

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN *CONTENT WRITING* BERBASIS PRINSIP *CALL TO ACTION* DAN MODEL PAS (*PROBLEM*, *AGITATION*, *SOLUTION*) UNTUK MENINGKATKAN *REACH* AKUN INSTAGRAM @bipo.indonesia

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh:

HALIZA NOVA ZIBRILLA

NIM 2370404054

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA

2026

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan *Content Writing* berbasis prinsip *Call to Action* dan Model PAS (*Problem, Agitation, Solution*) untuk meningkatkan *reach* akun Instagram @bipo.indonesia

Penulis : Haliza Nova Zibrilla
NIM : 2370404054
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Kamis, tanggal 16 Juli 2026

Disahkan oleh:
Ketua Penguji



Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd.
NIP. 196204291985012001

Anggota 1



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

Anggota 2



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

Mengetahui
Ketua Jurusan Komunikasi,



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan *Content Writing* berbasis prinsip *Call To Action* dan model PAS (*Problem, Agitation, Solution*) untuk meningkatkan *Reach* akun Instagram @bipo.indonesia

Nama Mahasiswa : Haliza Nova Zibrilla

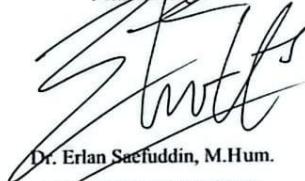
NIM : 2370404054

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta 12 Juni 2026

Pembimbing I


Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum.
NIP. 197508072009121001

Pembimbing II


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

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan


Zaenab, S.S., M.Si.
NIP 199211132019032025

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Judul Tugas Akhir : Pembuatan *Content Writing* berbasis prinsip *Call To Action*
dan model PAS (*Problem, Agitation, Solution*) untuk
meningkatkan *Reach* akun Instagram @bipo.indonesia

Nama Mahasiswa : Haliza Nova Zibrilla

NIM : 2370404054

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul "Pembuatan *Content Writing* berbasis prinsip *Call To Action* dan model PAS (*Problem, Agitation, Solution*) untuk meningkatkan *Reach* akun Instagram @bipo.indonesia" 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,


Haliza Nova Zibrilla
NIM 2370404054

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Haliza Nova Zibrilla
NIM : 2370404054
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

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:

**PEMBUATAN CONTENT WRITING BERBASIS PRINSIP CALL TO ACTION DAN
MODEL PAS (PROBLEM, AGITATION, SOLUTION) UNTUK MENINGKATKAN REACH
AKUN INSTAGRAM @bipo.indonesia**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasi 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,


Haliza Nova Zibrilla
NIM 2370404054

ABSTRAK

Content writing yang belum menerapkan pendekatan persuasif secara maksimal kerap membuat pesan yang ingin disampaikan sebuah *brand* tidak sampai secara luas dan efektif kepada target audiens, dampaknya rendahnya interaksi dan jangkauan konten. Akun Instagram @bipo.indonesia belum menerapkan *content writing* dengan model PAS (*Problem, Agitation, Solution*) dan *Call To Action*, sehingga jangkauan (*reach*) konten dan eksposur informasi mengenai Bipo Indonesia sebagai solusi HR Digital masih terbatas. Tujuan Penulisan untuk membuat *Content Writing* menggunakan model PAS dan prinsip CTA untuk meningkatkan *reach* akun Instagram @bipo.indonesia. Teori yang digunakan Model STP dan PAS. Metode pengumpulan data (Observasi Digital, Studi Pustaka, dan Wawancara), dan metode penelitiannya menggunakan pembuatan (*project-based*). Pembuatan *Content Writing* berbasis prinsip CTA dan Model PAS untuk meningkatkan *reach* akun Instagram @bipo.indonesia melalui Analisis STP, Membuat *Content Planning*, penerapan *Content Writing* dengan Model PAS dan CTA, Publikasi Konten di Instagram @bipo.indonesia, selanjutnya *Monitoring Insight* dan Evaluasi. *Views* pada awalnya dari 68.545 menjadi 322.943 atau 371%, *Accounts Reached* dari 43.891 menjadi 228.285 atau 218,1%, dan *Non-Followers Reached* dari 95,4% menjadi 97,5% atau 2,1 poin. Hasil tersebut menunjukkan adanya peningkatan *reach*. Artinya Pembuatan *Content Writing* berbasis prinsip *Call to Action* dan Model PAS dapat meningkatkan *reach* akun Instagram @bipo.indonesia.

Kata kunci: *Content Writing, Call To Action, PAS, Reach, Instagram*

ABSTRACT

Content writing that has not applied a persuasive approach to the fullest often causes the message a brand wants to convey to fail to reach the target audience widely and effectively, resulting in low interaction and organic content reach. The Instagram account @bipo.indonesia has not applied content writing using the PAS (*Problem, Agitation, Solution*) model and *Call To Action*, so that the reach of content and exposure of information regarding Bipo Indonesia as a Digital HR solution is still limited. The purpose of this study is to create *Content Writing* using the PAS model and CTA principles to increase the reach of the Instagram account @bipo.indonesia. The theories used are the STP and PAS Models. Data collection methods (*Digital Observation, Literature Study, and Interviews*), and the research method uses project-based creation. The creation of *Content Writing* based on *Call to Action* principles and the PAS Model to increase the reach of the Instagram account @bipo.indonesia is carried out through STP Analysis, *Content Planning*, the application of *Content Writing* with the PAS Model and CTA, *Content Publication* on Instagram @bipo.indonesia, followed by *Insight Monitoring* and Evaluation by the senior social media specialist. The results show *Views* initially increased from 68,545 to 322,943, or 371%, *Accounts Reached* from 43,891 to 228,285, or 218.1%, and *Non-Followers Reached* from 95.4% to 97.5%, or a 2.1-point increase. These results indicate an increase in reach. This means that the creation of *Content Writing* based on *Call to Action* principles and the PAS Model can increase the reach of the Instagram account @bipo.indonesia.

Keywords: *Content Writing, Call To Action, PAS, Reach, Instagram*

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyusun Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Pembuatan *Content Writing* berbasis prinsip *Call To Action* dan model PAS (*Problem, Agitation, Solution*) untuk meningkatkan *Reach* akun Instagram @bipo.indonesia ”. Laporan Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam menempuh jenjang akademik pada Program Studi D3 Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif.

Penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan untuk merancang *content writing* berbasis prinsip *Call To Action* (CTA) dengan model PAS (*Problem, Agitation, Solution*) pada akun Instagram @bipo.indonesia. Perancangan ini dilakukan untuk menghasilkan konten yang mampu menyampaikan pesan secara lebih persuasif, terstruktur, dan efektif dalam menarik perhatian audiens. Melalui pendekatan tersebut, diharapkan konten yang dihasilkan dapat meningkatkan keterlibatan audiens serta meningkatkan *reach* pada akun Instagram @bipo.indonesia sebagai solusi digital dalam pengelolaan sumber daya manusia.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan proposal ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada;

1. Dwi Riyono ST. M.Ak. Ph.D., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif
2. Mawan Nugraha S.Si M.Acc. Ph.D., selaku Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Media Kreatif
3. Dr. Ir. Cholid Mawardi, S.Kom., Wakil Direktur Bidang Umum Politeknik Negeri Media Kreatif

4. Dr. Dayu Sri Herti, S.Pd., M.Sn., Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan Politeknik Negeri Media Kreatif
5. Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M., Ketua Jurusan Komunikasi Politeknik Negeri Media Kreatif
6. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi
7. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan
8. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Periklanan
9. Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum., selaku dosen Pembimbing Tugas Akhir 1
10. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., selaku dosen Pembimbing Tugas Akhir 2
11. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
12. Rekan-rekan Angkatan 14 Program Studi Periklanan yang telah menjadi teman berjuang bersama-sama selama tiga tahun.
13. Marchenda, Selaku mentor penulis sekaligus narasumber yang membantu dalam memberikan informasi seputar judul laporan tugas akhir penulis.
14. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan moral dan material serta selalu memanjatkan doa untuk kelancaran penulis dalam menjalankan seluruh kegiatan perkuliahan.
15. Ananda Aura Savitri, selaku teman sebangku sekaligus sahabat penulis dari masa awal perkuliahan yang telah berjuang bersama sampai semester akhir ini.
16. Sharfina, selaku teman dekat penulis yang senantiasa menemani penulis dalam mengerjakan Tugas Akhir ini.

17. Kak Rianthea Valysa, selaku mentor yang telah membimbing penulis pada masa orientasi di awal perkuliahan, serta memberikan dukungan untuk penulis dalam pengerjaan laporan ini.

18. Beka, selaku kucing penulis yang telah menemani penulis pada awal masa perkuliahan yang kini telah tiada, namun tetap abadi di hati penulis.

19. Kaka dan Megah selaku teman kelompok penulis dari masa awal perkuliahan yang sudah berjuang bersama saat masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih memiliki keterbatasan dan memerlukan penyempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan proposal ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat menjadi dasar yang baik dalam pelaksanaan Tugas Akhir serta memberikan manfaat bagi penulis, instansi, dan pihak-pihak terkait.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah turut berkontribusi dalam mendukung setiap proses dalam penulisan Tugas Akhir ini.

Jakarta, 12 Juni 2026

Penulis,



Haliza Nova Zibrilla

NIM 2370404054

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penelitian	4
F. Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Komunikasi Pemasaran	6
B. <i>Social Media Marketing</i>	7
C. <i>Content Writing</i>	10
D. <i>Reach</i> Instagram	12
E. Analisis STP	13

F. Model PAS (<i>Problem, Agitation, Solution</i>).....	15
G. <i>Call To Action</i> (CTA)	17
H. <i>Content Planning</i>	19
BAB III METODE PELAKSANAAN	22
A. Data/Objek Penulisan	22
B. Teknik Pengumpulan Data	23
C. Ruang Lingkup.....	25
D. Langkah Kerja.....	27
BAB IV.....	30
A. Gambaran Umum Pekerjaan	30
B. Proses Pembuatan <i>Content Writing</i> pada Instagram Bipo Indonesia.....	31
C. Hasil Pekerjaan	47
BAB V	50
A. Kesimpulan.....	50
B. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Bipo Indonesia.....	22
Gambar 2 <i>Social Media Specialist Workflow</i>	27
Gambar 3 Akun Instagram Bipo Indonesia	30
Gambar 4 Insight Akun Instagram Bipo Indonesia Febuari – Maret	31
Gambar 5 <i>Content Planning</i> Bipo Indonesia April	56
Gambar 6 <i>Content Planning</i> Bipo Indonesia Mei	56
Gambar 7 Publikasi Konten dan Waktu Aktif <i>Followers</i>	46
Gambar 8 Perbandingan <i>Insight</i> Febuari – Maret & April – Mei	48
Gambar 9 Logo Digivi Agency	61
Gambar 10 Struktur Perusahaan	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1 STP Akun Instagram Bipo Indonesia	40
Tabel 2 Penerapan Model PAS Pada Bulan April.....	46
Tabel 3 Penerapan Model PAS Pada Bulan Mei	48
Tabel 4 Penerapan Call to Action pada Caption.....	51
Tabel 5 Perbandingan Insight Febuari – Maret & April - Mei.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa.....	56
Lampiran 2 Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing 1.....	59
Lampiran 3 Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing 2	60
Lampiran 4 Data Perusahaan.	61
Lampiran 5 Transkrip Wawancara	63
Lampiran 6 Konten dengan Model PAS.....	67
Lampiran 7 Surat Keterangan Praktik Industri	72
Lampiran 8 Dokumentasi Bimbingan.....	74
Lampiran 9 Dokumentasi Praktik Industri.....	75
Lampiran 10 Dokumentasi Sidang	76
Lampiran 11 Lembar Hasil Cek Plagiarisme	77