

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**PEMBUATAN KONTEN KREATIF PADA INSTAGRAM**  
**@JAKARTAFASHIONHUB UNTUK MEMPERTAHANKAN**  
***BRAND IMAGE***

**DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU**  
**PERSYARATAN UNTUK MEMPEROLEH GELAR AHLI MADYA**



Disusun Oleh

**JOEL ELISAFAN**

**NIM : 21330043**

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN**  
**JURUSAN KOMUNIKASI**  
**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF**  
**JAKARTA**  
**2024**

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

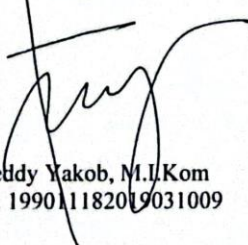
Judul Tugas Akhir : Pembuatan konten kreatif pada Instagram  
@jakartafashionhub untuk mempertahankan *brand image*  
Penulis : Joel Elisafan  
NIM : 21330043  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Kamis....., tanggal 18 July 2024


Disahkan oleh:  
Ketua Penguji

  
Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum  
NIP. 197508072009121001


Anggota 1

  
Freddy Yakob, M.I.Kom  
NIP. 199011182019031009

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 konten kreatif pada instagram @jakartafashionhub  
untuk mempertahankan *brand image*  
Penulis : Joel Elisafan  
NIM : 21330043  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.  
Ditandatangani di JAKARTA, KAMIS 11 JULY 2024

Pembimbing I



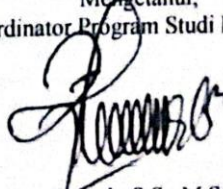
Zaenab, S.S., M.Si  
NIP.199211132019032025

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 : Joel Elisafan  
NIM : 21330043  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi  
Tahun Akademik : 2023/2024

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Pembuatan konten kreatif pada instagram @jakartafashionhub untuk mempertahankan *brand image*. 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, 16 Juli 2024

Yang menyatakan,



Nama Joel Elisafan

NIM: 23110035

## PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Joel Elisafan  
NIM : 21330043  
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*)** Pembuatan konten kreatif pada Instagram @jakartafashionhub untuk mempertahankan *brand image*. beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

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, 16 Juli 2024  
Yang menyatakan,



Nama Joel Elisafan  
NIM: 21330035

## ABSTRAK

Judul : Pembuatan konten kreatif pada Instagram @jakartafashionhub untuk mempertahankan *brand image*

Pembimbing 1 : Zaenab, S.S., M.Si..

Pembimbing 2 : Ferdiansyah, M,Sn

*Social media has become a highly effective platform for advertising, and almost every company uses it to maintain their brand image. Jakarta Fashion Hub, a company operating in the fashion industry, utilizes social media to sustain its brand and image related to the natural resources used in fashion in Indonesia. The author acts as a digital content creator and Key Opinion Leader (KOL), involved in the creative content creation process with the Jakarta Fashion Hub team. This final project aims to explain the creation of Jakarta Fashion Hub's social media content to maintain the desired brand image by producing more engaging and informative content about fashion. The method used in content creation is AISAS, with the research.*

*Keywords : Digital Content & KOL, Social Media, Brand Image, Content creation*

Media sosial saat ini menjadi platform yang sangat efektif untuk beriklan, hampir setiap perusahaan memanfaatkannya untuk mempertahankan *brand image*. Jakarta Fashion Hub, perusahaan yang bergerak di bidang fashion, menggunakan media sosial untuk mempertahankan brand dan citra terkait sumber daya alam yang digunakan dalam fashion di Indonesia. Penulis berperan sebagai pembuat konten digital dan *Key Opinion Leader (KOL)*, yang terlibat dalam proses pembuatan konten kreatif bersama tim Jakarta Fashion Hub. Tugas akhir ini bertujuan untuk menjelaskan pembuatan konten media sosial Jakarta Fashion Hub guna mempertahankan *brand image* yang diinginkan, dengan menghasilkan konten yang lebih menarik dan informatif tentang fashion. Metode yang digunakan dalam pembuatan konten adalah AISAS dengan tujuan penelitian yang

Kata Kunci : Digital Konten & KOL, Media sosial, *Brand Image*, pembuatan konten,

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kami panjatkan kepada Allah Yang Maha Esa dan Nabi Muhammad SAW., karena telah memberikan berkat berupa kesehatan, kekuatan, kemampuan, dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan penuh. Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mengikuti mata kuliah tugas akhir pada Program Studi Periklanan Jurusan Komunikasi di Politeknik Negeri Media Kreatif dan meraih gelar A.Md.I.Kom (ahli madya ilmu komunikasi) sebagai syarat kelulusan jenjang D3 (Diploma 3).

Dalam tugas akhir ini peran penulis adalah sebagai Digital Konten & KOL yang bertugas dalam mengelola sosial media, membuat konten sosial media, dan memberikan laporan perkembangan sosial media milik JAKARTA FASHION HUB melalui RGE INDONESIA.

Penulis sangat sadar bahwa tugas akhir ini tidak akan berhasil tersusun dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, dengan penuh hormat, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyelesaian tugas akhir ini. kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, SE., M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Media Kreatif.
3. Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi.
4. Sulistywo Wibowo, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan dan sekaligus Dosen pembimbing 1 Tugas Akhir.
6. Ferdiansyah, M,Sn Dosen pembimbing 2 Tugas Akhir.

7. Seluruh dosen dan tenaga pendidikan, beserta civitas Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah membantu, melayani dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Media Kreatif.
8. Orang tua dan keluarga penulis yang telah membantu dan mendukung penuh penulis dalam berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif.
9. Seluruh teman-teman prodi periklanan PoliMedia yang telah merangkul dan membantu penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
10. Seluruh rekan-rekan organisasi mahasiswa PoliMedia Jakarta yang telah memberikan pengalaman kepada penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
11. Keluarga besar RGE INDONESIA yang memberikan kesempatan terhadap penulis untuk melakukan praktik industri dan menambah ilmu
12. Teman-teman mahasiswa Periklanan Angkatan Penulis Kelas A, B, C, dan D yang telah bersama-sama untuk berjuang selama tiga tahun kuliah.

Jakarta, 21 Juni 2024

Penulis,



Joel Elisafan

NIM 21330043



## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR .....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME..	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah .....	4
E. Tujuan Penelitian.....	4
F. Manfaat Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	6
A. Komunikasi Pemasaran .....	6
B. Strategi Pemasaran .....	6
C. <i>Brand Image</i> .....	7
D. Media Sosial.....	7
1. Definisi Media sosial.....	7
2. Jenis-Jenis Media Sosial.....	8
E. Instagram.....	9
1. Gambaran umum.....	9
F. STP.....	11
1. <i>Segmenting</i> .....	12

2. Targeting .....	12
3. Positioning .....	12
G. AISAS.....	13
1. Attention ( Membuat Daya Tarik ) .....	14
2. Interest ( Membuat ketertarikan ).....	14
3. Search ( Mencari Tahu ) .....	15
4. Action ( Tindakan ).....	15
5. Share ( Membagikan ) .....	15
H. Content Creator .....	16
BAB III METODE PELAKSANAAN .....	18
A. Data/Objek Penelitian.....	18
1. Gambaran umum perusahaan.....	18
2. Logo Perusahaan .....	19
B. Teknik Pengumpulan Data.....	20
1. Penelusuran Data Online .....	20
2. Studi Pustaka.....	20
C. Ruang Lingkup .....	21
1. Peran Content Creator .....	21
2. Kategori Karya.....	21
3. Ide Kreatif .....	22
D. Langkah Kerja.....	22
1. Praproduksi/Persiapan .....	22
2. Produksi/pelaksanaan .....	23
3. Pascaproduksi/Evaluasi .....	24
BAB IV PEMBAHASAN .....	26
A. Gambaran Umum .....	26

1. Gambaran Umum Perusahaan.....	26
2. Gambaran Umum Pekerjaan .....	26
B. Alur Pekerjaan Tugas Akhir.....	27
1. Praproduksi .....	27
2. Produksi .....	30
3. Pascaproduksi.....	31
C. Komparasi Praktik & Teori.....	48
BAB V PENUTUP .....	50
A. KESIMPULAN.....	50
B. SARAN.....	50
1. Untuk Penulis .....	51
2. Untuk Politeknik Negeri Media Kreatif .....	51
3. Untuk Masyarakat .....	51
DAFTAR PUSTAKA .....	52
LAMPIRAN .....	53

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1 Analisis STP.....	47
Tabel 2 Analisis AISAS Content Promotion.....	49
Tabel 3 Analisis AISAS Content Education .....	51
Tabel 4 Analisis AISAS Content Information .....	53
Tabel 5 Peta Okupasi .....	60
Tabel 6 Peta Okupasi .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Metode AISAS .....	14
Gambar 2 Lokasi Perusahaan .....	19
Gambar 3 Logo Perusahaan .....	20
Gambar 4.1 Analisis STP.....	29
Gambar 4.2 Analisis STP.....	29
Gambar 5 Proses Analisis Brand Image dengan Spreadsheet.....	41
Gambar 6 Perbandingan konten Penulis dengan Konten Sebelumnya.....	42
Gambar 7 Diagram Sentimen Negatif dan Positif Konten.....	43
Gambar 8 Grafik peningkatan <i>Followers</i> Jakarta Fashion Hub.....	45
Gambar 9 Perbandingan konten .....	46
Gambar 10 Perbandingan konten.....	46
Gambar 11.1 Content information.....	48
Gambar 11.2 Content information .....	48
Gambar 12 Content Promotion .....	49
Gambar 13.1 Content education.....	50
Gambar 13.2 Content education .....	50

## **DAFTAR LAMPIRAN**

DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWA.....	67
SALINAN LEMBARAN PEMBIMBINGAN TA.....	70
SERTIFIKAT MAGANG INDUSTRI.....	72
SURAT KETERANGAN PENGGUNAAN KARYA.....	74
DOKUMENTASI FOTO TERKAIT TUGAS AKHIR.....	75
LEMBAR HASIL CEK PLAGIARISME.....	76
SERTIFIKAT KOMPETENSI.....	78