

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN KONTEN *REELS* BERBASIS *RAW CONTENT*
PADA AKUN INSTAGRAM @INSPIRING.ID UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

Diajukan untuk memenuhi persyaratan agar memperoleh Gelar (A.Md)
Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :
RIDHO RAMADHAN
NIM : 2370404125

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2026

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Reels Berbasis Raw Content pada Akun Instagram @inspiring.id untuk Meningkatkan Brand Awareness
Penulis : Ridho Ramadhan
NIM : 2370404125
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,



Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M.

NIP. 198605092019032011

Anggota 1



Arius Krypton, M.Si.

NIDN. 008048305

Anggota 2



Raden Sulistiyo Wibowo, S.Sn., M.Sn

NIP. 197906242006041001

Mengetahui

Ketua Jurusan Komunikasi



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

NIP. 1971060620006041001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Reels Berbasis Raw Content pada akun Instagram @inspiring.id untuk Membangun Brand Awareness
Nama : Ridho Ramadhan
NIM : 2370404025
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan
Ditandatangani di Jakarta, 11 Juni 2026

Pembimbing 1



R. Sulistiyo Wibowo, S.Sn., M.Sn
NIP. 197906242006041001

Pembimbing 2



Anis Ilahi Wahdati
NUP. 0704050029

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, SS., M.Si
199211132019032025

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR
DAN BEBAS PLAGIARISME**

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR
DAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Ridho Ramadhan
NIM	: 2370404125
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Pembuatan Konten *Reels* Berbasis *Raw Content* pada akun instagram @inspiring.id untuk Membangun *Brand Awareness* 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, 29 Juni 2026

Yang menyatakan,



Ridho Ramadhan
NIM: 2370404125

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Ridho Ramadhan
NIM : 2370404125
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: *Pembuatan Konten Reels Berbasis Raw Content* pada akun instagram [@inspiring.id](https://www.instagram.com/inspiring.id) untuk *Membangun Brand Awareness*

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, 29 Juni 2026
Yang menyatakan,



Ridho Ramadhan

NIM: 2370404125

ABSTRAK

The rapid development of social media has encouraged companies to develop content strategies that can enhance brand awareness. Based on the evaluation results, the short content format previously used on the @inspiring.id Instagram account did not achieve optimal performance, prompting the implementation of a raw content format. The project was carried out through the stages of pre-production, production, and post-production using observation, interviews, and literature review as data collection methods. The implementation of raw content improved reach, likes, comments, shares, and profile visits compared to the previous content format. Therefore, raw content can be considered an effective digital communication strategy for enhancing the brand awareness of the @inspiring.id Instagram account.

Keywords : Raw Content, Instagram Reels, Brand Awareness.

Perkembangan media sosial mendorong perusahaan untuk menciptakan strategi konten yang mampu meningkatkan brand awareness. Berdasarkan hasil evaluasi, konten Instagram @inspiring.id dengan format short content belum memberikan performa yang optimal, menjadi Raw content. Perancangan dilakukan melalui tahapan pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi dengan metode observasi, wawancara, dan studi pustaka. Penerapan raw content mampu meningkatkan reach, likes, komentar, shares, dan profile visits dibandingkan format sebelumnya. raw content dapat menjadi strategi komunikasi digital yang efektif dalam mendukung peningkatan brand awareness akun Instagram @inspiring.id.

Kata Kunci : Raw Content, Instagram Reels, Brand Awareness.

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Tujuan ditulisnya laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai kewajiban bagi penulis untuk mendapatkan gelar A.Md.I.Kom.

Penulisan laporan Tugas Akhir ini tidak akan selesai jika tidak adanya dukungan dari pihak-pihak terkait yang ikut serta dalam membantu membimbing dan memotivasi penulis dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini. Karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat.

1. Allah S.W.T yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang
2. Dwi Riyono.S.T., M.Ak, Ph.D selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif
3. Mawan Nugraha, S.SI, M.Acc., Ph.D., Sebagai Wakil Direktur Bidang Akademik
4. Dr. Ir. Cholid Mawardi, S.Kom., MT. selaku Wakil Direktur Bidang Keuangan.
5. Dr. Dayu Sri Herti, S.Pd., M.Sn. selaku Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan.
6. Dr Erlan Saefuddin, M.Hum Ketua Jurusan Komunikasi
7. Irpan Riana, S.Sn, M.Sn. Sekretaris Jurusan Komunikasi
8. Zaenab, S.S., M.Si selaku Koordinator Program Studi Periklanan
9. Raden Sulistyo Wibowo, S.Sn., M.Sn selaku Pembimbing kesatu yang membantu dalam proses penulisan Laporan Tugas Akhir
10. Anis Ilahi Wahdati, M.Si. Selaku Pembimbing kedua yang membantu dalam proses penulisan Laporan Tugas Akhir
11. Para staff Jurusan Komunikasi dan para karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan layanan administrasi kepada penulis selama di Politeknik Negeri Kreatif.
12. Ibu yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam segala kegiatan.
13. Babeh yang memaksa untuk menjalani perkuliahan sebelum memasuki industri pekerjaan.
14. Astuti yang selalu senantiasa menemani penulis dalam perjalanan
15. Seluruh teman Anak Buah Kapal 23 yang sudah menemani dan mendorong penulis dalam menyusun laporan Tugas Akhir.

16. Div Kemahasiswaan kabinet Graha Abhipraya yang selalu mesupport penulis untuk menyusun laporan Tugas Akhir.
17. Ridho Syafa atau *King* Parob selaku abang abangan dan mentor yang memberikan arahan selama di tempat magang.
18. Seluruh teman - teman Angkatan 13 Periklanan, yang sudah menemani penulis sedari awal mulai perkuliahan hingga saat ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan Tugas Akhir ini belum sempurna dan masih terdapat kesalahan, maka dari itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran untuk lebih menyempurnakan Laporan Tugas Akhir ini agar lebih bermanfaat bagi pembacanya.

Depok 19Juli 2026

Ridho Ramadhan
NIM. 2370404125

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penulisan	4
F. Manfaat Penulisan.....	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Komunikasi Pemasaran.....	6
1. Pengertian.....	6
2. Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	6
3. Fungsi Komunikasi Pemasaran	8
4. Perkembangan Komunikasi di Era Digital.....	8
B. Periklanan.....	9
1. Pengertian.....	9
2. Tujuan Periklanan	9

3. Jenis-Jenis Periklanan	10
4. Karakteristik Periklanan Digital.....	11
5. Perubahan Pola Periklanan di Era Digital	12
C. Konten Digital	13
1. Pengertian.....	13
2. Karakteristik Konten Digital	14
3. Unsur – Unsur Konten Digital	15
4. Strategi Pembuatan Konten Digital.....	16
D. <i>Raw Content</i>	17
1. Pengertian.....	17
2. Karakteristik Raw Content.....	18
3. Keunggulan Raw Content	20
E. Instagram Reels	21
1. Pengertian.....	21
2. Manfaat Instagram Reels dalam Komunikasi Pemasaran	22
3. Karakteristik Instagram Reels	23
F. Brand Awareness	24
1. Pengertian.....	24
2. Peran Brand Awareness dalam Komunikasi Pemasaran	25
3. Tingkatan Brand Awareness	26
4. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Brand Awareness	26
BAB 3 METODE PELAKSANAAN	29
A. Data Perusahaan	29
1. Profil dan Logo Perusahaan	29
2. Visi dan Misi Perusahaan	29
3. Alamat Perusahaan.....	30
4. Struktur Perusahaan	30
B. Teknik Pengumpulan Data	31
1. Studi Pustaka.....	31
2. Observasi.....	31
3. Wawancara	32

C. Ruang Lingkup.....	33
1. Peran Penulis.....	33
2. Kategori Karya.....	33
3. Ide Kreatif	34
4. Langkah Kerja.....	34
BAB 4 PEMBAHASAN	37
A. Gambaran Umum Instagram Inspiring Idea.....	37
B. Proses Pembuatan Video Konten Reels	41
1. Pra-produksi	41
2. Produksi	47
3. Pasca Produksi	52
C. Dampak yang dihasilkan	57
BAB 5 PENUTUP.....	60
A. SIMPULAN	60
DAFTAR PUSTAKA.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Perusahaan	28
Gambar 2 Sturktur Perusahaan.....	29
Gambar 3 Wawancara kepada <i>CEO</i> dan <i>Social Media Team</i>	31
Gambar 4 Langkah Kerja	33
Gambar 5 Instagram Inspiring Idea.....	36
Gambar 6 Konten Instagram Inspiring Idea	37
Gambar 7 Editorial Plan	41
Gambar 8 Diskusi Bersama <i>Social Media Tam</i>	41
Gambar 9 <i>Brainstorming</i>	42
Gambar 10 Referensi Konten	43
Gambar 11 Pemilihan Lokasi	44
Gambar 12 Pengambilan Gambar	47
Gambar 13 <i>Soorting Footage</i>	48
Gambar 14 Penyusunan <i>Footage</i>	49
Gambar 15 <i>Cut to cut</i>	49
Gambar 16 Penambahan Subtitle	50
Gambar 17 Ekspor Video	51
Gambar 18 Pengecekan Hasil Video	52
Gambar 19 <i>Feedback</i> dari <i>Head Multimedia Team</i>	53
Gambar 20 Perbandingan Performa <i>Raw Content</i> dan <i>Short Content</i>	54
Gambar 21 Insight Instagram bulan February.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1 <i>Engagement</i> konten dari gambar 6	38
Tabel 2 Perbandingan <i>Engagement Raw Content</i> dan <i>Short Content</i>	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa.....	65
Lampiran 2 Salinan Lembar Pembimbing TA.....	68
Lampiran 3 Surat Keterangan Praktik Industri	70
Lampiran 4 Lembar Hasil Cek Plagiarisme	71
Lampiran 5 Sertifikat	72
Lampiran 6 Dokumentasi Bimbingan Tugas Akhir.....	73