

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PENGEMBANGAN KONTEN INSTAGRAM DI @RRI_JAKARTA
DENGAN MENGGUNAKAN TEORI AIDA UNTUK MENINGKATKAN
ENGAGEMENT GENERASI Z**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar (A.Md.I.K) Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Desva Pramesti Regita Cahyani

NIM: 2370404038

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2026

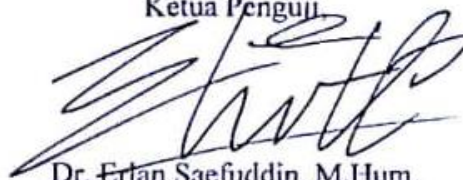
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengembangan Konten Instagram di @rri_jakarta Dengan Menggunakan Teori Aida Untuk Meningkatkan *Engagement* Generasi Z

Penulis : Desva Pramesti Regita Cahyani
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Pembimbing 1 : Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd
Pembimbing 2 : Faika A. Rahadian S.E., M.Com

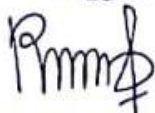
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari ..Senin.., tanggal ..21 Juli 2024..

Disahkan oleh:
Ketua Penguji



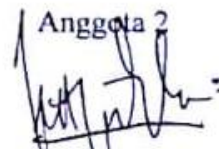
Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum.
NIP. 197508072009121001

Anggota 1



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

Anggota 2



Faika A. Rahadian S.E., M.Com



Immanuel Ronald David Mongkru, S.E., M.M.
NIP. 197406062006041001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengembangan Konten Instagram di
@rri_jakarta Dengan Menggunakan Teori Aida
Untuk Meningkatkan Engagement Generasi Z

Penulis : Desva Pramesti Regita Cahyani
NIM : 2370404038
Program Studi : Periklanan (Konsentrasi: .-.)
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 11 Juni 2026

Pembimbing 1



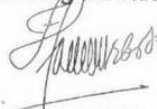
Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd
NIP : 196204291985012001

Pembimbing 2



Faika A. Rahadian S.E., M.Com

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, SS, M. Si
NIP. 1992211132019032025

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Desva Pramesti Regita Cahyani
NIM : 2370404038
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Tahun Akademik : 2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
Pengembangan Konten Instagram di @rri_jakarta Dengan Menggunakan Teori Aida Untuk
Meningkatkan Engagement
Generasi Z

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,



Desva Pramesti Regita Cahyani

NIM.2370404038

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Desva Pramesti Regita Cahyani
NIM : 2370404038
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Tahun Akademik : 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:

Pengembangan Konten Instagram di @rri_jakarta Dengan Menggunakan Teori Aida Untuk Meningkatkan Engagement Generasi Z 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, 11 Juni 2026

Yang menyatakan,

Desva Pramesti Regita Cahyani
NIM. 2370404038

Judul Tugas Akhir : Pengembangan Konten Instagram di [@rri_jakarta](#) Dengan Menggunakan Teori Aida Untuk Meningkatkan *Engagement* Generasi Z

Penulis : Desva Pramesti Regita Cahyani

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Pembimbing 1 : Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd

Pembimbing 2 : Faika A. Rahadian S.E., M.Com

ABSTRAK

The development of digital media requires Radio Republik Indonesia to adapt to social media as an effective means of delivering information. However, Instagram [@rri_jakarta](#) has not managed content consistently. This study aims to develop Instagram content [@rri_jakarta](#) using communication theory, communication media, digital advertising, Instagram, STP, message appeals, Aida with stages of attention, interest, desire, action as communication strategies, and engagement indicators. The implementation method uses a project-based with a qualitative descriptive approach. Data collection techniques include observation, literature study, documentation, and Instagram Insight. The development stages consist of Instagram account analysis, content idea preparation, script creation, editing, publication, insight monitoring, engagement analysis, and content reports. Development is carried out through entertainment, holiday, and promotional content with relatable and POV that utilize social media trends. Data after development shows that entertainment content has 14,489 Engagements, holiday content has 17,973 Engagements, and promotional content has 921 Engagements. These data indicate that content development on Instagram [@rri_jakarta](#) can increase Engagement in Generation Z.

Keywords: *social media development, social media, generation z, instagram, content*

Perkembangan media digital menuntut Radio Republik Indonesia beradaptasi dengan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi yang efektif. Namun, Instagram [@rri_jakarta](#) belum mengelola konten secara konsisten. Penelitian ini bertujuan mengembangkan konten Instagram [@rri_jakarta](#) menggunakan teori komunikasi, media komunikasi, periklanan digital, Instagram, STP, *message appeals*, Aida dengan tahapan *attention, interest, desire, action* sebagai strategi komunikasi, dan indikator *engagement*. Metode pelaksanaan menggunakan *project based* dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, studi pustaka, dokumentasi, dan Instagram *Insight*. Tahapan pengembangan terdiri atas analisis akun Instagram, penyusunan ide konten, pembuatan *script, editing*, publikasi, *monitoring insight*, analisis *engagement*, dan *report* konten. Pengembangan dilakukan melalui konten hiburan, hari raya, dan promosi dengan *relate* dan POV yang memanfaatkan tren media sosial. Data sesudah pengembangan terdapat konten hiburan 14,489 *Engagement*, konten hari raya 17,973 *Engagement*, konten promosi 921 *Engagement*. Data tersebut menunjukkan pengembangan konten di Instagram [@rri_jakarta](#) dapat meningkatkan *Engagement* pada Generasi Z.

Kata Kunci: pengembangan sosial media, sosial media, generasi z, instagram, konten

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih, anugerah, kekuatan, kesabaran, dan penyertaan-Nya. Proses penyusunan tugas akhir ini memang tidak mudah, namun mengajarkan kesabaran, kedewasaan, dan tanggung jawab penulis. Dengan semangat dan terus berkembang, serta penuh keyakinan bahwa usaha yang dilakukan penulis akan membuahkan hasil yang baik. Dengan akhir penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan penuh ketelitian dan tanggung jawab, serta dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif

Laporan tugas akhir ini disusun sebagai bentuk dokumentasi dan hasil pembelajaran penulis dalam menjalankan peran sebagai Sosial Media *Specialist*.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam penyusunan laporan ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak, oleh karena itu. Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif;
2. Mawan Nugraha S.Si., M.Acc., Ph.D., Wakil Direktur Bidang Akademik;
3. Dr. Ir. Cholid Mawardi S.Kom., M.T., Wakil Direktur Bidang Keuangan;
4. Dr. Dayu Sri Herti S.PD., M.Sn., Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan;
5. Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M., Ketua Jurusan Komunikasi;
6. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi;
7. Zaenab, SS., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan;
8. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., Sekretaris Program Studi Periklanan;
9. Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd., Dosen Pembimbing Praktik Industri dan Dosen Pembimbing I Tugas Akhir;

10. Faika A. Rahadian S.E., M.Com., Dosen Pembimbing II Tugas Akhir;
11. Politeknik Negeri Media Kreatif, institusi pendidikan yang ditempuh penulis selama 3 tahun di Jurusan Komunikasi dan Program Studi Periklanan;
12. Para Dosen dan Tenaga Kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani penulis selama masa kuliah;
13. Radio Republik Indonesia, perusahaan yang menerima penulis bisa melakukan Praktik Industri;
14. Divisi Layanan dan Pengembangan Usaha, tempat penulis mendapatkan ilmu dan mempraktikkan ilmu periklanan terutama di bidang Media Sosial;
15. Maulana Yusuf, S.I.Kom., Mentor Praktik Industri Radio Republik Indonesia;
16. Papi J, yang memberikan segala kekuatan, pengajaran, tuntunan kepada penulis sehingga bisa bertahan di titik ini;
17. Bapak dan Ibu yang selalu mendukung, berdoa, dan memberikan motivasi untuk sang putr tercinta untuk tetap bertahan sampai saat ini;
18. Anton Lee sebagai sandaran di kala penulis merasa lelah;
19. Cortis sebagai tempat untuk penulis tertawa, semangat, dan kembali bangkit;
20. Ester Lina Siringo Ringo S.M sebagai sahabat yang memberi *support*, memantau perkembangan penulis selama menulis Tugas akhir ini;
21. Laras, Agatha, Roslina sebagai sahabat yang selalu bersama dalam pelaksanaan Praktik Industri dan bekerja sama dalam pembuatan *project* ini serta memberikan dukungan;
22. Ester Arap, Fitha Arifiyan, Josua Siringo Ringo yang sudah meminjamkan laptop kepada penulis, disaat laptop penulis ada kendala;
23. Natashia Nikita sebagai penyanyi lagu rohani yang melalui lagunya saat penulis mendengarkan lagunya memberikan rasa semangat, motivasi, kebebasan, kekuatan, dan pemulihan;

24. Desva Pramesti Regita Cahyani. Anak kecil yang saat ini sudah tumbuh dewasa, sudah bisa memilih jalan untuk kedepannya, dan selalu memberikan kekuatan pada diri sendiri dan orang lain. Perjalananku tidak sampai disini saja, masih ada masa depan yang menunggu aku. Kelak aku akan bahagia dan sukses. Serta membanggakan Bapak, Ibu, Suami, dan Anak di kemudian hari.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini tidak mudah, namun semua bisa dijalani dengan penuh semangat dan rasa tanggung jawab, sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

Jakarta, 11 Juni 2026

Demikian penulis buat dengan sebenarnya



Desva Pramesti Regita Cahyani

2370404038

DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
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	vii
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penulisan	8
F. Manfaat Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Komunikasi	10
1. Tujuan Komunikasi	11
2. Jenis Komunikasi	12
B. Media Komunikasi	13
1. Tujuan Media Komunikasi	16
C. Media Sosial.....	17
D. Periklanan Digital.....	18
E. Pengembangan Konten.....	19
F. Instagram.....	19
G. STP	21
H. <i>Message Appeals</i>	23
I. Teori AIDA	24
J. Meningkatkan <i>Engagement</i>	27
BAB III METODE PELAKSANAAN	32
A. Data Objek Penelitian	32
1. Sejarah Radio Republik Indonesia	32
2. Lokasi Perusahaan	34

3. Profil Perusahaan.....	34
4. Visi dan Misi Perusahaan	35
5. Struktur Organisasi Perusahaan.....	35
B. Teknik Pengumpulan Data	36
1. Observasi	36
2. Studi Pustaka	37
3. Dokumentasi dan <i>Insight</i> Instagram.....	38
C. Ruang Lingkup	38
1. Peran Penulis	38
2. Kategori Karya	40
3. Ide Kreatif.....	42
D. Langkah Kerja	42
1. Pra Produksi	43
2. Proses Produksi	44
3. Pasca Produksi.....	46
BAB IV PEMBAHASAN.....	48
A. Gambaran Umum Perusahaan	48
1. Alamat Perusahaan	48
2. Logo Perusahaan	48
3. Gambaran Perusahaan	48
B. Langkah Kerja	49
1. Pra Produksi	50
a. Analisis Akun Instagram @rri_jakarta.....	50
b. Penyusunan Ide Konten.....	52
c. Pembuatan <i>Script</i> Konten.....	53
2. Proses Produksi.....	56
a. Proses <i>Syuting</i> Konten	56
b. Proses Rekaman Suara	57
3. Pasca Produksi	59
a. <i>Editing</i> Konten	59
b. Publikasi Konten	61
c. <i>Monitoring Insight</i>	63
d. Analisis <i>Engagement</i>	65
e. <i>Report</i> Konten	79
BAB V PENUTUP.....	82
A. Simpulan	82
B. Saran.....	84
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 <i>Engagement</i> Sebelum Pengembangan	66
Tabel IV.2 <i>Engagement</i> Konten Hiburan.....	69
Tabel IV.3 <i>Engagement</i> Konten Hari Raya	74
Tabel IV. 4 <i>Engagement</i> Konten Promosi	75
Tabel IV. 5 <i>Report</i> Konten.....	79
Tabel V.1 Tabel Perbandingan sebelum dan sesudah pakai AIDA	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Instagram @rri_jakarta	2
Gambar I.2 Demografi Audiens @rri_jakarta	3
Gambar I.3 Data Aktivitas Media Sosial	4
Gambar I.4 Data Aktivitas Media Sosial	5
Gambar II.1 <i>Website</i> RRI.CO.ID	14
Gambar II.2 Platform Radio.....	14
Gambar II. 3 RRI Digital	15
Gambar II. 4 Instagram @rri_jakarta	15
Gambar II.5 Youtube RRI Jakarta	15
Gambar II.6 Facebook RRI Jakarta.....	16
Gambar III.1 Logo Radio Republik Indonesia.....	32
Gambar III.2 Struktur Organisasi Radio Republik Indonesia.....	35
Gambar III.3 Pengembangan Konten RRI Jakarta.....	41
Gambar IV.1 Logo Perusahaan	48
Gambar IV.2 Langkah Kerja.....	49
Gambar IV.3 Instagram @rri_jakarta	50
Gambar IV.4 Penyusunan Ide Konten	52
Gambar IV.5 <i>Script</i> Konten Hiburan	53
Gambar IV.6 <i>Script</i> Konten Hari Raya	54
Gambar IV.7 <i>Script</i> Konten Promosi	55
Gambar IV.8 Proses <i>Syuting</i> Konten	56
Gambar IV.9 Proses Rekaman Suara	57
Gambar IV.10 <i>Editing</i> Konten @rri_jakarta.....	59
Gambar IV.11 Publikasi Konten Hiburan, Hari Raya, Promosi	61
Gambar IV.12 <i>Insight</i> Sebelum Pengembangan Konten	63
Gambar IV.13 <i>Insight</i> Sesudah Pengembangan Konten.....	64
Gambar IV.14 <i>Engagement</i> sebelum pengembangan	66
Gambar IV.15 <i>Engagement</i> Konten Hiburan.....	69
Gambar IV.16 <i>Engagement</i> Konten Hari Raya.....	73
Gambar IV.17 <i>Engagement</i> Konten Promosi	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Penulis	89
Lampiran 2. Salinan Lembar Pembimbing I TA.....	92
Lampiran 3. Salinan Lembar Pembimbing II TA	93
Lampiran 4. Surat Keterangan Praktik Industri	94
Lampiran 5. Bukti Pekerjaan	95
Lampiran 6. Turnitin Tugas Akhir	96
Lampiran 7. Sertifikat Praktik Industri	97
Lampiran 8. Dokumentasi Tugas Akhir.....	98

DAFTAR PUSTAKA

- Amruddin, S. P. (2019). "Paradigma kuantitatif, teori dan studi pustaka". *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, 1(6), 1-9.
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). "Pemanfaatan fitur instagram sebagai sarana komunikasi pemasaran kedai babakkeroyokan di kota palu". *Kinesik*, 9(2), 176–182.
- Aripradono, H. W. (2020). "Penerapan Komunikasi Digital Storytelling Pada Media Sosial Instagram Instagram Social Media". *Teknika*, 9(11), 121–128.
- Aryanti, D., Herawati, M., Firjatullah, N. F., Juhaida, I. S., Latifah, A., & Kurniawan, K. S. (2022). "Analisis Pengaruh Waktu Upload Konten terhadap Engagement Akun Media Sosial". *The Journal Gastronomy Tourism*, 6(1), 1-7.
- Aufirandra, F., Adelya, B., & Ulfah, S. (2017). "Komunikasi mempengaruhi tingkah laku individu". *JPGI (Jurnal Penelitian Guru Indonesia)*, 2(2), 9-15.
- Fanani, M. R., & Kusumandyoko, T. C. (2024). "Pengembangan Konten Instagram Sebagai Media Promosi Pondok Pesantren Sabilillah Surabaya". *Barik*, 6(2), 79-89.
- Hariyanto, D. (2021). "Buku ajar pengantar ilmu komunikasi". *Umsida Press*, 1(8) 1-119.
- Cantika, A. S. R., & Yudaningsar, K. S. (2025). "Implementasi AIDA dalam Pembuatan Konten Instagram @fitacademy_id untuk Meningkatkan Brand Awareness". *Al-Manar: Jurnal Komunikasi Dan Pendidikan Islam*, 14(1), 1-24.
- Danuri, M. (2019). "Perkembangan dan transformasi teknologi digital". *Jurnal ilmiah infokam*, 15(2), 116-123.
- Effendi, M. (2009). "Peranan internet sebagai media komunikasi". *Komunika: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 3(2), 130-142.
- Hasanah, H. (2016). "Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial)". *At-taqaddum*, 8(1), 21-46.
- Jailani, M. S. (2023). "Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif". *Ihsan: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1-9.
- Tasruddin, R. (2015). "Strategi promosi periklanan yang efektif". *Al-Khitabah*, 2(1), 107–116.
- Jordan, S. K. (2021). "Pengaruh Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) terhadap Efektivitas Iklan Spotify". *Journal of Accounting and Business*

Studies, 6(2), 22-37.

- Khotimah, I. H. (2017). "Komunikasi Verbal Dan Nonverbal Dalam Diklat". *ResearchGate*, 1–18.
- Kustiawan, W., Dinar, Y. P., Salsabila, K., Apsyara, T., Al-Qadri, M.S., & Ritonga, N. H. (2024). "Strategi Penyiaran Radio Komersial di Era Digitalisasi". *Katalis Pendidikan: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Matematika*, 1(3), 104-111.
- Effendi, R. (2020). "Model pewayangan solusi merangsang daya bercerita siswa dengan menggunakan “bagan alur” untuk menumbuhkan minat menulis siswa pada materi “teks cerita fantasi”. *Jurnal Penelitian Pendidikan* 5(1), 54-59.
- Nizarisda, T. L., Zubair, F., & Ramdan, A. T. M. (2023). "Upaya peningkatan engagement media sosial Instagram oleh media Parapuan". *Jurnal Common*, 7(2), 138-150.
- Ramaputra, M. A., & Afifi, S. (2021). "Analisis strategi kreatif konten promosi usaha foodies melalui media sosial Instagram". *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 5(2), 67-81.
- Yusuf, F. (2016). "Analisis Proses Produksi Program Berita Radio Metro Mulawarman Samarinda". *EJournal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 98-111.
- Santoso, A. P., Baihaqi, I., & Persada, S. F. (2017). "Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 6(1), A217-A221.
- Saptawuni, E. (2021). "Penerapan metode bercerita untuk meningkatkan kemampuan menyampaikan Informasi hasil pengamatan". *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, 7(4), 1958-1964.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). "Komunikasi dan media sosial". *Jurnal The Messenger*, 3(2), 1-9.
- Shadrina, A. N., Zaim, S. R., & Arimurti, F. (2023). "Manajemen produksi film pendek keling: dari pra produksi, produksi dan pasca produksi". *Jurnal Audiens*, 4(2), 320-330.
- Hendrawan, H. (2021). "Analisa SWOT dan STP (Segmentasi, Tertarget, Posisi) terhadap strategi pemasaran digital pada usaha mikro–Bunda Culinary". *JKBM (Jurnal Konsep dan Bisnis Manajemen)*, 7(2), 127-138
- Faurizal, U. (2020). "Message Appeals dan Engagement Pada Unggahan Media Sosial Brand (Analisis Isi Kuantitatif Deskriptif Message Appeals dan Engagement pada Unggahan Tweet di Akun Twitter Grab Indonesia Periode 1 Januari-30 Juni 2019)". *Skripsi Universitas Brawijaya*, 1-17.
- Wainira, M. A., Liliweri, Y. K., & Mandaru, S. S. (2021). "Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran dalam membangun brand

image". *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 10(2), 138-148.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Penulis

DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWA PROGRAM STUDI PERIKLANAN, JURUSAN KOMUNIKASI POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

Disusun untuk Pembuatan Kelengkapan Surat
Keterangan Pendamping Ijazah (SKPI)

A. Data Pribadi

Nama Lengkap : Desva Pramesti Regita Cahyani
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 19 Desember 2004
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Kristen Protestan
Program Studi : Periklanan
NIM : 2370404038
Tahun Masuk Akademis : 2023/2024
NIK : 3174055912040008
Kewarganegaraan : Indonesia
E-mail : desvapramestiregitacahyani@gmail.com
Nomor Handphone : 081261116120



B. Data Akademik

Semester	SKS	IP Semester	IPK
I	18	3,54	3,54
II	18	3,79	3,67
III	21	4,00	3,79
IV	22	3,76	3,78
V	21	3,76	3,78

C. Data Non - Akademik**1. Pengalaman Organisasi**

No	Nama Organisasi (Dalam/Luar Polimedia)	Peran dalam Organisasi	Tahun
1.	Heavens Angel Tambourine	Content Creator & Sosial Media Specialist	2023

2. Seminar/Pelatihan/Workshop/Pameran

No	Judul Kegiatan	Peran	Tahun
1.	Wirausaha Merdeka	Peserta	2024
2.	Youth To Improve	Peserta	2024
3.	Master Class Vocal	Peserta	2024

D. Spesifikasi Tugas Akhir

Data	Keterangan
Judul Tugas Akhir	Pengembangan Konten Instagram di @rri_jakarta Dengan Menggunakan Teori Aida Untuk Meningkatkan <i>Engagement</i> Generasi Z
Dosen Pembimbing I	Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd
Dosen Pembimbing II	Faika A. Rahadian S.E., M.Com

E. Program Praktik Industri Akademik Politeknik Negeri Media Kreatif

Nama Perusahaan	Alamat Perusahaan	Peran	Waktu	Nama Kegiatan (OI/PI)
Radio Republik Indonesia	Jl. Medan Merdeka Barat No.4, Gambir, Kecamatan Gambir,	Sosial Media Specialist	4 Bulan	Praktik Industri

Nama Perusahaan	Alamat Perusahaan	Peran	Waktu	Nama Kegiatan (OI/PI)
	Kota Jakarta Pusat, 10110			

Data pada Daftar Riwayat Hidup ini, saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagai bahan awal dalam menyusun Surat Keterangan Pendamping Ijazah atas nama Desva Pramesti Regita Cahyani. Jika di kemudian hari, ada data yang terbukti tidak benar, maka saya siap menerima sanksi sebagai konsekuensinya.

Jakarta, 11 Juni 2026
Penyusun,



Desva Pramesti Regita Cahyani
NIM 2370404038

Lampiran 2. Salinan Lembar Pembimbing I TA

	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JURUSAN KOMUNIKASI	Form TA-05
	LEMBAR PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR	

Nama : Desva Pramesti Regita Cahyani
 NIM : 2370404038
 Program Studi : Periklanan
 Pembimbing I : Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd
 Judul TA : Pengembangan Konten Instagram di @rri_jakarta Dengan Menggunakan Teori Aida Untuk Meningkatkan Engagement Generasi Z

No	Waktu	Uraian Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	8 April 2026	Membahas judul dan bab 1	
2.	13 April 2026	ACC Judul, bab 1, dan bab 2	
3.	26 April 2026	Membahas isi judul lebih dalam	
4.	6 Mei 2026	Membahas isi bab 1 dan bab isi 2	
5.	30 Mei 2026	ACC Bab 1, revisi bab 2	
6.	4 Mei 2026	Revisi bab 2, dan bab 3	
7.	5 Juni 2026	Membahas bab 3	
8.	6 Juni 2026	ACC bab 2 dan 3, Membahas bab 4	
9.	10 Juni 2026	Membahas bab 4 & 5	

Mengetahui
Koordinator Prodi,


 Zaenab, SS., M.Si
 NIP. 199211132019032025

Pembimbing I


 Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd
 NIP. 196204291985012001

Lampiran 3. Salinan Lembar Pembimbing II TA

	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JURUSAN KOMUNIKASI	Form TA-05
	LEMBAR PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR	

Nama : Desva Pramesti Regita Cahyani
 NIM : 2370404038
 Program Studi : Periklanan
 Pembimbing II : Faika A. Rahadian S.E., M.Com
 Judul TA : Pengembangan Konten Instagram di @rri_jakarta Dengan Menggunakan Teori Aida Untuk Meningkatkan Engagement Generasi Z

No	Waktu	Uraian Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	16 April 2026	Membahas judul tugas akhir yang akan dibuat	
2.	18 April 2026	ACC Judul dan Membahas permasalahan dan metode penelitian yang digunakan	
3.	21 April 2026	Membahas judul kedua untuk dikaitkan dengan proyek apa yang akan dibuat	
4.	6 Mei 2026	Revisi judul, bab 1, bab 2	
5.	7 Mei 2026	Membahas lebih focus kepada format konten	
6.	23 Mei 2026	ACC Bab 1, Membahas isi bab 2	
7.	1 Juni 2026	Membahas penjelasan dari bab 1 - 4	
8.	4 Juni 2026	Membahas bab 2 dan 3 untuk dikembangkan kembali	
9.	7 Juni 2026	Revisi bab 1 - 4	
10.	8 Juni 2026	ACC bab 1 - 4, Membahas bab 5	

Mengetahui
Koordinator Prodi,



Zaenab, SS, M. Si
NIP. 199211132019032025

Pembimbing II



Faika A. Rahadian S.E., M.Com

Lampiran 4. Surat Keterangan Praktik Industri



Nomor : B – 003 /RRI.JKT/KP.01.15/1/2026
Sifat : Biasa
Hal : Izin Melaksanakan Praktik Industri

2 Januari 2026

Yth. Ketua Jurusan Komunikasi
Politeknik Negeri Media Kreatif
Jalan Srengseng Sawah, Jagakarsa
Jakarta Selatan

Memperhatikan surat Ketua Jurusan Komunikasi Politeknik Negeri Media Kreatif Nomor : 9908/PL.27.14/TU.00.01/2025 Tanggal 22 Desember 2025 Perihal Permohonan Praktik Industri bagi Mahasiswa Politeknik Negeri Media Kreatif , dapat kami sampaikan bahwa pada prinsipnya kami tidak keberatan menerima kegiatan Praktik Industri dimaksud di LPP RRI Jakarta, a.n :

Desva Pramesti Regita Cahyani

NIM. 2370404038

Kegiatan Praktik Industri akan dilaksanakan pada tanggal 7 Januari s.d 4 Juni 2026 pada Tim Layanan dan Pengembangan Usaha LPP RRI Jakarta dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Memakai jaket almamater
2. Mematuhi peraturan kedisiplinan
3. Hasil Praktik Industri tidak dipublikasikan
4. Pihak RRI tidak menyediakan konsumsi dan transportasi
5. Peserta wajib mendownload RRI Digital, RRI News dan memfollow akun media sosial RRI Jakarta

Demikian, atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Kepala LPP RRI Jakarta,



Ir. Mochammad Bugi Hidayat, M.Si

RADIO REPUBLIK INDONESIA JAKARTA

Jl. Medan Merdeka Barat No. 4-5, Jakarta Pusat

Telp. : (021) 3511085, 3456818, 3520585 Email : set.rrijakarta@rri.go.id

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).

Lampiran 5. Bukti Pekerjaan



Lampiran 6. Turnitin Tugas Akhir

PENGEMBANGAN KONTEN INSTAGRAM DI @RRI_JAKARTA
DENGAN MENGGUNAKAN TEORI AIDA UNTUK
MENINGKATKAN ENGAGEMENT GENERASI Z

ORIGINALITY REPORT

10%	9%	3%	3%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.polimedia.ac.id Internet Source	2%
2	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
3	repository.umsu.ac.id Internet Source	1%
4	repository.uinbanten.ac.id Internet Source	<1%
5	ejournal.ikado.ac.id Internet Source	<1%
6	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1%
7	www.coursehero.com Internet Source	<1%
8	Submitted to Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) Student Paper	<1%
9	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1%
10	core.ac.uk Internet Source	<1%

repository.unpas.ac.id

Lampiran 7. Sertifikat Praktik Industri



Lampiran 8. Dokumentasi Tugas Akhir

