

LAPORAN TUGAS AKHIR

PROSES PEMBUATAN KONTEN INTERAKTIF GUNA

MEMPROMOSIKAN INSTAGRAM RAMURAGA

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar ahli madya

(A.Md.I.Kom)



Disusun oleh

ZAFIRA YASMIN GHIFFARI

NIM: 21330129

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR


LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Proses Pembuatan Konten Interaktif Guna
Mempromosikan Instagram Ramuraga
Penulis : Zafira Yasmin Ghiffari
NIM : 21330129
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

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

Disahkan oleh:

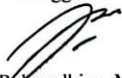
Ketua Penguji,



Adryans, S.Si., M.Sn.

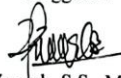
NIP. 198510012019031004

Anggota 1



Jefri Bahmadhian, M.Kom
NIDN. 0328087601

Anggota 2



Zaetab, S.S., M.Si.
NIP. 199211132019032025

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum

NIP. 197508072009121001

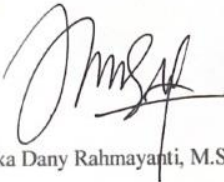
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Proses Pembuatan Konten Interaktif Guna Mempromosikan Instagram
Ramuraga
Penulis : Zafira Yasmin Ghiffari
NIM : 21330129
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 08 Juli 2024

Pembimbing I



Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si.

NIP. 199410152019032015

Pembimbing II



Zaenab, M.Si.

NIP. 199211132019032025

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, 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 : Zafira Yasmin Ghiffari

NIM : 21330129

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2023/2024

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Proses Pembuatan Konten Interaktif Guna Mempromosikan Instagram Ramuraga 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, 08 Juli 2024

Yang menyatakan,



Zafira Yasmin Ghiffari

NIM. 21330129

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Zafira Yasmin Ghiffari
NIM : 21330129
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2023/2024

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: Proses Pembuatan Konten Interaktif Guna Mempromosikan Instagram Ramuraga

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, 08 Juli 2024

Yang menyatakan,




Zafira Yasmin Ghiffari

NIM: 21330129

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Proses Pembuatan Konten Interaktif Guna
Mempromosikan Instagram Ramuraga

Penulis : Zafira Yasmin Ghiffari

Dosen Pembimbing I : Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si.

Dosen Pembimbing II : Zaenab, M.Si.

The final assignment with the title "Interactive Content Creation Process to Promote Ramuraga Instagram" is research that the author chose because the author carries out Industrial Practices as Content Marketing in that place and the author realizes that there is still a lack of brand awareness within the Ramuraga brand. The author groups 3 (three) contents into low content, middle content and top content and for every content created, Ramuraga uses AISAS as a reference. By using 2 (two) research methods, namely Observation and Literature Study, the author can find out that Ramuraga's audience prefers content that is short but striking and shows products in the content. From this writing, it emerged that Ramuraga still lacks interaction with the audience, but the author packaged it in creating interactive content to increase brand awareness.

Keyword: Content Marketing, Interactive Content, AISAS, Ramuraga

Tugas Akhir dengan judul “Proses Pembuatan Konten Interaktif Guna Mempromosikan Instagram Ramuraga” merupakan penelitian yang penulis pilih karena penulis menjalankan Praktik Industri sebagai Content Marketing di tempat tersebut dan penulis menyadari bahwa masih kurangnya kesadaran merek didalam brand Ramuraga. Penulis mengelompokkan 3 (tiga) konten menjadi *low content*, *middle content* dan *top content* dan setiap konten yang dibuat, Ramuraga menggunakan AISAS untuk menjadi acuan. Dengan menggunakan 2 (dua) metode penelitian yaitu Observasi dan Studi Pustaka, penulis dapat mengetahui bahwa audiens Ramuraga lebih menyukai konten yang singkat namun mencolok dan menunjukkan produk di dalam kontennya. Dari penulisan tersebut, tercetus bahwa Ramuraga masih kurang berinteraksi dengan audiens namun penulis mengemasnya dalam membuat konten interaktif guna meningkatkan kesadaran merek.

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan 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 industri yang diselenggarakan oleh Politeknik Negeri Media Kreatif.

Tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang tua dan orang terdekat penulis, laporan magang industri ini tidak akan lengkap. Jadi, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang terlibat dalam penulisan laporan ini.

1. Allah SWT yang telah membantu dan memudahkan penulis dalam menulis Laporan Tugas Akhir
2. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta
3. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., selaku Wakil Direktur I Bidang Akademik dan Selaku Pembimbing I dalam Penyusunan Laporan Tugas Akhir
4. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., selaku Ketua Jurusan Komunikasi
5. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi
6. Zaenab, M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan dan Selaku Pembimbing II dalam Penyusunan Laporan Tugas Akhir

7. Keluarga yang selalu memberi dukungan
8. Rafka, Vinny, Vania, Adel, Julia, Sekar, Fahru dan Ratna selaku teman dekat penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta
9. Azbi Musyaffa, selaku orang yang selalu menemani penulis
10. Nida Sofia Mauliza, selaku teman yang selalu menemani penulis saat bimbingan dari awal penulisan hingga akhir.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan penulisan Laporan Tugas Akhir ini. Semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Depok, 9 Juli 2024

Penulis,



Zafira Yasmin Ghiffari

NIM.21330129

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penulisan.....	5
1.6 Manfaat Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Definisi Konten Interaktif	7
2.2 Fungsi Konten Interaktif.....	7
2.3 Media Sosial dan Promosi	9

2.3.1	Definisi Media Sosial.....	9
2.3.2	Media Sosial sebagai Media Promosi	10
2.4	Instagram dalam Sarana Promosi	11
2.4.1	Definisi Instagram	11
2.4.2	Fitur Instagram dan Media Promosi	13
BAB III METODE PELAKSANAAN		16
3.1	Objek Pekerjaan.....	16
3.1.1	Identitas Perusahaan	16
3.1.2	Struktur Perusahaan	16
3.1.3	Produk Ramuraga	17
3.2	Teknik Pengumpulan Data	20
3.3	Ruang Lingkup.....	21
3.4	Langkah Kerja.....	22
BAB IV PEMBAHASAN		25
4.1	Hasil Kerja.....	25
4.1.1	Reels Interaktif Promosi Hampers.....	25
4.1.2	Reels Interaktif ajakan Membeli Hampers.....	27
4.2	Analisis STP.....	32
4.3	Analisis AISAS.....	33
4.3.1	<i>Attention</i> (Membuat Perhatian).....	35
4.3.2	<i>Interest</i> (Ketertarikan)	36
4.3.3	<i>Search</i>	36
4.3.4	<i>Action</i>	38
4.3.5	<i>Share</i>	39

BAB V KESIMPULAN	40
5.1 Simpulan	40
5.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	42

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Daftar Rasa Ramuraga	17
Tabel 2	Pra Produksi	22
Tabel 3	Produksi	22
Tabel 4	Pasca Produksi.....	23
Tabel 5	Hasil Insight	26
Tabel 6	Hasil Insight	28
Tabel 7	Hasil Insight	30
Tabel 8	Hasil Analisis Proses Konten Kreatif	31
Tabel 9	Analisis STP.....	32
Tabel 10	Interaksi bersama audiens	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Media Social yang banyak digunakan di Indonesia	2
Gambar 2	Usia Pengguna Instagram di Indonesia	2
Gambar 3	Logo Ramuraga	16
Gambar 4	Reels Promosi Hampers	25
Gambar 5	Insight	26
Gambar 6	Reels Promosi Hampers	27
Gambar 7	Insight	28
Gambar 8	Reels Promosi Hampers	29
Gambar 9	Insight	30
Gambar 10	Metode AISAS	34
Gambar 11	Feedback Audiens	35
Gambar 12	Caption Instagram Ramuraga	37
Gambar 13	Caption Instagram Ramuraga	37
Gambar 14	Caption Instagram Ramuraga	37
Gambar 15	Konten Giveaway	38
Gambar 16	Share snapgram produk Ramuraga	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Data Pribadi	44
Lampiran 2	Data Akademik	44
Lampiran 3	Data Non-Akademik	44
Lampiran 4	Spesifikasi Tugas Akhir	45
Lampiran 5	Program Praktik Industri Akademik Politeknik Negeri Media Kreatif	45
Lampiran 6	Salinan Lembar Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing 1	47
Lampiran 7	Salinan Lembar Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing 2	48
Lampiran 8	Sertifikat Praktik Industri	49
Lampiran 9	Dokumentasi Bimbingan	49
Lampiran 10	Dokumentasi Sidang Tugas Akhir	49