

LAPORAN TUGAS AKHIR

PENERAPAN STRATEGI *COPYWRITING* MODEL AIDCA
PADA KONTEN *REELS* MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@RRI_JAKARTA UNTUK MENINGKATKAN
***ENGAGEMENT* AUDIENS**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli
Madya (A.Md.Ikom)



Disusun Oleh:
AGATHA WIELMINA NELWAN
NIM: 2370404005

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA 2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Penerapan Strategi *Copywriting* Model AIDCA
Pada Konten Reels Media Sosial Instagram
@rri_jakarta untuk Meningkatkan *Engagement*
Audiens

Penulis : Agatha Wihelmina Nelwan
NIM : 2370404005
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, 27 Juli 2026

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., MM
NIP. 198605092019032011

Anggota 1



Dhiyaa Thurfah Ilaa, S.P., M.Si.
NIP. 199709112025062014

Anggota 2



Dr. Atick Rohmiyati, M.Pd
NIP. 196204291985012001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



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

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS SIDANG AKHIR

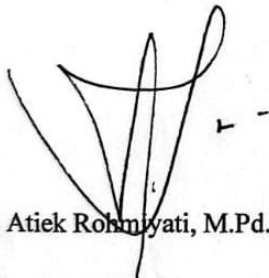
Judul Tugas Akhir : PENERAPAN STRATEGI COPYWRITING AIDCA PADA
KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @RRI_JAKARTA
UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT AUDIENS

Penulis : Agatha Wihelmina Nelwan
NIM : 2370404005
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditangani di 25, Juni 2026.

Pembimbing I



Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd.

NIP. 196204291985012001

Pembimbing II



Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom.

NIP. 198812222020122006

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.S

NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agatha Wihelmina Nelwan
NIM : 2370404005
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

Melalui pernyataan ini, saya menyatakan bahwa tugas akhir yang berjudul:
Penerapan Strategi Copywriting AIDCA pada Konten Reels Media Sosial Instagram
@rri_jakarta untuk Meningkatkan Engagement Audiens
adalah karya hasil pemikiran dan pengerjaan penulis sendiri, belum pernah dibuat atau
dipublikasikan oleh pihak lain, serta disusun tanpa unsur plagiarisme.

Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia
menerima konsekuensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-
benarnya.

Jakarta, 23 Juni 2026


Agatha Wihelmina Nelwan
NIM: 2370404005

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA

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

Nama : Agatha Wihelmina Nelwan
NIM : 2370404005
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

Demi mendukung pengembangan ilmu pengetahuan dan pemanfaatan karya ilmiah di lingkungan akademik, saya menyetujui memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah yang berjudul: Penerapan Strategi Copywriting AIDCA pada Konten Reels Media Sosial Instagram @rri_jakarta untuk Meningkatkan Engagement Audiens

Melalui hak tersebut, Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), memelihara, serta mempublikasikan tugas akhir saya untuk kepentingan akademik. Dalam setiap penggunaan karya tersebut, nama penulis tetap dicantumkan sebagai pencipta karya dan pemegang hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 23 Juni 2026


Agatha Wihelmina Nelwan
NIM: 2370404005

ABSTRAK

RRI aims to expand its reach through digital platforms by launching the Instagram account @rri_jakarta in an effort to reach a wider audience; however, the content posted is monotonous, resulting in low engagement and a lack of further response from the audience. The objective of this study is to apply the AIDCA *Copywriting* model to the Instagram content of @rri_jakarta to increase engagement. This study utilizes the AIDCA model (Attention, Interest, Desire, Conviction, Action) and STP (Segmentation, Targeting, Positioning) theories. Data collection methods included observation and literature review. The research method employed a project-based approach. The discussion covers the process of applying the AIDCA *Copywriting* strategy to the @rri_jakarta Instagram social media content to increase audience engagement through content research, brainstorming, STP analysis, scriptwriting, caption writing, publication editing, and monitoring. Analysis of content engagement performance from February to July 2026 revealed improvement across all indicators, with total content interactions reaching 28,200, a 65.9% increase, and the engagement rate (ER) rising from 1.50% to 3.41% compared to the previous period.

Kata Kunci : Engagement, AIDCA, *Copywriting*, STP

RRI ingin memperluas jangkauan melalui platform digital dengan menghadirkan akun media sosial Instagram @rri_jakarta sebagai upaya menjangkau audiens yang lebih luas tetapi, konten yang diunggah monoton sehingga interaksi yang dihasilkan rendah dan audiens tidak memberikan respons lebih jauh terhadap konten. Tujuan penelitian ini menerapkan strategi *Copywriting* model AIDCA pada konten media sosial Instagram @rri_jakarta untuk meningkatkan engagement. Dengan menggunakan teori model AIDCA (Attention, Interest, Desire, Conviction, Action) dan STP (Segmentation, Targeting, Positioning). Model pengumpulan data (observasi dan studi pustaka). Model penelitian menggunakan pendekatan penerapan (project-based). Pembahasan proses penerapan strategi *Copywriting* AIDCA pada konten media sosial Instagram @rri_Jakarta untuk meningkatkan engagement audiens melalui riset konten, brainstorming, analisis STP, penulisan naskah, penulisan caption, editing publikasi dan monitoring. Hasil analisis engagement performa konten pada periode Februari – Juli 2026 menunjukkan peningkatan pada seluruh indikator, dengan total interaksi konten mencapai 28.200 atau naik sebesar 65,9%, serta engagement rate (ER) meningkat dari 1,50% menjadi 3,41% dibandingkan periode sebelumnya.

Kata Kunci : Engagement, AIDCA, *Copywriting*, STP

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “*Penerapan Strategi Copywriting AIDCA pada Konten Reels Media Sosial Instagram @RRI_Jakarta untuk Meningkatkan Engagement Audiens*” dengan baik. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III serta memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.I.Kom) pada Program Studi Periklanan.

Penyusunan tugas akhir ini berlandaskan pada pengalaman penulis saat menjadi *Content Writer* dalam penerapan strategi *Copywriting* dengan menggunakan model AIDCA pada konten *reels* media sosial Instagram @rri_jakarta, sebagai upaya untuk meningkatkan daya tarik pesan serta keterlibatan audiens.

Laporan tugas akhir ini tidak terlepas dari berbagai kendala dan tantangan. Namun, berkat dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
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. sebagai Wakil Direktur Bidang Perencanaan, Keuangan, dan Umum.
4. Dr. Dayu Sri Herti, S.Pd., M.Sn. sebagai Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan dan Alumni.
5. Imanuel Ronald David Mongkau, M.M., selaku Ketua Jurusan Komunikasi.
6. R. Sulistiyo Wibowo, S.Sn., M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi.
7. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan.
8. Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd., Dosen Pembimbing 1 Tugas Akhir.
9. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., Sekretaris Program Studi

Periklanan, dan Dosen Pembimbing 2 Tugas Akhir.

10. Maulana Yusuf, S.I.Kom, selaku Ahli Pranata Hubungan Masyarakat LPP RRI Jakarta sekaligus Mentor di Radio Republik Indonesia.
11. *NewJeans* (Danielle, Hyein, Haerin, Hanni, Minji) para perempuan tangguh yang menjadi inspirasi penulis untuk berani mengejar mimpi ditengah keraguan, ketakutan dan situasi yang mustahil.
12. Keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan dan bantuan sepenuhnya kepada penulis dalam menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Media Kreatif.
13. Seluruh teman-teman Angkatan 2023 terutama Roslina, Desva, Tari, Laras dan Sarah senantiasa menemani, memberikan semangat, serta menjadi wadah untuk berbagi cerita, tawa, dan dukungan penulis di setiap langkah yang dilalui hingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.
14. Seluruh anabul kesayangan penulis, terutama *Bless*, *Cheddar* dan Yoshi yang selalu menemani keseharian penulis, baik dalam keadaan senang maupun sulit. Terima kasih telah selalu menjadi tempat pulang terbaik dan penghibur di setiap harinya.
15. Penulis juga ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada diri sendiri yang telah berjuang untuk bertahan, melewati berbagai proses, dan terus melangkah hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki beberapa kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 23 Juni 2026
Penyusun,



Agatha Wihelmina Nelwan
NIM. 2370404005

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS SIDANG AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA.....	v
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
A. Identifikasi Masalah.....	3
B. Batasan Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah.....	3
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Komunikasi.....	6
B. Media Komunikasi.....	7
C. Sosial Media Instagram.....	8
D. Konten Reels Instagram.....	10
E. Copywriting.....	10
F. STP (Segmentation, Targeting, Positioning).....	12
G. AIDCA.....	13
H. Engagement Rate.....	15
BAB III MODEL PELAKSANAAN.....	17
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	17

B. Teknik Pengumpulan Data.....	21
C. Ruang Lingkup.....	23
D. Langkah Kerja.....	25
BAB IV PEMBAHASAN.....	28
A. Gambaran Umum Permasalahan.....	28
B. Proses Hasil dan Pembuatan Copywriting.....	38
C. Hasil Karya.....	50
D. Performa Konten.....	59
BAB V PENUTUP.....	65
A. Simpulan.....	65
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tahap STP.....	12
Gambar 2 Kerangka AIDCA.....	13
Gambar 3 Engagement Rate.....	15
Gambar 4 Logo Perusahaan.....	17
Gambar 5 Struktur Organisasi LPP RRI Jakarta.....	19
Gambar 6 Struktur Alur Kerja.....	25
Gambar 7 Akun Instagram RRI Jakarta.....	28
Gambar 8 Data Periode November 2025 - Januari 2026.....	29
Gambar 9 Konten Buletin Pagi.....	30
Gambar 10 Konten Jakarta Pagi Ini.....	31
Gambar 11 Konten Music Live Chat.....	33
Gambar 12 Referensi Konten & Caption.....	39
Gambar 13 Referensi Konten dan Caption.....	39
Gambar 14 Referensi Caption.....	40
Gambar 15 Naskah Konten.....	42
Gambar 16 Caption Konten.....	45
Gambar 17 Editing Video.....	47
Gambar 18 Approval Mentor.....	48
Gambar 19 Tampilan Meta Business Suite.....	49
Gambar 20 Konten Debar.....	50
Gambar 21 Konten Informasi KAI.....	52
Gambar 22 Konten Reels Sorot.....	56
Gambar 23 Hasil Insight Konten Sorot.....	57
Gambar 24 Konten Reels Tanya Warga.....	57
Gambar 25 Hasil Insight Konten Tanya Warga.....	58
Gambar 26 Konten Reels KAI.....	58
Gambar 27 Hasil Insight Konten KAI.....	59
Gambar 28 Performa Konten Periode Lama.....	60
Gambar 29 Hasil Performa Konten Baru.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Caption Buletin Pagi.....	31
Tabel 2 Caption Jakarta Pagi Ini.....	32
Tabel 3 Caption Music Live Chat.....	33
Tabel 4 Hasil Performa Konten Periode November 2025 - Januari 2026	34
Tabel 5 Analisis Naskah Konten dengan AIDCA	43
Tabel 6 Analisis Caption dengan AIDCA	45
Tabel 7 Hasil Caption Entertainment.....	51
Tabel 8 Hasil Caption Informasi.....	52
Tabel 9 Hasil Naskah Konten Vox Pop.....	54
Tabel 10 Perbandingan Konten.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa	72
Lampiran 2 Lembar Bimbingan Tugas Akhir 1.....	74
Lampiran 3 Lembar Bimbingan Tugas Akhir 2.....	75
Lampiran 4 Cek Plagiarisme.....	76
Lampiran 5 Wawancara Mentor	77
Lampiran 6 Sertifikat.....	79
Lampiran 7 Dokumentasi dengan Pembimbing.....	80
Lampiran 8 Dokumentasi Sidang.....	81