

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PENGEMBANGAN KONTEN VIDEO PROMOSI KOLA GO
BERBASIS STRATEGI *CONTENT MARKETING*
UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT*
PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK ORIYA NUTRICIA**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Ahli Madya (A.Md)



Disusun Oleh

DELLA PUSPITA SARI

NIM: 2370404036

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA

2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengembangan Konten Video Promosi
Kola Go Berbasis Strategi *Content Marketing* untuk Meningkatkan
Engagement pada Media Sosial TikTok Oriya Nutricia
Penulis : Della Puspita Sari
NIM : 2370404036
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



Omar Yusuf SE. MM.
NUPN: 9900979905

Anggota 2



Rizki Akbar Mustopa, S.Pd., Gr., M.Pd.
NIP 199304272024061001

Mengerahui
Ketua Jurusan Komunikasi



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengembangan Konten Video Promosi
Kola Go Berbasis Strategi *Content Marketing* untuk Meningkatkan
Engagement pada Media Sosial TikTok Oriya Nutricia
Penulis : Della Puspita Sari
NIM : 2370404036
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan,
Ditandatangani di Jakarta, pada hari Senin, tanggal 13 Juli 2026.

Pembimbing 1



Rizki Akbar Mustopa, S.Pd., Gr., M.Pd.
NIP 199304272024061001

Pembimbing 2



Maya Puspita Dewi S.Sos, M.M
NIDN. 0309047603

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, SS, M. Si
NIP 199211132019032025

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS
PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Della Puspita Sari
NIM : 2370404036
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
Pengembangan Konten Video Promosi Kola Go Berbasis Strategi Content Marketing untuk Meningkatkan Engagement pada Media Sosial TikTok Oriya Nutricia
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, 12..... Juni 2026

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular stamp. The stamp is yellow and red, with the text 'METRAI TEMPEL' in the center. Below the stamp, the number 'D14A6ANX294044197' is printed.

Della Puspita Sari
NIM 2370404036

PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH

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

Judul Tugas Akhir : Pengembangan Konten Video Promosi Kola Go Berbasis Strategi *Content Marketing* untuk Meningkatkan *Engagement* pada Media Sosial TikTok Oriya Nutricia

Nama : Della Puspita Sari
NIM : 2370404036
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: Pengembangan Konten Video Promosi Kola Go Berbasis Strategi *Content Marketing* untuk Meningkatkan *Engagement* pada Media Sosial TikTok Oriya Nutricia.

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalih media/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,



Della Puspita Sari
NIM 2370404036

ABSTRAK

Content marketing on social media, particularly TikTok, has become an effective promotional medium for brands, including the Kola Go product by Oriya Nutricia. However, the content that has been produced is not yet fully aligned with audience needs, resulting in relatively low engagement levels. This study aims to develop promotional video content for Kola Go by implementing a content marketing strategy to increase audience appeal. The methods used include observation, literature review, and documentation analysis of insight data (social media engagement). The results of implementing this strategy indicate an increase in audience attraction and interaction on Oriya Nutricia's TikTok social media. In conclusion, developing content that is relevant and aligned with audience needs can enhance promotional effectiveness and encourage greater audience engagement on social media.

Keywords: *Content Marketing, TikTok, Engagement, Content Strategy, Promotional Video*

Content Marketing di media sosial, salah satunya TikTok, menjadi salah satu media promosi yang efektif bagi *brand*, termasuk produk Kola Go dari Oriya Nutricia. Namun, konten yang telah diproduksi masih belum sepenuhnya relevan dengan kebutuhan audiens sehingga tingkat *engagement* yang dihasilkan masih tergolong rendah. Penulisan ini bertujuan untuk mengembangkan konten video promosi Kola Go dengan menerapkan strategi *content marketing* untuk meningkatkan daya tarik audiens. Metode yang digunakan meliputi observasi, studi pustaka, dan kuesioner. Hasil dari penerapan strategi ini menunjukkan adanya peningkatan daya tarik serta interaksi audiens pada media sosial TikTok Oriya Nutricia. Kesimpulannya, pengembangan konten yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan audiens mampu meningkatkan efektivitas promosi serta mendorong keterlibatan audiens di media sosial.

Kata Kunci: *Content Marketing, TikTok, Engagement, Strategi Konten, Video Promosi*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *Content Creator* yang telah membuat konten pada media sosial. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan tugas akhir dengan judul “Pengembangan Konten Video Promosi Kola Go Berbasis Strategi *Content Marketing* untuk Meningkatkan *Engagement* pada Media Sosial TikTok Oriya Nutricia”

Laporan Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak 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. Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M., Ketua Jurusan Komunikasi;
4. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi;
5. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan;
6. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Periklanan;
7. Rizki Akbar Mustopa, S.Pd., Gr., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing 1 penulis dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir;
8. Maya Puspita Dewi S.Sos, M.M selaku Dosen Pembimbing 2 penulis dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir;
9. Orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan motivasi kepada penulis;

10. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah membimbing dan memberikan pelayanan kepada mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan;
11. Junaidi Gafar, selaku dosen sekaligus Direktur Operasional PT Oriya Nutricia, yang telah memberikan izin serta kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan Praktik Industri;
12. Teman-teman, yang selalu memberikan semangat, bantuan, dan dukungan kepada penulis selama proses penyusunan Laporan Tugas Akhir;
13. Tim Oriya Nutricia, yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis selama masa Praktik Industri berlangsung dan proses penyusunan Laporan Tugas Akhir;
14. Diri penulis sendiri, yang senantiasa berjuang, berusaha, tetap kuat dan bertanggung jawab dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam Laporan Tugas Akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk Laporan Tugas Akhir ini.

Jakarta, 30 Juni 2026



Della Puspita Sari
NIM 2370404036

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	1
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	1
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	2
PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH.....	3
ABSTRAK.....	4
PRAKATA.....	5
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR GAMBAR.....	8
DAFTAR LAMPIRAN.....	10
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penulisan.....	5
F. Manfaat Penulisan.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
A. Media Sosial sebagai Media Promosi.....	7
B. <i>Content Marketing</i>	8
C. Strategi <i>Content Marketing</i>	10
D. <i>Engagement</i>	13
E. TikTok sebagai Media Promosi.....	16
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	19
A. Objek Penulisan.....	19
B. Teknik Pengumpulan Data.....	22
C. Ruang Lingkup.....	25
BAB IV PEMBAHASAN.....	29
A. Analisis Kondisi Awal Konten Akun TikTok Oriya Nutricia.....	29
B. Proses Pengembangan Konten.....	32
C. Hasil Pekerjaan.....	46
BAB V PENUTUP.....	60
A. Simpulan.....	60
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Oriya Nutricia.....	19
Gambar 2 Logo Kola Go.....	20
Gambar 3 Bagan Langkah Kerja.....	27
Gambar 4 Perbandingan <i>Engagement</i> Konten TikTok Sebelum dan Sesudah Penurunan.....	29
Gambar 5 Grafik Retensi Audiens.....	30
Gambar 6 Contoh Tren dan Format Konten yang sedang Viral pada TikTok.....	31
Gambar 7 Segmentasi Demografis Audiens TikTok Oriya Nutricia.....	32
Gambar 8 Segmentasi Geografis Audiens TikTok Oriya Nutricia.....	33
Gambar 9 Segmentasi Psikografis Audiens.....	34
Gambar 10 Kueri Pencarian Audiens TikTok Oriya Nutricia Berdasarkan Minat Pencarian.....	35
Gambar 11 Visualisasi Produk Kola Go sebagai minuman Kolagen Praktis.....	37
Gambar 12 Penyusunan <i>Content Plan</i>	39
Gambar 13 Penyusunan <i>Content Plan</i>	39
Gambar 14 Proses <i>Shooting</i> Konten Video TikTok.....	40
Gambar 15 Hasil Teknik Pengambilan Visual Pendukung Sesuai <i>Script</i> Konten TikTok.....	41
Gambar 16 Proses Editing Video Konten TikTok.....	43
Gambar 17 Proses Penambahan Audio Viral pada Konten.....	44
Gambar 18 <i>Caption</i> pada Konten.....	45
Gambar 19 Jadwal Posting Konten.....	46
Gambar 20 Konten <i>Storytelling</i> pada akun TikTok Oriya Nutricia.....	48
Gambar 21 <i>Insight Overview</i> Konten <i>Storytelling</i> pada akun TikTok Oriya Nutricia.....	48
Gambar 22 Data Jangkauan Audiens Konten <i>Storytelling</i> pada akun TikTok Oriya Nutricia.....	49
Gambar 23 Konten Edukatif pada akun TikTok Oriya Nutricia.....	50
Gambar 24 <i>Insight Overview</i> Konten Edukatif pada akun TikTok Oriya Nutricia.....	51
Gambar 25 Data Jangkauan Audiens Konten Edukatif pada akun TikTok Oriya Nutricia.....	51
Gambar 26 Konten Promosi pada akun TikTok Oriya Nutricia.....	53
Gambar 27 <i>Insight Overview</i> Konten Promosi pada akun TikTok Oriya Nutricia.....	53
Gambar 28 Data Jangkauan Audiens Konten Promosi pada akun TikTok Oriya Nutricia.....	54
Gambar 29 Hasil Analisis <i>Engagement</i> Konten Promosi pada akun TikTok Oriya Nutricia.....	54
Gambar 30 Konten Hiburan yang mengikuti Tren pada akun TikTok Oriya Nutricia.....	

Nutricia.....	56
Gambar 31 <i>Insight Overview</i> Konten Hiburan yang mengikuti Tren pada akun TikTok Oriya Nutricia.....	56
Gambar 32 Data Jangkauan Audiens Konten Hiburan yang mengikuti Tren pada akun TikTok Oriya Nutricia.....	57
Gambar 33 Grafik Tren Performa Akun TikTok Oriya Nutricia Selama Periode 1 April–30 Mei 2026.....	57
Gambar 34 <i>Key Metrics</i> Akun TikTok Oriya Nutricia Setelah Penerapan Strategi <i>Content Marketing</i> Selama Periode 1 April–30 Mei 2026.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Biodata Penulis.....	66
Lampiran 2: Salinan Lembar Pembimbingan TA Dosen Pembimbing I.....	69
Lampiran 3: Salinan Lembar Pembimbingan TA Dosen Pembimbing II.....	70
Lampiran 4: Surat Keterangan Magang Industri.....	71
Lampiran 5: Hasil Kuesioner.....	72
Lampiran 6: Penyusunan <i>Content Plan</i>	73
Lampiran 7: Penyusunan <i>Content Plan</i>	74
Lampiran 8: Perbandingan Performa Konten TikTok Sebelum dan Sesudah Penurunan pada Akun TikTok Oriya Nutricia.....	75
Lampiran 9: Performa Konten Sebelum Penerapan Strategi <i>Content Marketing</i>	76
Lampiran 10: Performa Konten Sesudah Penerapan Strategi <i>Content Marketing</i>	77
Lampiran 11: Sertifikat Magang Industri.....	78
Lampiran 12: Dokumentasi Bimbingan.....	79
Lampiran 13: Hasil Cek Plagiarisme.....	80