

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**OPTIMASI ELEMEN AUDIO VISUAL UNTUK**  
**MENDUKUNG *AWARENESS* AKUN TIKTOK**  
**@PANTAU.TALKS PERIODE APRIL-JUNI 2026**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Ahli  
Madya Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh**  
**MUHAMMAD SYAHDANUARYA RAUSHANFIKR**  
**NIM: 2370404096**

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

# LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Optimasi Elemen Audio Visual untuk Mendukung  
Awareness pada Akun TikTok @pantau..talks Periode  
April-Juni 2026  
Penulis : Muhammad Syahdanuarya Raushanfikr  
NIM : 2370404096  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi

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

Disahkan oleh:

Ketua Penguji

Freddy Yakob, M.I.Kom.

NIP. 199011182019031009

Anggota 1



Seno Pramudaji, S.Sos.

NIDN. 0704050027

Anggota 2



Rizky Kertanegara, M.Si.

NUPTK.9447761662131482

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi



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

NIP. 197106062006041001

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

### LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul : Optimasi Elemen Audio Visual Untuk Mendukung  
Awareness Akun @pantau.talks Periode April-Juni 2026

Nama : Muhammad Syahdanuarya Raushanfikr  
NIM : 2370404096  
Program Studi : Komunikasi  
Jurusan : Periklanan  
Tahun Akademik : 2025/2026

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.  
Ditandatangani di ...*Selasa*..., *23 Juni 2026*...

Pembimbing 1



Rizky Kertanegara M.Si  
NUPTK.9447761662131482

Pembimbing II



Naldo, M.Si  
NUPTK 2251764665130293

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, SS., M.Si  
NIP. 199211132019032025

# PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

## PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Syahdanuarya Raushanfikr  
NIM : 2370404096  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul *Optimasi Elemen Audio Visual Untuk Mendukung Awareness Akun Tiktok @pantau.talks Periode April-Juni 2026* **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, 30 Juni 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Syahdanuarya  
Raushanfikr  
NIM 237040409

## PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

### PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Muhammad Syahdanuarya Raushanfikr  
NIM : 2370404096  
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:

*Optimasi Elemen Audio Visual Untuk Mendukung Awareness Akun Tiktok @pantau.talks Periode April-Juni 2026* 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 sebagaipemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 30 Juni 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Syahdanuarya  
Raushanfikr  
2370404096

## ABSTRAK

*The high level of competition for short-form video content on the TikTok platform increases the risk of messages being overlooked (clutter) by the audience, thereby limiting the achievement of digital media awareness. This final project aims to optimize the use of audiovisual elements to support awareness-building efforts on the TikTok account @pantau.talks during the period of April–June 2026. The project was carried out using the active participatory observation method, with the author serving as a Production Assistant responsible for studio operations, including lighting, camera framing, and audio management. The workflow began with pre-production, involving the creation of a technical breakdown and the setup of a teleprompter, followed by the production phase, which included implementing a two-point lighting setup with Keylight, Fill Light, and Backlight; Medium Close-Up (MCU) framing; and processing the vocal audio to ensure it was rich and clear. During the post-production phase, format alignment and evaluation of publication data were conducted. The optimization results showed a significant improvement in visual engagement and audience retention during the first five seconds (5-second marketing). Overall, the structured engineering of the studio's audiovisual elements proved effective in creating an initial visual hook and maintaining the audience's cognitive comfort to boost the account's awareness metrics.*

**Keywords:** *5-second marketing; audiovisual; awareness; production assistant; TikTok.*

Tingginya tingkat persaingan konten video pendek di platform TikTok memicu risiko pengabaian pesan (*clutter*) oleh audiens, sehingga membatasi ketercapaian tingkat awareness media digital. Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengoptimalkan penggunaan elemen audio visual dalam mendukung pencapaian awareness pada akun TikTok @pantau.talks periode April–Juni 2026. Pelaksanaan karya dilakukan melalui metode observasi partisipatif aktif dengan peran penulis sebagai Production Assistant yang bertanggung jawab pada pilar operasional studio, mencakup kategori tata cahaya, pembingkaihan kamera, serta pengelolaan audio. Tahapan kerja diawali dari pra-produksi melalui penyusunan technical breakdown dan penyiapan prompter, dilanjutkan tahap produksi berupa penerapan skema pencahayaan dua titik dengan *Keylight*, *Fill Light*, *Backlight*, pembingkaihan *Medium Close Up* (MCU), serta pengolahan audio vokal yang tebal dan bersih. Pada tahap pasca-produksi dilakukan penyesuaian format serta evaluasi data publikasi. Hasil optimasi menunjukkan peningkatan signifikan pada performa keterlibatan visual dan retensi audiens lima detik pertama (*5 seconds marketing*). Secara keseluruhan, rekayasa elemen audio visual studio yang terstruktur terbukti efektif membangun visual hook awal dan menjaga kenyamanan kognitif audiens untuk mendorong pencapaian *awareness* akun.

**Kata Kunci:** *5 seconds marketing; audio visual; awareness; production assistant; TikTok.*

## PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul " optimasi elemen audio visual untuk mendukung *Awareness* akun TikTok @pantau.talks periode April-Juni 2026" 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 penerapan ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan banyak pihak. Dukungan tersebut sangatlah berarti, khususnya dalam membantu penulis memahami strategi optimasi elemen audio visual untuk mendukung awareness di TikTok.

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

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan bagi penulis dalam menyusun Laporan Tugas Akhir.
2. Orang tua penulis, yaitu Ira Guspiani selaku Ibu dari penulis yang senantiasa berusaha memberikan yang terbaik kepada penulis, merawat, dan mendukung penulis dalam segala hal, serta memberikan keteguhan. Tak lupa, kepada ayah penulis Mehrum yang senantiasa memberi dukungan , pengarahan, motivasi dalam setiap langkah kehidupan penulis, serta memberikan semangat kepada penulis.
3. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
4. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D., selaku Wakil Direktur Bidang Akademik.
5. Immanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Komunikasi.
6. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn. selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi.
7. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan.

8. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Periklanan.
9. Fanny Firdaus selaku Pembimbing di Pantau.com dan tim yang telah menerima penulis melakukan praktik industri di Pantau.com
10. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
11. Rekan-rekan Angkatan 2023 Program Studi Periklanan yang telah menjadi teman berjuang bersama-sama selama tiga tahun.
12. Rekan-rekan magang di Pantau.com yang mendukung penulis dalam menyusun Laporan Tugas Akhir ini.
13. Rekan-rekan gondring yang selalu membantu penulis dalam memberikan kritik dan masukan.
14. Nouval Ramadhan yang membantu penulis dalam menyusun laporan tugas akhir ini.
15. Rekan-rekan KANBAR yang selalu menemani penulis dalam menyusun laporan tugas akhir ini.

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

Penulis,



Muhammad Syahdanuarya

Raushanfikr

2370404096

## DAFTAR ISI

|                                                                    |      |
|--------------------------------------------------------------------|------|
| LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....                                | ii   |
| LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR .....                        | iii  |
| PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS<br>PLAGIARISME ..... | iv   |
| PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....                            | v    |
| ABSTRAK .....                                                      | vi   |
| PRAKATA .....                                                      | vii  |
| DAFTAR ISI.....                                                    | ix   |
| DAFTAR GAMBAR.....                                                 | xii  |
| DAFTAR TABEL .....                                                 | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                              | xiv  |
| BAB I.....                                                         | 1    |
| PENDAHULUAN.....                                                   | 1    |
| A. Latar Belakang .....                                            | 1    |
| B. Identifikasi Masalah.....                                       | 3    |
| C. Batasan Masalah.....                                            | 4    |
| D. Rumusan Masalah .....                                           | 4    |
| E. Tujuan Penulisan.....                                           | 4    |
| F. Manfaat Penulisan.....                                          | 5    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                                       | 6    |
| A. Komunikasi Periklanan Digital .....                             | 6    |
| B. Strategi Kreatif Eksekusi Video Pendek .....                    | 7    |
| 1. Teori Tata Cahaya .....                                         | 7    |
| 2. Teori Pembungkaman Kamera.....                                  | 9    |
| C. Strategi Taktis pada Studio .....                               | 10   |
| D. Konsep <i>Awareness</i> dalam Media Sosial Video Pendek.....    | 11   |

|                                                                                             |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1. Reach.....                                                                               | 12        |
| 2. Impression .....                                                                         | 12        |
| 3. <i>5 Seconds Marketing</i> .....                                                         | 12        |
| <b>BAB III.....</b>                                                                         | <b>14</b> |
| <b>METODE PELAKSANAAN .....</b>                                                             | <b>14</b> |
| A. Data/Objek Penulisan.....                                                                | 14        |
| 1. Tentang Pantau.com .....                                                                 | 14        |
| 2. Logo Perusahaan .....                                                                    | 15        |
| 3. Visi dan Misi Perusahaan.....                                                            | 15        |
| 4. Struktur Organisasi .....                                                                | 16        |
| B. Teknik Pengumpulan Data.....                                                             | 18        |
| 1. Observasi.....                                                                           | 18        |
| C. Ruang Lingkup.....                                                                       | 18        |
| 1. Peran Penulis.....                                                                       | 18        |
| 2. Kategori Karya .....                                                                     | 19        |
| D. Langkah Kerja.....                                                                       | 19        |
| 1. Tahap Persiapan (Pra-produksi).....                                                      | 20        |
| 2. Tahap Pelaksanaan (Produksi) .....                                                       | 20        |
| 3. Tahap Pasca-produksi (Preview).....                                                      | 25        |
| <b>BAB IV .....</b>                                                                         | <b>27</b> |
| <b>PEMBAHASAN .....</b>                                                                     | <b>27</b> |
| A. Analisis Masalah .....                                                                   | 27        |
| 1. Periode Pra-Optimasi Studio (Februari-Maret 2026).....                                   | 27        |
| 2. Periode Pasca-Optimasi Studio (April-Juni 2026).....                                     | 30        |
| B. Optimasi Elemen Audio Visual untuk Performa Periklanan .....                             | 31        |
| 1. Penerapan Tata Cahaya ( <i>Lighting Strategy</i> ) untuk Mengunci Perhatian Audiens..... | 32        |

|                                                                |           |
|----------------------------------------------------------------|-----------|
| 2. Penerapan Pembimbingan Kamera Pada Pengambilan Video Pantau |           |
| Talks .....                                                    | 38        |
| C. Tren Capaian Performa Publik Periode April-Juni 2026 .....  | 41        |
| 1. Tren Capaian Performa Bulan April 2026 .....                | 42        |
| 2. Tren Capaian Performa Bulan Mei 2026 .....                  | 42        |
| 3. Tren Capaian Performa Bulan Juni 2026 .....                 | 43        |
| <b>BAB V.....</b>                                              | <b>44</b> |
| <b>PENUTUPAN .....</b>                                         | <b>44</b> |
| A. Simpulan .....                                              | 44        |
| B. Saran.....                                                  | 45        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                    | <b>48</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 3.1 Logo Pantau.com.....                                 | 15 |
| Gambar 3.2 Struktur Organisasi.....                             | 17 |
| Gambar 3.3 Langkah Kerja.....                                   | 20 |
| Gambar 4.1 Gambaran Kasar Setup Pantau Talks Pra Optimasi ..... | 28 |
| Gambar 4.2 Visualisasi dari Gambar 4.1 .....                    | 28 |
| Gambar 4.3 Hasil Akhir Pantau Talks Pra Optimasi .....          | 30 |
| Gambar 4.4 Pantau Talks Sesudah Optimasi .....                  | 31 |
| Gambar 4.5 Key Light.....                                       | 32 |
| Gambar 4.6 Fill Light.....                                      | 33 |
| Gambar 4.7 Backlight .....                                      | 33 |
| Gambar 4.8 Gambaran Key Light.....                              | 34 |
| Gambar 4.9 Gambaran Fill Light .....                            | 35 |
| Gambar 4.10 Gambaran Backlight.....                             | 36 |
| Gambar 4.11 Visualisasi dari penggunaan lampu.....              | 37 |
| Gambar 4.12 Hasil Akhir Pantau Talks Setelah Optimasi.....      | 38 |
| Gambar 4.13 Gambaran Kasar Framing Pantau Talks.....            | 39 |
| Gambar 4.14 Hasil Akhir Framing Pantau Talks.....               | 39 |
| Gambar 4.15 Proses Editing Video Tiktok Pantau Talks .....      | 41 |

## **DAFTAR TABEL**

|                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.1 Indikator Awareness Publik Periode April-Juni 2026 Pantau Talks..... | 42 |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa Periklanan Jurusan Komunikasi. | 49 |
| Lampiran 2 Bebas Biaya Pendidikan .....                                  | 50 |
| Lampiran 3 Lembar Pembimbingan Tugas Akhir (Pembimbing I) .....          | 51 |
| Lampiran 4 Lembar Pembimbingan Tugas Akhir (Pembimbing II).....          | 52 |
| Lampiran 5 Lembar Hasil Cek Plagiarisme .....                            | 53 |
| Lampiran 6 Dokumentasi Bimbingan Laporan Tugas Akhir.....                | 55 |
| Lampiran 7 Sertifikat Kompetensi .....                                   | 57 |
| Lampiran 8 Dokumentasi Sidang Tugas Akhir.....                           | 58 |