selalu membantu penulis dalam mengerjakan tugas-tugas selama praktik industri di *Annieland*;
12. teman-teman Periklanan angkatan 2023 yang telah berjuang selama tiga tahun bersama-sama melewati suka dan duka.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam laporan Praktik Industri ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk laporan Tugas Akhir ini. Semoga hasil dari Laporan Praktik Industri ini dapat bermanfaat bagi diri penulis pribadi dan para pembaca untuk kedepannya.

Jakarta, 16 Juli 2026
Penulis,

Muhammad Naufal Alifah
2370404091

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	xiv
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah	3
E. Tujuan Penulis.....	4
F. Manfaat Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Konsep Komunikasi Pemasaran.....	5
1. Pengertian Konsep Komunikasi Pemasaran.....	5
2. Model Komunikasi Pemasaran	5
B. Media Sosial.....	6
1. Pengertian Media Sosial.....	6
2. Instagram.....	6
3. Fitur Utama Instagram	7
C. Konten.....	7

1. Pengertian Konten.....	7
2. Konten Kreatif.....	7
3. Konten Promosi.....	8
D. Kriteria Konten yang baik.....	10
E. Properti.....	11
F. AISAS	11
1. Pengertian AISAS	11
2. Model AISAS.....	12
G. Engagement.....	13
1. Pengertian Engagement.....	13
BAB III METODE PELAKSANAAN	14
A. Objek Penulisan	14
1. Instagram Annieland	14
2. Alamat Perusahaan.....	15
B. Teknik Pengumpulan Data	15
1. Observasi.....	15
2. Wawancara.....	16
3. Studi Pustaka.....	16
C. Ruang Lingkup	16
1. Peran Penulis.....	16
2. Katagori Karya	16
3. Ide Karya.....	17
D. Langkah Kerja	17
1. Pra Produksi	17
2. Produksi	17
3. Pasca Produksi	17

BAB IV PEMBAHASAN.....	18
A. Kondisi Awal Instagram @annieland	18
B. Pembuatan konten menggunakan AISAS	20
C. Hasil Karya.....	23
D. Analisis Perencanaan Konten Berdasarkan Model AISAS	26
F. Analisis Engagement	29
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	34
A. Kesimpulan	34
B. Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Komunikasi Pemasaran	5
Gambar 2 Model AISAS	12
Gambar 3 Instagram Annieland.....	14
Gambar 4 Langkah Kerja	17
Gambar 5 Editing Vidio dan Desain.....	21
Gambar 6 Laporan Konten	22
Gambar 7 Konten Informasi	23
Gambar 8 Konten Edukasi.....	24
Gambar 9 Top Konten	25
Gambar 10 Intraksi Peforma Instagram.....	32

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kondisi Awal Instagram.....	18
Tabel 2 Brief Konten	20
Tabel 3 Analisis AISAS Konten Informasi	26
Tabel 4 Analisis konten edukasi.....	28
Tabel 5 Engagement Awal Desember	29
Tabel 6 Engagement Sesudah Januari	30
Tabel 7 Engagement Sesudah Februari	30
Tabel 8 Engagement Sesudah Maret	31
Tabel 9 Engagement Sesudah April	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa.....	38
Lampiran 2 Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing 1	41
Lampiran 3 Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing 2	42
Lampiran 4 Dokumentasi Bimbingan TA Dosen Pembimbing 1	43
Lampiran 5 Dokumentasi Bimbingan TA Dosen Pembimbing 2	44
Lampiran 6 Hasil Cek Plagiarisme.....	45
Lampiran 7 Surat Keterangan Praktik Industri	48
Lampiran 8 Dokumentasi Wawancara	49
Lampiran 9 Sertifikat Kopetensi	50
Lampiran 10 Dokumentasi Sidang TA.....	51