

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN REELS PADA INSTAGRAM KEDAI SOBAT KOPI UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* TAHUN 2024

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
(A.Md) Ahli Madya Ilmu Komunikasi**



Oleh :

Muhammad Irfan Athallah

NIM : 21330066

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan *Reels* pada Instagram Kedai Sobat Kopi untuk Meningkatkan *Engagement* Tahun 2024
Penulis : Muhammad Irfan Athallah
NIM : 21330066
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

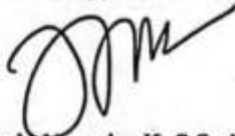
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari *Senin*, tanggal *29 April 2024*

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



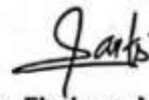
M Rizky Kertanegara, S.S., M.Si
NIP 198301152014041001

Anggota 1



Ingrid Veronica K, S.S., M.Pd.
NIP 197002222023212003

Anggota 2



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom
NIP 198812222020122006

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



Erlan Saeiuddin, SS., M.Hum.
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Reels pada Instagram Kedai Sobat Kopi untuk Meningkatkan *Engagement* Tahun 2024
Penulis : Muhammad Irfan Athallah
NIM : 21330066
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 25 Juni 2024

Pembimbing I



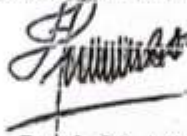
Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom
NIP : 198812222020122006

Pembimbing II



Naldo, M.Si
NIP : 100120710291906891

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaehab, S.S., M.Si,
NIP 199211132019032025

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Irfan Athallah

NIM : 21330066

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2023/2024

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Pembuatan Reels pada Instagram Kedai Sobat Kopi untuk Meningkatkan *Engagement* Tahun 2024 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, 30 Juli 2024

Yang menyatakan,



Muhammad Irfan Athallah

NIM: 21330066

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Muhammad Irfan Athallah

NIM : 21330066

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2023/2024

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 Reels pada Instagram Kedai Sobot Kopi untuk Meningkatkan *Engagement* Tahun 2024.

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

30 Juli 2024

Yang menyatakan,



Muhammad Irfan Athallah

NIM: 21330066

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Optimalisasi *Reels* Untuk Instagram Kedai Sobat Kopi Untuk Meningkatkan *Engagement* Instagram

Penulis : Muhammad Irfan Athallah

Pembimbing I : Sartika Ekadyasa, M.I.Kom.

Pembimbing II : Naldo, M.Si

Kedai Sobat Kopi is a coffee shop in Cikarang which started operating in 2020. In Instagram promotions there is a problem of not increasing engagement on Instagram reels. The purpose of writing this final assignment is to determine the creation of Reels on Kedai Sobat Kopi's Instagram in order to increase engagement in 2024. The final assignment was carried out during the January-April period using a quantitative analysis method for engagement metrics such as likes, comments, shares and views. The research results showed an increase in engagement by 48.5% and the number of followers increased by 16.1%. The strategy implemented includes creating creative, consistent and interactive content through Reels. In conclusion, the creation of Reels has almost succeeded in increasing visibility and interaction on Instagram, which has had a positive impact on sales and business growth of Keta Sobat Kopi.

Keywords: *Manufacture Of Reels, Instagram, Engagement, Social Media Specialist, Kedai Sobat Kopi*

Kedai Sobat Kopi adalah kedai kopi yang ada di Cikarang yang mulai beroperasi tahun 2020. Dalam promosi instagram mempunyai permasalahan kurang meningkatnya *engagement* dalam *reels* Instagram. Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui pembuatan *Reels* di Instagram Kedai Sobat Kopi guna meningkatkan *engagement* tahun 2024. Tugas akhir dilakukan selama periode Januari-April dengan metode analisis kuantitatif terhadap metrik *engagement* seperti *likes*, *comments*, *share*, dan *views*. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan *engagement* sebesar 48,5% dan jumlah *followers* meningkat sebesar 16,1%. Strategi yang diterapkan meliputi pembuatan konten kreatif, konsisten, dan interaktif melalui *Reels*. Kesimpulannya, pembuatan *Reels* hampir berhasil meningkatkan visibilitas dan interaksi di Instagram, yang berdampak positif terhadap penjualan dan pertumbuhan bisnis Kedai Sobat Kopi.

Kata Kunci: *Pembuatan Reels, Instagram, Engagement, Social Media Specialist, Kedai Sobat Kopi*

PRAKATA

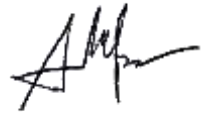
Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang memberikan kesehatan dan hidayah kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan utama penulisan tugas akhir ini adalah salah satu persyaratan untuk mahasiswa dapat menyelesaikan pendidikan Diploma III (Tiga) Program Studi Periklanan 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. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M, Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, Wakil Direktur Bidang Akademik
3. Ries Muhammad Effendy dan Eva Faulia sebagai Orang Tua penulis yang telah memberikan doa yang terbaik untuk kelancaran Tugas Akhir ini.
4. Dr. Erlan Saefuddin, M. M, Hum, Ketua Jurusan Penerbitan.
5. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn, Sekretaris Jurusan Penerbitan
6. Zaenab, S.S., M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan.
7. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom Selaku Pembimbing 1 Penulis dalam menyusun Laporan Tugas Akhir
8. Naldo, M.Si Selaku Pembimbing 2 Penulis dalam menyusun Laporan Tugas Akhir
9. Teguh Supriyanto, Selaku Pembimbing Perusahaan dan Pemilik Kedai Sobat Kopi
10. Fildzah, Artika, Chan, Jag, Arsyah, Rendi, Apri, Reihan, selaku sahabat seperjuangan Polimedia.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu semoga Allah SWT selalu melimpahkan Rahmat dan karunia Nya kepada kita semua. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk Tugas Akhir ini.

Jakarta, 21 Mei 2024



Muhammad Irfan Athallah
21330066

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGARISME.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Indentifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penulisan.....	5
F. Manfaat Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Komunikasi Pemasaran.....	7
B. Media Sosial.....	7
a. Instagram.....	9
C. Konten Video	10

E.	Teori SWOT.....	12
F.	Strategi STP	13
G.	Teori AISAS	14
BAB III METODE PELAKSANAAN.....		16
A.	Data/Objek Penulisan.....	16
1.	Identitas Perusahaan	16
2.	Filosofi Logo.....	17
3.	Visi dan Misi.....	18
4.	Lokasi Perusahaan	19
5.	Logo Brand	20
6.	Produk Kedai Sobat Kopi	20
7.	Struktur Organisasi Perusahaan	22
B.	Teknik Pengumpulan Data.....	23
C.	Ruang Lingkup.....	25
1.	Peran Penulis dalam Kedai Sobat Kopi	25
2.	Hasil Karya	25
3.	Ide Kreatif	26
D.	Langkah Kerja.....	27
BAB IV PEMBAHASAN.....		30
A.	Gambaran Umum.....	30
B.	Analisis STP Kedai Sobat Kopi.....	31
1.	<i>Segmentation</i>	31
2.	<i>Targeting</i>	32

3.	<i>Positioning</i>	32
C.	SWOT Kedai Sobat Kopi.....	33
1.	Analisis SWOT Kedai Sobat Kopi	33
2.	Analisis Kompetitor	34
D.	Proses Pembuatan Konten.....	37
1.	Hasil Karya	45
2.	Analisis <i>Top Content</i>	48
F.	Analisis AISAS	49
E.	KPI Engagement	54
BAB V PENUTUP		58
A.	Kesimpulan	58
B.	Saran	59
DAFTAR PUSTAKA		61
LAMPIRAN		64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia per Januari (2014-2024).....	1
Gambar 2. Akun Instagram Kedai Sobat Kopi Bulan Desember 2023.....	3
Gambar 3. Logo Kedai Sobat Kopi.....	16
Gambar 4. Lokasi Kedai Sobat Kopi	19
Gambar 5. Logo Kedai Sobat Kopi.....	20
Gambar 6. Produk Minuman Kedai Sobat Kopi	21
Gambar 7. Produk Makanan Ringan.....	21
Gambar 8. Produk Makanan Berat.....	22
Gambar 9. Struktur Organisasi Kedai Sobat Kopi	22
Gambar 10. Proses Langkah Kerja.....	28
Gambar 11. Foto Produk Kedai Sobat Kopi	30
Gambar 12. Konten Produk Kedai Sobat Kopi	31
Gambar 13. Engagment Rate Kedai Sobat Kopi.....	34
Gambar 14. Engagement Rate Cetroo Coffee Cikarang	35
Gambar 15. Engagement Rate Bem's Resto & Coffee	35
Gambar 16. Analisis Kompetitor	36
Gambar 17. Konten Berkualitas HD	41
Gambar 18. Content Plan Kedai Sobat Kopi	37
Gambar 19. Referensi Konten.....	38
Gambar 20. Konten Give Away.....	39
Gambar 21. Hasil insight konten give away	40
Gambar 22. File Video.....	42
Gambar 23. Upload Video Ke CapCut	42
Gambar 24. Memasukan Audio Ke CapCut	43
Gambar 25. Memasukan <i>supers</i> Ke CapCut.....	43
Gambar 26 Ekspor Video Dari CapCut	44
Gambar 27. Tampilan Media Sosial.....	45

Gambar 28. Media Sosial Instagram.....	46
Gambar 29. Hasil Analisis Pengikut Instagram	46
Gambar 30. Hasil Engagement Instagram	47
Gambar 31. Data Insight Reach Instagram Kedai Sobat Kopi Sebelum Dioptimalisai Penulis	54
Gambar 32. Data Insight Reach Instagram Kedai Sobat Kopi Sesudah Penulis Optimalisasi.....	55
Gambar 33. Engagement Rate Kedai Sobat Kopi.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jadwal Langkah Kerja.....	29
Tabel 2. Analisis Top Content	48
Tabel 3. Analisis AISAS	50
Tabel 4. Analisis KPI Engagement	57