

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN KONTEN *REELS* BERBASIS AISAS UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* PADA AKUN INSTAGRAM @rd2_moto

**Diajukan sebagai persyaratan kelulusan Program Studi Periklanan Jurusan
Komunikasi**



Disusun oleh:

Muhammad Iqbal Nur Hafidz

NIM: 2370404069

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

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Reels Berbasis AISAS Untuk
Meningkatkan Engagement Pada Akun Instagram

@rd2_moto

Penulis : Muhammad Iqbal Nur Hafidz

NIM : 2370404069

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan tim penguji tugas
akhir di Kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada hari Selasa,
Tanggal 14 Juli 2026

Disahkan oleh :

Ketua penguji



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

Anggota 1



Dhiyaa ThurfaHlaa, S.P., M.Si
NIP. 199709112025062014

Anggota 2



Rezky Aulia M.I.Kom.
NIP. 199606282025061004

Disahkan oleh :

Ketua Jurusan Komunikasi



Immanuel Ronald David Mongkau, M.M
NIP. 197106062006041001

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul : Penerapan Strategi Attention Driven Content Untuk
Meningkatkan Engagement Pada Akun Instagram @rd2_moto
Nama : Muhammad Iqbal Nur Hafidz
NIM : 2370404069
Program Studi : Komunikasi
Jurusan : Periklanan
Tahun Akademik : 2025/2026

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 10 Juni 2026

Pembimbing I

Putri Surya Cempaka, S.Hum., M.Si.
NIP. 199312202019032026

Pembimbing II

Rezky Aulia, M.I.Kom
NIP. 1960774675130282.

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan

Zaenab, SS., M.Si
NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORIGINALITAS

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Iqbal Nur Hafidz
NIM : 2370404069
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Penerapan Strategi Attention Driven Content Untuk Meningkatkan Engagement Pada Akun Instagram @rd2_moto 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, 10 Juni 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Iqbal Nur Hafidz
NIM 2370404069

PERNYATAAN PUBLIKASI KI

PERNYATAAN PUBLIKASIKARYA ILMIAH

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

Nama : Muhammad Iqbal Nur Hafidz
NIM : 2370404069
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:
Penerapan Strategi Attention Driven Content Untuk Meningkatkan Engagement Pada Akun Instagram @rd2_moto

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, 12 Juni 2026
Yang menyatakan,



Muhammad Iqbal Nur Hafidz
NIM. 2370404012

ABSTRAK

This Final Project discusses the process of creating Instagram Reels content based on the AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) model on the Instagram account @rd2_moto to increase audience engagement. Instagram Reels was selected as the primary platform because it enables information to be delivered in a short, engaging, and visually appealing format while reaching a broader audience. The content creation process consisted of three main stages: pre-production, production, and post-production. During the pre-production stage, the author analyzed the performance of previous content, observed current Instagram Reels trends, conducted brainstorming, and developed content concepts based on the Segmentation, Targeting, and Positioning (STP) approach. The production stage involved capturing video footage according to the predetermined concept, while the post-production stage included video editing, reView, approval, publication, and evaluation using Instagram Insights.

The results indicate that implementing the AISAS model contributed to improving audience engagement on the Instagram account @rd2_moto. This improvement is reflected in the increase of Views, Likes, Comments, Shares, and Saves after the implementation of the AISAS-based content strategy. Therefore, the application of the AISAS model in creating Instagram Reels content proved effective in increasing audience engagement on the Instagram account @rd2_moto.

Keywords: *Instagram Reels, AISAS, Engagement, RD2Moto, digital content.*

Tugas Akhir ini membahas proses pembuatan konten Instagram *Reels* berbasis model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) pada akun Instagram @rd2_moto dengan tujuan meningkatkan *engagement* audiens. Instagram *Reels* dipilih sebagai media karena mampu menyampaikan informasi secara singkat, menarik, dan menjangkau audiens yang lebih luas. Proses pembuatan konten terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu *praproduksi*, *produksi*, dan *pascaproduksi*. Pada tahap *praproduksi*, penulis melakukan observasi terhadap performa konten sebelumnya, menganalisis tren Instagram *Reels*, melakukan *brainstorming*, serta mengembangkan konsep konten berdasarkan pendekatan STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*). Tahap *produksi* meliputi proses pengambilan gambar sesuai konsep yang telah dirancang, sedangkan tahap *pascaproduksi* mencakup proses *editing*, *reView*, *approval*, publikasi konten, serta analisis performa menggunakan Instagram *Insights*. Hasil penerapan menunjukkan adanya peningkatan *engagement* yang ditandai dengan meningkatnya jumlah *Views, Likes, Comments, Shares*, dan *Saves* pada akun Instagram @rd2_moto. Dengan demikian, penerapan model AISAS pada pembuatan konten Instagram *Reels* dinilai efektif dalam meningkatkan *engagement* audiens pada akun Instagram @rd2_moto.

Kata kunci: *Instagram Reels, AISAS, Engagement, RD2Moto, konten digital.*

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunianya sehingga Laporan Tugas Akhir yang berjudul “PEMBUATAN KONTEN *REELS* BERBASIS AISAS UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* PADA AKUN INSTAGRAM @rd2_moto” ini dapat disusun dan diselesaikan dengan baik.

Laporan Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat akademik untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam proses penyusunannya, penulis menyadari bahwa Laporan ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bantuan, bimbingan, serta masukan dari berbagai pihak. Banyak pengalaman dan arahan yang penulis peroleh selama proses penyusunan, sehingga Laporan ini dapat tersusun hingga tahap yang sekarang. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis menyampaikan apresiasi kepada:

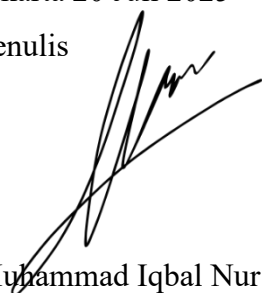
1. Allah S.W.T yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang.
2. Keluarga penulis yang senantiasa memberikan doa dan semangat sehingga Praktik Industri dapat dilaksanakan dengan lancar.
3. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
4. Mawan Nugraha, S.SI., M.Acc., Ph.D., Sebagai Wakil Direktur Bidang Akademik.
5. Dr. Ir. Cholid Mawardi, S.Kom., M.T. selaku Wakil Direktur Bidang Keuangan.
6. Dr. Dayu Sri Herti, S.Pd., M.Sn. selaku Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan.

7. Para staff Jurusan Komunikasi dan para karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan layanan administrasi kepada penulis selama di Politeknik Negeri Media Kreatif
8. Immanuel Ronald David Mongkau, SE, MM., Ketua Jurusan Komunikasi.
9. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn. Sekretaris Jurusan Komunikasi.
10. Zaenab, SS., M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan.
11. Putri Surya Cempaka, S.Hum., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I Laporan Tugas Akhir, yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan dalam penyusunan Laporan ini;
12. Rizky Aulia, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing II Laporan Tugas Akhir, yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan dalam penyusunan Laporan ini;
13. Dhiyaa Thurfah Ilaa, S.P., M.Si. yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan dalam penyusunan Laporan ini;
14. Orang tua dan keluarga penulis yang telah membantu dalam dan mendukung penuh penulis selama menempuh Pendidikan di Politeknik Negeri Media Kreatif.
15. Teman-teman Bergerak agency., yang telah menemani proses berkembang penulis, mengisi hari dan senantiasa mengingatkan untuk berjuang bersama demi masa depan yang lebih cerah.
16. Kalicha Putri Adhani, yang senantiasa menemani sekaligus membantu dalam proses dalam penyusunan Laporan ini.
17. Seluruh Mahasiswa Program Studi Periklanan Angkatan 2023 yang menemani selama masa-masa perkuliahan yang gonjang-ganjing ini.

Penulis menyadari bahwa Laporan Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun sebagai bahan penyempurnaan pada tahap pelaksanaan Tugas Akhir. Semoga Laporan ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan institusi.

Jakarta 20 Juli 2025

Penulis



Muhammad Iqbal Nur Hafidz

NIM 2370404069

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KI	v
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penulisan	4
F. Manfaat Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN MASALAH	7
A. <i>Engagement</i> Sosial Media.....	7
B. <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> (STP).....	7
C. AISAS	9
D. Media Sosial Instagram.....	11
E. Indikator Performa	12
F. Tahapan Produksi	14
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	16
A. Data Perusahaan.....	16
B. Teknik Pengumpulan Data	18
C. Ruang Lingkup.....	20
1. Peran Penulis	20
2. Kategori Karya	20

3. Ide Kreatif	21
D. Langkah Kerja.....	21
1. Praproduksi	22
2. Produksi	23
3. Pascaproduksi.....	24
BAB IV PEMBAHASAN.....	25
A. Gambaran Umum.....	25
B. Analisis Situasi.....	25
C. Tahap Praproduksi.....	26
1. Analisis STP.....	27
2. Brain Storming	29
3. Riset	29
4. Konsep	30
5. Pengembangan Konsep Visual dan Pengambilan Gambar	31
D. Tahap Produksi.....	31
1. Pengambilan Gambar yang Mendukung Interaksi Audiens.....	32
2. Penyuntingan (Editing)	32
3. Penyusunan <i>Headline</i> dan Teks Pendukung.....	33
4. Penulisan <i>Caption</i>	33
E. Tahap Pascaproduksi	34
1. <i>ReView</i> dan Persetujuan (<i>Approval</i>).....	34
F. Penerapan Metode AISAS pada Konten <i>Reels</i>	36
1. Satu Helm, Dua mode	36
2. Helm Premium Budget Pelajar.....	39
3. Gas Dikit Direm Bini	42
4. Pembahasan Hasil Penerapan Model AISAS.....	44
BAB V PENUTUP	50
A. Kesimpulan	50
B. Saran.....	51
1. Saran untuk Penulis.....	51
2. Saran untuk Politeknik Negeri Media Kreatif.....	52
3. Saran untuk Masyarakat	52

DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis STP	27
Tabel 2 Penerapan AISAS Pada Konten Reels Satu Helm, Dua Mode.....	37
Tabel 3 Penerapan AISAS Pada Konten Reels Helm Premium Harga Pelajar	39
Tabel 4 Penerapan AISAS Pada Konten Reels Gas Dikit Direm Bini	42
Tabel 5 Hasil Engagement Konten Reels	45
Tabel 6 Perbandingan Engagement konten Reels Sebelum dan Sesudah penerapan model AISAS	47
Tabel 7 Perbandingan Total Engagement Sosial media Sebelum dan Sesudah Penerapan Strategi.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Total interaksi audiens periode 11 Februari - 11 Maret.....	2
Gambar 2 Logo RD2Moto	17
Gambar 3 Langkah Kerja	22
Gambar 4 Profil Instagram RD2 Moto.....	26
Gambar 5 Beranda Instagram.....	30
Gambar 6 Dokumentasi Proses Produksi Konten	31
Gambar 7 Proses <i>Editing</i>	32
Gambar 8 Contoh <i>Teks Pendukung</i>	33
Gambar 9 Contoh Hook Konten.....	34
Gambar 10 Proses <i>Approval</i> Konten	35
Gambar 11 <i>Screenshot</i> Konten Yang telah dipublikasi	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWA	55
Lampiran 2 PEMBIMBING TUGAS AKHIR 1	58
Lampiran 3 PEMBIMBING TUGAS AKHIR 2	59
Lampiran 4 Cek Plagiarisme	60
Lampiran 5 Lembar Kontrak Magang.....	61
Lampiran 6 Dokumentasi Magang.....	63
Lampiran 7 Dokumentasi Tugas Akhir	64