

PERANCANGAN STRATEGI KONTEN INSTAGRAM *REELS* SERIES DALAM MEMBANGUN *BRAND IDENTITY* DIGITAL TENCHI TIRTAYASA

MOZA SALSABILLA



PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa produk laporan proyek akhir dengan judul “Perancangan Strategi Konten Instagram *Reels* Series Dalam Membangun *Brand Identity* Digital Tenchi Tirtayasa” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tugas akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Bogor, Juli 2026

Moza Salsabilla
J0401221154

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

MOZA SALSABILLA. Perancangan Strategi Konten Instagram Reels Series dalam Membangun Brand Identity Digital Tenchi Tirtayasa. Dibimbing oleh ABUNG SUPAMA WIJAYA.

Proyek ini merancang strategi konten Instagram *Reels Series* berbasis prinsip 5C sinematografi (*Composition, Camera Angles, Close-Up, Continuity, dan Cutting*) oleh Joseph V. Mascelli untuk memperkuat *brand identity* digital Tenchi Tirtayasa sebagai brand kuliner Japanese-Indonesian premium, serta memproduksi dan mengevaluasi karya *Reels* berstandar profesional berpotensi hak cipta. Proyek dilaksanakan di Jl. Tirtayasa No. 53, Melawai, Jakarta Selatan, Februari–April 2026. Lima episode *Reels Series* bertema romansa anak muda dipublikasikan melalui @tirtayasalimatiga. Evaluasi *Reels Insights* dan survei 42 responden Generasi Z menunjukkan Episode 2 meraih *engagement rate* tertinggi 3,39% (12.934 penayangan), rata-rata skor survei 5,05–5,29 dari skala 6, dan 92,7% responden tertarik berkunjung. Pendekatan *soft-selling storytelling* terbukti efektif membangun kedekatan emosional Generasi Z tanpa mengorbankan *positioning* premium brand, serta berpotensi didaftarkan sebagai HKI.

Kata kunci: *brand identity*, Instagram *Reels*, konten berseri, prinsip 5C, *soft selling*, *visual storytelling*

ABSTRACT

MOZA SALSABILLA. Designing an Instagram Reels Series Content Strategy to Build the Digital Brand Identity of Tenchi Tirtayasa. Supervised by ABUNG SUPAMA WIJAYA.

This project designs an Instagram *Reels Series* content strategy based on Joseph V. Mascelli's 5C cinematography principles (*Composition, Camera Angles, Close-Up, Continuity, and Cutting*) to strengthen the digital brand identity of Tenchi Tirtayasa as a premium Japanese-Indonesian culinary brand, and to produce and evaluate *Reels* content with professional directing standards and novelty elements as a potentially copyrightable work. The project was conducted at Jl. Tirtayasa No. 53, Melawai, South Jakarta, February–April 2026. Five *Reels Series* episodes with a youth romance theme were published via @tirtayasalimatiga. Evaluation through Instagram Insights and a survey of 42 Generation Z respondents showed Episode 2 achieved the highest engagement rate of 3.39% (12,934 views), average survey scores of 5.05–5.29 out of 6, and 92.7% of respondents expressing interest in visiting. The *soft-selling storytelling* approach effectively built emotional closeness with Generation Z without compromising the brand's premium positioning, and holds potential for Intellectual Property (IP) registration.

Keywords: brand identity, content series, Instagram Reels, 5C principles, soft selling, visual storytelling



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PERANCANGAN STRATEGI KONTEN INSTAGRAM *REELS* SERIES DALAM MEMBANGUN *BRAND IDENTITY* *DIGITAL* TENCHI TIRTAYASA

MOZA SALSABILLA

Laporan Akhir
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Dr. Hari Otang Sasmita S.Pt., M.Si.



Judul laporan Akhir : Perancangan Strategi Konten Instagram *Reels* Series
Dalam Membangun *Brand Identity* Digital Tenchi
Tirtayasa

Nama : Moza Salsabilla
NIM : J0401221154

Disetujui oleh

Pembimbing:
Dr. Abung Supama Wijaya, S.I.Kom., M.Si.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., MP.
NPL 20180798005241001

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat., M.T.
NIP. 196607171992031003

Tanggal Ujian: 19 Juni 2026

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga proyek akhir berjudul "Perancangan Strategi Konten Instagram Reels Series dalam Membangun Brand Identity Digital Tenchi Tirtayasa" ini dapat diselesaikan dengan baik. Proyek akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ayah, Ibu, kakak, dan seluruh keluarga atas doa, kasih sayang, dukungan, serta motivasi yang selalu diberikan. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Dr. Abung Supama Wijaya, S.I.Kom., M.Si., selaku dosen pembimbing, Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P., selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T., selaku Dekan Sekolah Vokasi IPB, serta seluruh dosen, pembimbing akademik, dan dosen penguji atas bimbingan, ilmu, serta masukan yang telah diberikan. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada pihak Tenchi Tirtayasa, khususnya Ario Murtanto, Kukuh Pringgo Jaya, beserta seluruh staf, rekan proyek akhir Nazwa Rivie dan Najma Zahirah, sahabat Widyatantri, Karina Adinda, Gemia Nazwa, Nazwa Rivie, Putri Balqis, serta seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan selama penyusunan proyek akhir ini.

Semoga proyek akhir ini dapat memberikan manfaat serta menjadi kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang produksi konten digital dan penyutradaraan audiovisual.

Bogor, Juli 2026

Moza Salsabilla

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Manfaat Proyek	3
1.5 Ruang lingkup	3
II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Landasan Konseptual	4
2.2 Konteks dan Target Pengguna	9
2.3 Referensi Produk Sejenis dan Benchmarking	9
III METODE	13
3.1 Lokasi dan Waktu	13
3.2 Subjek Proyek	13
3.3 Alat dan Bahan Proyek	13
3.4 Prosedur Kerja Kegiatan	14
3.5 Output/ luaran Proyek	16
3.6 Anggaran Biaya	16
3.7 Timeline	17
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	18
4.1 Gambaran Umum Proyek	18
4.2 Perancangan Strategi Konten Instagram Reels Series Berbasis Prinsip 5C	19
4.3 Memproduksi dan mengevaluasi karya konten Reels yang memenuhi standar penyutradaraan profesional dengan unsur kebaruan (novelty) sebagai karya berpotensi hak cipta.	58
V SIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Simpulan	68
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	72
RIWAYAT HIDUP	82

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL

2. 1 Perbandingan karakteristik konten kompetitor	11
2. 2 Rancangan Anggaran Biaya	16
2. 3 Timeline Kegiatan	17
4. 1 Shot list episode 1	26
4. 2 <i>Shot list episode 2</i> “Indonesian foodnya yang enak”	28
4. 3 Shot list Episode 3	31
4. 4 Shot list episode 4	34
4. 5 Shot List Episode 5	37
4. 6 Analisis Hasil Visual episode 2 (scene 2)	44
4. 7 Analisis hasil visual episode 3 (scene 3)	46
4. 8 Analisis Hasil Visual episode 4	48
4. 9 Analisis hasil visual episode 5	51
4. 10 Hasil evaluasi reels insights per episode	62
4. 11 Hasil Survei Profil Responden	63

DAFTAR GAMBAR

4. 1 Moodboard episode 1	20
4. 2 Moodboard episode 2	21
4. 3 Moodboard Episode 3	22
4. 4 Moodboard Episode 4	23
4. 5 Moodboard Episode 5	24
4. 6 Shot 17 (Scene 2) “Kalau gue Tenchi, Kalau Lo?”	27
4. 7 Scene 1 (Shot 2)	30
4. 8 shot 14 (scene 2) Episode 2	30
4. 9 Scene 1 Episode 3	32
4. 10 Shot 7 & 8 (Scene 3) Episode 3	33
4. 11 Shot 6 (Scene 1) Episode 4	35
4. 12 Shot 13 (Scene 1) Episode 4	36
4. 13 Shot 3 (Scene 1) Episode 5	39
4. 14 Shot 2 (Scene 3) Episode 5	41
4. 15 Floor plan Episode 2	43
4. 16 Hasil Video scene 2	43
4. 17 Floor plan Episode 3	45
4. 18 Floor plan Episode 3 (Scene 3)	46
4. 19 Floor plan Episode 4	47
4. 20 Contoh scene episode 4	48
4. 21 Floor plan episode 5	49
4. 22 Contoh scene Episode 5	51
4. 23 Penerapan teknik compositions Episode 2	55
4. 24 Penerapan teknik camera angles episode 2	56
4. 25 Penerapan teknik close up episode 2	56



4. 26 Penerapan teknik continuity episode 2	57
4. 27 Penerapan teknik cutting episode 2	58
4. 28 Reels Insights @tirtayasalimatiga	61
4. 29 Hasil responden pendekatan storytelling	64
4. 30 Hasil Responden pendekatan high end content	65
4. 31 Hasil responden sebelum menonton konten @tirtayasalimatiga	66
4. 32 Hasil responden setelah menonton konten @tirtayasalimatiga	66

DAFTAR LAMPIRAN

1 Dokumentasi produksi	73
2a Insight konten reels series episode 1	74
2b Insight konten reels series episode 2	75
2c Insight konten reels series episode 3	76
2d Insight konten reels series episode 4	77
2e Insight konten reels series episode 5	78
3a Bukti PKS	79
3b Bukti HKI (Hak Kekayaan Intelektual)	80
3c Bukti Surat Keterangan Penerimaan Karya Audiovisual	81