

LAPORAN TUGAS AKHIR

OPTIMALISASI KONTEN TIKTOK MELALUI KONTEN BINCANG KANTOR CRETIVOX UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT

Diajukan sebagai salah satu persyaratan Untuk memperoleh gelar ahli madya

(A.Md.IKom)



Disusun oleh

MUHAMMAD FAWWAZ WIJAYA

NIM: 21330062

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Optimalisasi Konten Tiktok Cretivox Melalui Konten Bincang Kantor
Untuk Meningkatkan *Engagement*
Penulis : Muhammad Fawwaz Wijaya
NIM : 21330062
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di
kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa, tanggal 30 Juli 2024

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Ifah Atur Kurniati, M.I.Kom
NIP. 198505182020122009

Penguji Ahli



Muhammad Nur, M.Kom
NIDN. 0320076604

Pembimbing



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi



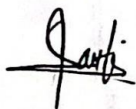
Dr. Erlan Saefuddin, SS., M.Hum.
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Optimalisasi Konten Tiktok Cretivox untuk Meningkatkan *Engagement*
Penulis : Muhammad Fawwaz Wijaya
NIM : 21330062
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di ...*Surabaya*..., ...*9 Juli 2024*...

Pembimbing I



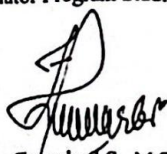
Sartika Ekadyasa, M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Pembimbing II



Ferdiansyah, M. Sn

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR
DAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Fawwaz Wijaya
NIM : 21330062
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2023/2024

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Optimalisasi Konten Tiktok Cretivox Melalui Konten Bincang Kantor untuk Meningkatkan *Engagement* 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, 5 Juli 2024

Yang menyatakan,



Muhammad Fawwaz Wijaya

NIM: 21330062

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Muhammad Fawwaz Wijaya

NIM : 21330062

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2023/2024

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: Optimalisasi Konten Tiktok Cretivox Melalui Konten Bincang Kantor untuk Meningkatkan *Engagement*.

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, 30 Juli 2024

Yang menyatakan,



Muhammad Fawwaz Wijaya

NIM: 21330062

Judul Tugas Akhir : “Optimalisasi Konten Tiktok Cretivox Melalui Konten Bincang Kantor untuk Meningkatkan *Engagement*”

Pembimbing 1 : Sartika Ekadyasa, M.1. Kom

Pembimbing 2 : Ferdiansyah, M. Sn

ABSTRACT

This Final Project entitled “Optimizing Tiktok Cretivox Content Through Office Talk Content to Increase Engagement” has the aim of increasing the reach of the number of engagements on the Tiktok Cretivox Broadcasting Network account. In the digital era and rapidly developing technology, Tiktok is one of the most popular applications in all circles. Cretivox as a media uses this application to provide quality entertainment and introduce the company to the audience. Cretivox's Tiktok account has decreased engagement due to a lack of audience interest. In developing video content creation, the author uses the AISAS theory (attention, interest, search, action, share) to facilitate the creation of video content and a new content pillar is made, namely office talk. The result of this final project is that the Cretivox Broadcasting Network Tiktok account has succeeded in increasing engagement through office talk content using the AISAS method.

Keyword: Optimizing, Content Pillar, Tiktok, Cretivox

Tugas Akhir ini berjudul “Optimalisasi Konten Tiktok Cretivox Melalui Konten Bincang Kantor untuk Meningkatkan *Engagement*” memiliki tujuan untuk meningkatkan jangkauan jumlah *engagement* pada akun Tiktok Cretivox Broadcasting Network. Di era digital dan teknologi yang berkembang pesat, Tiktok menjadi salah satu aplikasi terpopuler di semua kalangan. Cretivox sebagai media menggunakan aplikasi ini untuk memberikan hiburan berkualitas serta memperkenalkan perusahaan kepada audiens. Akun Tiktok Cretivox mengalami penurunan *engagement* disebabkan oleh kurangnya ketertarikan audiens. Dalam pengembangan pembuatan konten video, penulis menggunakan teori AISAS (*attention, interest, search, action, share*) untuk mempermudah pembuatan konten video dan terbuatlah *content pillar* baru yaitu bincang kantor. Hasil dari tugas akhir ini adalah akun Tiktok Cretivox Broadcasting Network berhasil meningkatkan *engagement* melalui konten bincang kantor dengan menggunakan metode AISAS.

Kata Kunci: Optimalisasi, Konten Pilar, Tiktok, Cretivox

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Praktik Industri ini dengan baik. Tujuan penulisan Laporan Praktik Industri sebagai kewajiban bagi penulis yang telah melaksanakan praktik industri yang diselenggarakan oleh Politeknik Negeri Media Kreatif.

Tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang tua dan orang terdekat penulis, laporan magang industri ini tidak akan lengkap. Jadi, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang terlibat dalam penulisan laporan ini.

1. Allah SWT yang telah membantu dan memudahkan penulis dalam menulis Laporan Tugas Akhir.
2. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M, Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
3. Dr. Handika Dany Rahmayanti, Wakil Direktur Bidang Akademik.
4. Dr. Erlan Saefuddin, M. M, Hum, Ketua Jurusan Penerbitan.
5. Sri Mulyani, sebagai ibu penulis yang telah memberikan doa terbaik untuk kelancaran penulisan Tugas Akhir ini.
6. Wijaya, selaku ayah penulis yang telah memberikan doa terbaik untuk kelancaran penulisan Tugas Akhir ini.
7. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn, Sekretaris Jurusan Penerbitan.
8. Zaenab, S.S., M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan.
9. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom, Selaku Pembimbing 1 Penulis dalam menyusun Laporan Tugas Akhir.
10. Ferdiansyah, M. Sn, Selaku Pembimbing 2 Penulis dalam menyusun Laporan Tugas Akhir.
11. Lukman Benjamin Mulia, Selaku CEO Founder Perusahaan Cretivox Broadcasting Network.
12. Radityo BagasKoro, Selaku Pembimbing Perusahaan Cretivox Broadcasting Network.

13. Artika, Arsyia, Afri, Chan selaku teman seperjuangan Polimedia.
14. Musik Justin Bieber, yang membantu menaikkan semangat penulis.
15. Seluruh teman-teman periklanan angkatan 2021, yang berjuang bersama selama 3 tahun Pendidikan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan penulisan Laporan Tugas Akhir ini. Semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi paca pembacanya.

Jakarta, 6 Juli 2024

Penulis,



Muhammad Fawwaz Wijaya

NIM 21330062

DAFTAR ISI

ABSTRACT.....	i
PRAKATA.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I	7
PENDAHULUAN	7
A. Latar Belakang.....	7
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penulisan	10
F. Manfaat Penulisan	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Periklanan.....	12
1. Pengertian Periklanan	12
2. Fungsi Periklanan	13
3. Tujuan Periklanan	14
B. <i>Social media</i>	15
1. Pengertian <i>Social media</i>	15
2. Fungsi <i>Social media</i>	15
3. Macam-Macam <i>Social media</i>	16
4. Tiktok.....	19
5. <i>Social Media Engagement</i>	22
6. Hal Yang Diukur dalam <i>Social Media Engagement</i>	22
C. Pembuatan Konten Video.....	25
BAB III	27
METODE PELAKSANAAN.....	27
A. Data/Objek Penulisan	27

1. Identitas Perusahaan.....	27
2. Layanan Perusahaan.....	28
3. Visi dan Misi Perusahaan	28
4. STP (Segmentation, Targeting, Positioning)	29
5. SWOT Perusahaan.....	29
6. Struktur Perusahaan.....	30
7. <i>Client</i> Perusahaan.....	31
B. Teknik Pengumpulan Data.....	32
1. Observasi	32
2. Studi Pustaka.....	33
3. Wawancara	33
C. Langkah Kerja	33
BAB IV	36
PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum	36
B. Alur Pembuatan Konten Video	37
D. Hasil Karya.....	43
E. Analisis AISAS.....	45
F. Analisis <i>Engagement</i>	51
BAB V	53
PENUTUP	53
A. Kesimpulan.....	53
B. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pengguna Tiktok.....	7
Gambar 2. Perbandingan Cretivox dengan Kompetitor.....	8
Gambar 3. Logo Perusahaan	27
Gambar 4. Struktur Perusahaan	30
Gambar 5. Struktur Video Editor/Production.....	31
Gambar 6. Tahap Praproduksi.....	34
Gambar 7. Tahap Produksi.....	34
Gambar 8. Tahap Pasca Produksi.....	35
Gambar 9. Alur pembuatan konten video	37
Gambar 10. Menerima Materi.....	38
Gambar 11. Copywriting pada bincang kantor	39
Gambar 12. Proses Pengambilan Footage	39
Gambar 13. Pemindahan File Video	40
Gambar 14. Proses Editing Video	41
Gambar 15. Revisi konten bincang kantor	42
Gambar 16. Hasil Konten Video Bincang Kantor	42
Gambar 17. Konten Video Bincang Kantor	43
Gambar 18. Konten Video Tanya Kantor	43
Gambar 19. Konten Video SKIT	44
Gambar 20. Konten Video Bincang Kantor	44
Gambar 21. Konten Tiktok Cretivox Bincang Kantor yang sudah di Optimalisasi	45
Gambar 22. Isi Topik Pembahasan yang Sedang Hangat.....	46
Gambar 23. Efek Visual Pada Muka di Menit tertentu	47
Gambar 24. Konten Hiburan Lainnya Cretivox.....	48
Gambar 25. Action dari audiens.....	48
Gambar 26. Feedback dari audiens.....	49
Gambar 27. Feedback comment dari audiens.....	49
Gambar 28. Feedback comment dari audiens.....	50
Gambar 29. Data Analitik Tiktok	51
Gambar 30. Engagement Rate	51
Gambar 31. Analitik Engagement akun Tiktok.....	52