

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN KONTEN VIDEO PADA INSTAGRAM PT.
SEVEN VISUAL NETWORK DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.I.Kom.)



Oleh
CHUMAEDI AZZIDAN
21330131

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2024

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Video Pada Instagram PT. Seven
Visual Network Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*
Penulis : Chumaedi Azzidan
Nim : 21330131
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 senin, tanggal 14 oktober 2024

Ketua Penguji



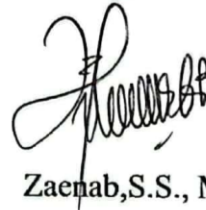
Rizky Kertanegara M.Si
NIP. 198301152014041001

Anggota 1



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

Anggota 2



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

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Video Content Pada Instagram PT.
Seven Visual Network Dalam Meningkatkan
Brand Awareness.

Penulis : Chumaedi Azzidan

Nim 21330131

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

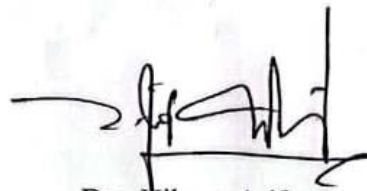
Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani pada hari senin, 7 oktober 2024

Pembimbing I



Nurul Akmalia., S.I.Kom., M.Med.Kom
NIP. 199102282019032015

Pembimbing II



Drs, Nilwan Arif
NUPM. 99030050083

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 : Chumaedi Azzidan

NIM : 21330131

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi Tahun Akademik : 2023/2024

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
Pembuatan Video Content Pada Instagram PT. Seven Visual Network
Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* 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 Juli 2024



Chumaedi Azzidan

NIM: 2133013

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Chumaedi Azzidan

NIM 21330131

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi Tahun Akademik : 2023/2024

demikian 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: Pembuatan Video Content Pada Instagram PT. Seven Visual Network Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif 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.

12 Juli 2024


NIM: 21330131

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Video Pada Instagram PT. Seven Visual
Network Dalam Meningkatkan Brand Awareness

Penulis : Chumaedi Azzidan

Progam Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Pembimbing I : Nurul Akmalia., S.I.Kom., M.Med.Kom.

Pembimbing II : Drs. Hilwan Arif

ABSTRACT

Every business aims to be recognized and remembered by its target audience. One important way to increase brand awareness and engagement is by creating creative video content on social media. This element is crucial for shaping the company's identity or positioning. This writing explains the process of creating creative video content on PT. Seven Visual Network's Instagram to enhance brand awareness. The theory includes definitions, benefits, and types of concepts in creative video content on Instagram. The methodology involves observation, literature study, and online data search. These steps help shape the company's distinctiveness on Instagram through engaging and unique creative video content. As a result, the creative video content designed on PT. Seven Visual Network's Instagram successfully increase brand awareness with consistency and appeal, enhancing professionalism and audience trust.

Keywords: PT. Seven Visual Network, Konten Kreatif, *Brand Awareness*.

ABSTRAK

Setiap bisnis ingin dikenal dan diingat oleh target *audiens*. Salah satu cara penting untuk meningkatkan *brand awareness* dan *engagement* adalah dengan membuat video konten kreatif di media sosial. Elemen ini penting untuk membentuk identitas atau positioning perusahaan. Penulisan ini menjelaskan proses pembuatan video konten kreatif di Instagram PT. Seven Visual Network untuk meningkatkan *brand awareness*. Teorinya mencakup definisi, manfaat dan jenis konsep dalam video konten kreatif di instagram. Metodologinya meliputi observasi, studi pustaka dan pencarian data online. Langkah-langkah ini membantu membentuk ciri khas perusahaan di Instagram melalui konten video kreatif yang menarik dan unik. Hasilnya, video konten kreatif yang di rancang di Instagram PT. Seven Visual Network berhasil meningkatkan *brand awareness* dengan konsistensi dan menarik untuk meningkatkan profesionalitas dalam kepercayaan *audiens*.

Kata Kunci: PT. Seven Visual Network, Konten Kreatif, *Brand Awareness*.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, kekuatan, dan kesabaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah untuk 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 Creative Production yang telah melakukan Pembuatan Video Konten Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*. Berdasarkan karya tersebut, penulis Menyusun laporan Tugas Akhir yang berjudul “Pembuatan Video Konten Pada Instagram PT. Seven Visual Network Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*”

Laporan Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang terdekat penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

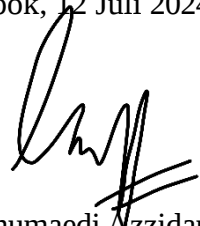
1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi.
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn. Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, SS., M.Si, Ketua Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom, Sekretaris Progam Studi Periklanan.
7. Nurul Akmalia., S.I.Kom., M.Med.Kom. selaku Pembimbing Pertama Akademis penyusunan Tugas Akhir ini.
8. Drs, Hilwan Arif selaku Pembimbing Kedua Akademis penyusunan Tugas Akhir ini.
9. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
10. Alberto Sugiharto. Selaku Managing Director yang telah menerima penulis untuk bisa melakukan praktik industri di SVN Motion.
11. Kedua orang tua dan keluarga yang senantiasa selalu mendukung dan

memberikan semangat untuk menjalankan seluruh kegiatan perkuliahan.

12. Seluruh rekan kerja di SVN Motion yang telah membagikan ilmunya untuk penulis serta membantu penulis selama kegiatan Praktik Industri.
13. Teman-teman dan rekan-rekan *Creative Production* SVN Motion yang telah membantu dan bekerjasama dalam mengerjakan proyek selama proses magang di SVN Motion.
14. Sahabat terdekat yang selalu memberikan semangat dan support.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun Tugas Akhir ini. Penulis juga berharap semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi para pembaca.

Depok, 12 Juli 2024



Chumaedi Azzidan
NIM: 21330131

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABLE	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang	1
B. Identifikasi masalah.....	5
C. Batasan masalah	5
D. Rumusan masalah.....	5
E. Tujuan penulisan.....	5
F. Manfaat penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Komunikasi.....	7
B. Periklanan... ..	8
C. Media Sosial.....	10
D. Video Konten Kreatif... ..	11
E. Videografi... ..	13
F. Video Editor... ..	14
G. SWOT... ..	17
H. AISAS... ..	18
I. <i>Brand Awareness</i>	21
BAB III METODE PELAKSANAAN	24
A. Data Perusahaan	24
B. Teknik Pengumpulan Data	29
C. Ruang Lingkup.....	29
D. Ide Kreatif.....	31
E. Langkah Kerja	31

BAB IV PEMBAHASAN	34
A. Gambaran Umum... ..	34
B. Alur Pembuatan Konten	38
C. Analisis AISAS.....	38
D. <i>Analisis Brand Awareness</i>	50
E. Hasil Karya.....	54
BAB V PENUTUP	65
A. Simpulan.....	65
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah pengguna internet di Indonesia per Januari (2014-2024).....	2
Gambar 1.2 Data pengguna Instagram di Indonesia pada tahun 2024	3
Gambar 3.1 Logo Svn.....	24
Gambar 3.2 Struktur Organisasi	25
Gambar 3.3 Logo Rumah Minum	28
Gambar 3.4 Alur Kerja Produksi di SVN Motion.	32
Gambar 4.1 Instagram SVN Motion.....	34
Gambar 4.2 Instagram SVN Motion sebelum di tangani oleh penulis	36
Gambar 4.3 Instagram SVN Motion sesudah di tangani oleh penulis.....	37
Gambar 4.4 Alur Pembuatan Video Konten Kreatif	39
Gambar 4.5 Mencari Referensi.....	40
Gambar 4.6 Pembuatan Konsep Visual Konten	41
Gambar 4.7 Melaporkan dan Mencatat Konsep Visual Konten	42
Gambar 4.8 Showreels Portfolio	43
Gambar 4.9 Behind The Scene	44
Gambar 4.10 Behind The Scene and result	45
Gambar 4.11 Content Review	46
Gambar 4.12 Content Tutorial.....	47
Gambar 4.13 Cover Video Konten	49
Gambar 4.14 Melaporkan hasil pembuatan konsep visual	49
Gambar 4.15 Insight Reach	50
Gambar 4.16 Insight <i>Reels Interactions</i>	51
Gambar 4.17 Insight Profile Visit	52
Gambar 4.18 Komentar Audiens.....	53
Gambar 4.19 Komentar Audiens	54
Gambar 4.20 Peningkatan Brand Awareness.....	54
Gambar 4.21 Feeds Instagram SVN	61
Gambar 4.22 Feeds Instagram Rumah Minum.....	62
Gambar 4.23 Video Konten Campaign Active Wellness GAIA Hotel	63
Gambar 4.24 Video Konten Campaign “One Year Experience” Chery	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Insight Kategori Konten	55
Tabel 2. Data Insight Konten Sebelum Berada di Industri	57
Tabel 3. Data Insight Konten Sesudah Berada di Industri.....	58
Tabel 4. Persentase Perbandingan Data Insight.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa.....	69
Lampiran 2. Salinan Lembar Pembimbing Tugas Akhir	72
Lampiran 3. Surat keterangan penggunaan karya mahasiswa.....	74
Lampiran 4. Foto Dokumentasi Kegiatan Praktik Industri	75
Lampiran 5. Foto Dokumentasi Kegiatan Terkait Tugas Akhir.....	76
Lampiran 6. Lembar Cek Plagiarisme	77
Lampiran 7. Sertifikat Kompetensi	78