

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN KONTEN *STORYTELLING RELATABLE* BERBASIS MODEL AIDA PADA INSTAGRAM @finetdotid UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT*

Diajukan sebagai salah satu persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya



Disusun oleh :

NISRINA SALMA SIREGAR

NIM: 2370404107

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2026

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten *Storytelling Relatable* Berbasis Model AIDA Pada Instagram @finetdotid Untuk Meningkatkan *Engagement*
Penulis : Nisrina Salma Siregar
NIM : 2370404107
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa, tanggal 21 Juli 2026.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



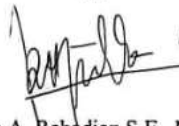
Dr. Arrahmah Aprillia, S.T, M.T.
NIP. 198504012015042001

Anggota 1



Vivin Lizetha M. Med. Kom.
NIP. 199102122025062001

Anggota 2



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

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



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

LEMBAR PERSTEJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Nisrina Salma Siregar
NIM : 2370404107
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta..., 25 Jun. 2026

Pembimbing I



Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd.
NIDN. 0029046206

Pembimbing II



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

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	: Niarina Salma Siregar
NIM	: 2370404107
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

**PEMBUATAN KONTEN *STORYTELLING RELATABLE* BERBASIS MODEL AIDA
PADA INSTAGRAM @inetdotid UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT***

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, 21 Juli 2026

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a red official stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'KEMENTERIAN KULTUR, KEMERDEKAAN, DAN KEMASYARAKATAN' and 'KEMENTERIAN KEMERDEKAAN DAN KEMASYARAKATAN'.

Niarina Salma Siregar
2370404107

b

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Nisrina Salma Siregar
NIM : 2370404107
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 *STORYTELLING RELATABLE* BERBASIS MODEL AIDA PADA INSTAGRAM @finetdotid UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT

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, 21 Juli 2026

Yang menyatakan,



Nisrina Salma Siregar
2370404107

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Instagram Storytelling Relateble Berbasis Model Pada Instagram @finetdotid untuk Meningkatkan Engagement
Penulis : Nisrina Salma Siregar
Pembimbing I : Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd.
Pembimbing II : Faika A. Rahadian S.E., M.Com

Instagram plays a crucial role because of its visual nature and its widespread use among Indonesians of working age, with 92.6 million active users or 32.3% of the population by 2025. The @finetdotid account serves as the primary communication channel, but it still faces low audience engagement. This final project aims to create relatable storytelling content based on the AIDA model for @finetdotid, with a focus on Reels, to increase engagement using the STP and AIDA models. Data collection was conducted through observation and literature review using a project-based approach, encompassing research on Instagram trends, understanding audience characteristics, reviewing similar storytelling examples, brainstorming relatable approaches, and the production, editing, review, revision, approval, and publication of content. The results show that Reels reached a peak of 28,000 views in April 2026, with 82% coming from non-followers, and the best content received 1,041 likes, while the number of followers increased from 87 to 204 as a supporting indicator. These results prove that AIDA-based storytelling relatable successfully increased engagement on the @finetdotid account, encompassing metrics such as likes, comments, shares, saves, and reposts.

Keywords: Instagram, Relatable Storytelling, AIDA Model, Engagement, Social Media Content

Instagram berperan penting karena bersifat visual dan banyak digunakan masyarakat Indonesia usia produktif, dengan 92,6 juta pengguna aktif atau 32,3% dari populasi pada 2025. Akun @finetdotid menjadi saluran utama komunikasi, namun masih menghadapi rendahnya interaksi audiens. Tugas akhir ini bertujuan membuat konten storytelling relatable berbasis model AIDA pada @finetdotid, dengan fokus pada Reels, untuk meningkatkan engagement menggunakan model STP dan AIDA. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan studi pustaka dengan pendekatan project-based, meliputi riset tren Instagram, pemahaman karakteristik audiens, referensi storytelling sejenis, brainstorming pendekatan relatable, hingga produksi, editing, review, revisi, persetujuan, dan publikasi konten. Hasil menunjukkan Reels mencapai tayangan tertinggi 28 ribu pada April 2026, dengan 82% berasal dari non-pengikut, dan konten terbaik memperoleh 1.041 like, sementara pengikut bertambah dari 87 menjadi 204 sebagai indikator pendukung. Hasil ini membuktikan bahwa storytelling relatable berbasis AIDA berhasil meningkatkan engagement akun @finetdotid, mencakup indikator like, komentar, share, save, dan posting ulang.

Kata kunci: Instagram, Storytelling Relatable, Model AIDA, Engagement, Konten Media Sosial

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, kekuatan, dan kesabaran-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.) pada Program Studi Periklanan, Jurusan Komunikasi, Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam Tugas Akhir ini, penulis berperan sebagai Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun Proposal Tugas Akhir dengan judul “Pembuatan Konten *Storytelling Relatable* Berbasis Model *AIDA* Pada Instagram @finetdotid Untuk Meningkatkan Engagement.”

Laporan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D, Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D. sebagai Wakil Direktur Bidang Akademik dan Kerja Sama.
3. Dr. Ir. Cholid Mawardi, S.Kom, M.T., Wakil Direktur 2 Bidang Akademik
4. Dr. Dayu Sri Herti, S.Pd., M.Sn., Wakil Direktur 3 Bidang Akademik
5. Imanuel Ronald David Mongkau, M.M., selaku Ketua Jurusan Komunikasi.
6. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi.
7. R. Sulistiyo Wibowo, S.Sn., M.Sn., selaku Ketua Laboratorium Jurusan Komunikasi.
8. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan.
9. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Periklanan.
10. Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir satu
11. Faika A. Rahadian S.E., M.Com selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir dua
12. Andhi Wardianto sebagai Pembimbing Praktik Industri.

13. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini;
14. Keluarga tercinta Mama, Papah, Abang dan Alm. mbah atas kasih sayang, doa, dan dorongan yang tidak pernah berhenti menguatkan penulis hingga tahap ini
15. Sahabat dan Teman-teman yang selalu memberi semangat, menemani penulis melalui proses perkuliahan dan penyusunan tugas akhir ini dengan dukungan yang tulus. khusus nya kelas C yang telah berjuang bersama selama 3 tahun Pendidikan.
16. Last but not least, anak perempuan kedua dan harapan orang tuanya, Nisrina Salma Siregar. Ya, diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya untuk diri sendiri. Terima kasih telah bekerja keras dan bertahan sejauh ini. Penulis berdoa agar langkah kecilmu selalu diperkuat, dikelilingi orang-orang baik dan hebat, serta mimpimu satu persatu akan terjawab. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Depok, 15 Juli 2026



Nisrina Salma Siregar

NIM 2370404107

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSTEUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	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
B. Media Sosial.....	15
C. Periklanan.....	18
D. STP (Segmenting, Targetting, Postitoning).....	19
E. Model AIDA	25
F. Konten Storytelling Relatable	30
G. Model <i>Storytelling Relatable</i> Berbasis AIDA.....	34
H. Meningkatkan Engagement.....	37
I. KPI Engagement Instagram	40
J. Konten	41
K. Social Media Specialist.....	44

BAB III METODE PELAKSANAAN	48
A. Data Objek Penulisan.....	48
B. Teknik Pengumpulan Data	55
C. Ruang Lingkup.....	56
D. Langkah Kerja.....	59
BAB IV PEMBAHASAN.....	65
A. Gambaran Umum.....	65
B. Analisis Kondisi Awal Instagram @finetdotid.....	67
C. Langkah Kerja.....	68
D. Model AIDA dalam Konten Storytelling Relateble	83
E. Hasil Karya Berdasarkan Jenis Konten.....	89
F. Evaluasi Performa Konten (Periode Januari – Juni 2026)	90
G. Top 3 Konten Reels Storytelling Relatable.....	94
BAB V PENUTUP.....	99
A. Simpulan	99
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Akun @finetdotid Sebelum Praktik Industri (Januari 2026).....	3
Gambar 2.1 STP (Segmenting, Targetting, Positioning).....	19
Gambar 2.2 Model AIDA.....	25
Gambar 3.1 Logo FINET	48
Gambar 3.2 Logo FINET	49
Gambar 3.3 Stuktur Perusahaan.....	51
Gambar 3.4 Website FINET	53
Gambar 3.5 Akun Instagram @finetdotid	54
Gambar 3.6 Alur Kerja.....	59
Gambar 4.1 Konten Awal Instagram @finetdotid sebelum Praktik Industri	68
Gambar 4.2 Alur Kerja.....	68
Gambar 4.3 Briefing.....	69
Gambar 4.4 Data Insight Instagram	73
Gambar 4.5 Riset Konten.....	74
Gambar 4.6 Brainstorming.....	75
Gambar 4.7 Content Planning.....	76
Gambar 4.8 Pembuatan Desain Feeds FINET	76
Gambar 4.9 Take Konten	77
Gambar 4.10 Editing Konten	78
Gambar 4.11 Penulisan Caption.....	79
Gambar 4.12 Review dan Revisi.....	80
Gambar 4.13 Approval.....	81
Gambar 4.14 Publikasi dan Pemantauan Konten.....	82
Gambar 4.15 Monthly Report FINET	83
Gambar 4.16 Contoh konten Reels berupa cerita @finetdotid	90
Gambar 4.17 Grafik Engagement Rate 3 Konten	93
Gambar 4.18 Insight Top Konten 1	95
Gambar 4.19 Insight Top Konten 2	96
Gambar 4.20 Insight Top Konten 3	97

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 STP (Segmenting, Targeting dan Positioning)	24
Tabel 2.2 Storytelling Relateble disusun mengikuti Tahapan AIDA	36
Tabel 4.1 Analisis AIDA Konten Reels Storytelling Relatable	84
Tabel 4.2 Analisis AIDA Konten Reels Storytelling Relatable	87
Tabel 4.3 Sebelum dan Setelah Menerapkan Konten Storytelling Relateble	91

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWA.....	109
SURAT KETERANGAN PRAKTIK INDUSTRI.....	113
SURAT KETERANGAN PENGGUNAAN KARYA MAHASISWA PRAKTIK INDUSTRI.....	114
LEMBAR CEK PLAGIARISME	115
DOKUMENTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR.....	116
DOKUMENTASI MAGANG.....	117
DOKUMENTASI SIDANG	118