

LAPORAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KONTEN INSTAGRAM @SIERRA.MOTORSERVICE DENGAN PENDEKATAN *MICRO-MOMENT MARKETING* SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh Gelar (A.Md) Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

DIMAS FADHIL ARDIAN

NIM: 2370404041

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2026**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Instagram @sierra.motorservice
dengan Pendekatan *Micro-Moment Marketing* sebagai
Media Komunikasi Pemasaran
Penulis : Dimas Fadhil Ardian
NIM : 2370404041
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

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

Disahkan oleh:
Ketua Penguji



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom.
NIP. 198812222020122006

Anggota 1



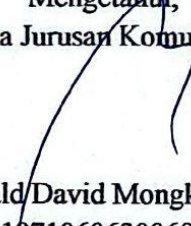
Firda Nida Fauziyyah, S.I.Kom
NIP -

Anggota 2



Rezki Aulia, M.I.Kom.
NIP. 1996062820250601004

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Penulis : Dimas Fadhil Ardian
NIM : 2370404041
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 10 Juli 2026

Pembimbing 1



Sifa Sultanika, M.Sn
198310242009122002

Pembimbing 2



Rezki Aulia, M.I.Kom.
1996062820250601004

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, SS., M.Si
199211132019032025

**PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR
DAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Dimas Fadhil Ardian
NIM : 2370404041
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
Perancangan Konten Instagram @sierra.motorservice dengan
Pendekatan Micro-Moment Marketing sebagai Media Promosi
Bengkel Spesialis BMW
**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
sebenarnya.

Jakarta, 11 Juni 2026

Yang menyatakan,



Dimas Fadhil Ardian
NIM: 2370404041

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Dimas Fadhil Ardian
NIM : 2370404041
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 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: Perancangan Konten Instagram @sierra.motorservice dengan Pendekatan Micro-Moment Marketing sebagai Media Promosi Bengkel Spesialis BMW 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,



Dimas Fadhil Ardian
NIM: 2370404041

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Instagram @sierra.motorservice dengan Pendekatan *Micro-Moment Marketing* sebagai Media Komunikasi Pemasaran
Penulis : Dimas Fadhil Ardian
Pembimbing I : Sifa Sultanika, M.Sn
Pembimbing II : Rezky Aulia, M.I.Kom

Sierra Motor Service is a BMW specialist workshop in Bekasi that utilizes instagram as a marketing communications. However, the published content has not fully optimized its visual potential or effectively conveyed marketing messages, making a more structured content design tailored to audience needs necessary. This Final Project aims to design digital advertising content for the instagram account of Sierra Motor Service using the Micro-Moment Marketing theory. Data were collected through observation, interviews, literature studies, and documentation. The content design process consisted of three stages: pre-production, production, and post-production. The pre-production stage included observing the instagram account and workshop activities, conducting interviews, and developing the visual concept. The production stage involved photo documentation, content design using Canva, and copywriting. The post-production stage included content publishing and dissemination through instagram. The result of this Final Project is a series of digital advertising contents designed based on the four categories of Micro-Moment Marketing: I-Want-to-Know, I-Want-to-Go, I-Want-to-Do, and I-Want-to-Buy. This content design is expected to help Sierra Motor Service deliver relevant information, strengthen its brand identity, and optimize instagram as a marketing communications.

Keywords: Sierra Motor Service, Instagram, *Micro-Moment Marketing*, Content, Social Media.

Sierra Motor Service merupakan bengkel spesialis BMW di Bekasi yang memanfaatkan instagram sebagai media komunikasi pemasaran. Namun, konten yang dipublikasikan belum mampu memaksimalkan potensi visual dan menyampaikan pesan komunikasi secara efektif sehingga diperlukan perancangan konten yang lebih terstruktur dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Tugas akhir ini bertujuan merancang konten iklan digital pada akun instagram Sierra Motor Service menggunakan teori *Micro-Moment Marketing*. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Proses perancangan dilakukan melalui tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada tahap pra produksi dilakukan observasi terhadap akun instagram dan aktivitas bengkel, wawancara, serta penentuan konsep visual. Tahap produksi meliputi pengambilan foto, pembuatan desain konten menggunakan Canva, dan penyusunan *copywriting*. Selanjutnya, pada tahap pasca produksi dilakukan publikasi dan penyebarluasan konten melalui instagram. Hasil tugas akhir ini berupa konten iklan digital yang dirancang berdasarkan empat kategori *Micro-Moment Marketing*, yaitu *I-Want-to-Know*, *I-Want-to-Go*, *I-Want-to-Do*, dan *I-Want-to-Buy*. Perancangan konten ini diharapkan dapat membantu Sierra Motor Service menyampaikan informasi yang relevan, memperkuat identitas merek, serta mengoptimalkan pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi pemasaran.

Kata Kunci: Sierra Motor Service , Instagram, *Micro-Moment Marketing*, Konten, Media Sosial.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Perancangan Konten Instagram @sierra.motorservice dengan Pendekatan Micro-Moment Marketing sebagai Media Komunikasi Pemasaran”** Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.) pada Program Studi Diploma III Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif.

Penyusunan tugas akhir ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan konten iklan digital pada media sosial instagram sierra motor service dengan menggunakan pendekatan Teori micro-moment marketing, yang sesuai dengan kebutuhan audiens di era digital. Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyelesaian karya ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D. beserta seluruh jajaran pimpinan yang telah menyediakan fasilitas dan lingkungan akademik yang mendukung proses pembelajaran penulis.
2. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D. selaku Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Media Kreatif, yang telah mendukung kelancaran kegiatan akademik selama penulis menempuh pendidikan.
3. Imanuel Ronald David Mongkau, M.M. selaku Ketua Jurusan Komunikasi, yang telah memberikan arahan serta kebijakan dalam proses akademik, khususnya dalam penyusunan tugas akhir.
4. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn. selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi, yang telah membantu dalam administrasi akademik selama proses penyusunan tugas akhir.
5. Zaenab, S.S., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Periklanan, yang telah memberikan bimbingan serta arahan selama penulis menempuh pendidikan.

6. Ibu Sifa Sultanika, M.Sn. selaku dosen pembimbing I tugas akhir yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan secara berkelanjutan selama proses penyusunan tugas akhir ini.
7. Mas Rezki Aulia, M.I.Kom selaku dosen pembimbing II tugas akhir yang telah memberikan bimbingan serta saran dalam penyempurnaan Tugas Akhir ini.
8. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan perannya yang nyata selama penulis menempuh pendidikan.
9. Bapak Sairun Haryanto. selaku General Manager dari SIERRA Motor Service yang telah memberikan izin, kesempatan, serta dukungan kepada penulis untuk melaksanakan kegiatan praktik dan memperoleh data yang dibutuhkan dalam penyusunan tugas akhir ini.
10. Yang teramat mulia dan saya sayangi kedua orang tua saya atas ridho dan jerih payah yang beliau curahkan untuk menyelesaikan pendidikan saya.
11. Pihak Sierra Motor Service yang telah memberikan kesempatan, data, serta dukungan kepada penulis dalam proses perancangan konten iklan digital sebagai objek tugas akhir.

Akhir kata, penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan keilmuan di bidang periklanan, khususnya periklanan digital berbasis kepedulian sosial. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan guna penyempurnaan karya ini di masa mendatang.

Jakarta, 5 Juli 2026

Penulis,



Dimas Fadhil Ardian

NIM: 2370404041

DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR.....	I
ABSTRAK.....	VI
PRAKATA.....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR TABLE.....	XIII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penulisan.....	6
F. Manfaat Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Periklanan Digital.....	8
1. Pengertian Periklanan Digital.....	8
2. Karakteristik Periklanan Digital.....	8
3. Fungsi Periklanan Digital.....	9
4. Kelebihan dan Kekurangan Periklanan Digital.....	10
B. Media Sosial Instagram.....	12
1. Pengertian Instagram.....	12
2. Fitur Instagram.....	12
3. Instagram sebagai Media Promosi.....	13
C. Strategi STP.....	14
1. Segmentation.....	14
2. Targeting.....	15
3. Positioning.....	15
D. Konten Iklan Digital.....	15
1. Pengertian Konten Iklan Digital.....	15
2. Prinsip Perancangan Konten Iklan Digital.....	16
E. Teori <i>Micro-Moment Marketing</i>.....	17
1. Pengertian <i>Micro-Moment Marketing</i>	17
2. Karakteristik <i>Micro-Moment Marketing</i>	18
3. Dimensi <i>Micro-Moment Marketing</i>	20
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	23
A. Data/Objek Penulisan.....	23

1. Profil Perusahaan.....	23
2. Logo Perusahaan Sierra Motor Service.....	23
3. Visi dan Misi Sierra Motor Service.....	24
B. Teknik Pengumpulan Data.....	24
1. Observasi.....	25
2. Studi Pustaka.....	25
3. Wawancara.....	25
C. Ruang Lingkup.....	26
1. Peran Penulis.....	26
2. Kategori Karya.....	26
3. Ide Kreatif.....	26
D. Langkah Kerja.....	27
1. Pra Produksi.....	27
2. Produksi.....	29
3. Pascaproduksi.....	30
BAB IV PEMBAHASAN.....	31
A. Gambaran Umum Akun Instagram @sierra.motorservice.....	31
1. Tujuan Akun.....	31
2. Target Audiens.....	31
B. Pra Produksi.....	32
1. Observasi Langsung & Akun Instagram.....	32
2. Hasil Wawancara.....	35
3. Penentuan Konsep Visual.....	36
4. Menentukan Tujuan Konten.....	37
5. Menerapkan Teori <i>Micro-Moment Marketing</i>	38
C. Produksi.....	39
1. Hasil Pengambilan Foto.....	39
2. Pembuatan dan Editing Desain Konten.....	40
3. Penyusunan <i>Copywriting</i>	40
4. Penyusunan <i>Caption</i> dan <i>Hashtag</i>	41
D. Pascaproduksi.....	42
1. Publikasi Konten.....	42
2. Penyebarluasan Konten.....	43
E. Penerapan teori <i>micro-moment marketing</i>.....	43
1. Konten <i>I-Want-to-Know</i>	43
2. Konten <i>I-Want-to-Do</i>	45
3. Konten <i>I-Want-to-Go</i>	46
4. Konten <i>I-Want-to-Buy</i>	47
F. Performa Akun Instagram @sierra.motorservice.....	48

BAB V PENUTUP.....	50
A. Simpulan.....	50
B. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan <i>Platform</i> Media Sosial di Indonesia Tahun 2025.....	1
Gambar 1.2 Konten instagram <i>micro-moment marketing (I-want-to-know)</i>	3
Gambar 3.2 Tahapan Perancangan Konten Instagram Sierra motor service.....	27
Gambar 4.1 Hasil Observasi Lapangan di sierra motor service.....	33
Gambar 4.2 Observasi pada akun instagram @sierra.motorbekasi.....	33
Gambar 4.3 Melakukan wawancara dengan general manager.....	35
Gambar 4.4 Logo sierra motor service & <i>Color palette</i> BMW.....	36
Gambar 4.5 Hasil pengambilan bahan foto.....	39
Gambar 4.6 Tahap editing konten melalui canva.....	40
Gambar 4.7 Hasil Publikasi Konten pada Akun Instagram @sierra.motorservice.....	42
Gambar 4.8 Sharing konten pada komunitas BMW.....	43
Gambar 4.9 Konten "Check Engine BMW" & "Pentingnya service berkala".....	44
Gambar 4.10 Konten "Mengetahui kaki-kaki BMW perlu diperiksa" & "Kebiasaan yang merusak BMW".....	45
Gambar 4.11 Konten "Bengkel Spesialis BMW di Bekasi".....	46
Gambar 4.12 Konten "Service Sebelum Mudik" & "BMW aman liburan nyaman".....	48
Gambar 4.13 Instagram <i>Insights</i> Akun @sierra.motorservice.....	49

DAFTAR TABLE

Table 4.1 Hasil Analisis Awal Akun Instagram @sierra.motorbekasi.....	34
Table 4.2 Penerapan Micro-Moment Marketing.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup.....	53
Lampiran 2 Lembar Bimbingan Tugas Akhir.....	54
Lampiran 3 Lembar Bimbingan Tugas Akhir.....	56
Lampiran 4 Surat Keterangan Magang.....	57
Lampiran 5 Hasil Cek Plagiarisme.....	58
Lampiran 6 Transkrip Wawancara.....	59
Lampiran 7 Transkrip Wawancara.....	60
Lampiran 8 Dokumentasi Bimbingan.....	61