

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**PENGELOLAAN KONTEN KREATIF PADA INSTAGRAM**  
**@DEWIAYUBEAUTY UNTUK MENINGKATKAN**  
***BRAND AWARENESS***

Diajukan sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Ahli madya



**Disusun oleh**  
**VINA OKTAVIA**  
**NIM: 20330155**

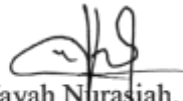
**PROGRAM STUDI PERIKLANAN**  
**JURUSAN PENERBITAN**  
**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF**  
**JAKARTA**  
**2023**

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Konten Kreatif pada Instagram  
@Dewiyubeauty untuk Meningkatkan *Brand Awareness*  
Penulis : Vina Oktavia  
NIM : 20330155  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada 27 Juli 2023

Disahkan oleh:  
Ketua Penguji,



Yayah Nurashiah, M.Pd  
NIP. 199308012020122013

Anggota 1



Maya Puspita Dewi, M.M

Anggota 2



Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom  
NIP. 199005232019031012

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Penerbitan



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

## LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Konten Kreatif pada Instagram  
@Dewiyubeautyuntuk Meningkatkan *Brand Awareness*  
Penulis : Vina Oktavia  
NIM : 20330155  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan

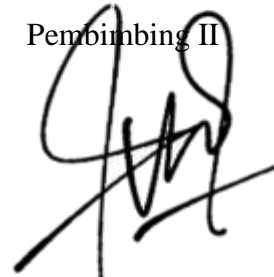
Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.  
Ditanda tangani di Jakarta, 18 Juli 2023

Pembimbing I



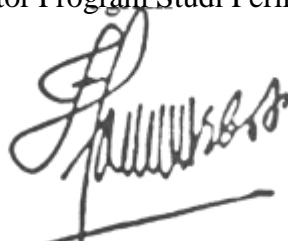
Suratni, S.S., M.Hum.  
NIP. 198310242009122002

Pembimbing II



Dyama Khazim Setyadi. S.E., M.I.Kom  
NIP. 199005232019031012

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi Periklanan



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

# LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS SIDANG

## TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vina Oktavia  
NIM : 20330155  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2020

Dengan ini menyatakan bahwa Karya Tugas Akhir saya dengan judul “Pengelolaan Konten Kreatif pada Instagram @Dewiyubeauty untuk 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, 18 Juli 2023

Yang menyatakan,



Vina Oktavia

NIM. 20330155

# LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA

## ILMIAH

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

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vina Oktavia  
NIM : 20330155  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2020

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-FreeRight*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul “Pengelolaan Konten Kreatif pada Instagram @Dewiyubeauty untuk Meningkatkan *Brand Awareness*” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif 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, 18 Juli 2023  
Yang menyatakan,



Vina Oktavia  
NIM. 20330155

## ABSTRAK

*Dewi Ayu Beauty Studio is a business engaged in beauty clinic services that combine the latest technology in facial area care. The purpose of writing this final project is to explain content management on Instagram @dewiyubeauty so that the company's brand awareness increases, Brand awareness is the ability of brands to appear in the minds of consumers when they think of certain products and how easily those products appear in the minds of consumers. (Pranata, 2018) techniques with this interview The author interview with the Owner with Mrs. Dewi Anggraeni through WhatsApp in spontan to get the right informalization from trusted sources. The author does during out industry practices is social media officers who explore information for Instagram content, create concepts and content captions for Instagram, make visual designs from approved concepts, review and revise content, and upload content on Instagram @dewiyubeauty. Brand awareness that was originally Unaware of brand is that consumers are still hesitant or unsure whether they already know the brand mentioned or not. Experiencing an increase in the level to Brand of recognition, that is, consumers can identify the brand mentioned.*

**Keywords: Social Media Officer, Instagram, Content, Brand Awareness, Dewi Ayu Beauty Studio**

Dewi Ayu Beauty Studio merupakan usaha yang bergerak dalam bidang jasa klinik kecantikan yang memadupadankan teknologi terkini dalam perawatan area wajah. Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah untuk menjelaskan pengelolaan konten pada Instagram @dewiyubeauty agar *brand awareness* perusahaan meningkat, *Brand awareness* adalah kemampuan merek untuk muncul di benak konsumen ketika mereka memikirkan produk tertentu dan seberapa mudah produk itu muncul di benak konsumen. (Pranata, 2018) Teknik pengumpulan data yang penulis lakukan dengan wawancara. Owner dengan Ibu Dewi Anggraeni melalui WhatsApp dan

spontan bertujuan untuk mendapatkan informasi yang tepat dari narasumber yang

terpercaya. Yang dilakukan penulis selama melaksanakan praktik industri sebagai *social media officer* yaitu menggali informasi untuk isi konten Instagram, membuat konsep dan caption konten untuk instagram, membuat desain visual dari konsep yang sudah di setujui, *review* dan revisi konten, dan mengunggah konten di Instagram @dewiyubeauty. Brand awareness yang semula *Unaware of brand* yaitu konsumen masih ragu atau tidak yakin apakah sudah mengenal merek yang disebutkan atau belum. Mengalami kenaikan tingkat ke *Brand of recognition* yaitu konsumen mampu mengidentifikasi merek yang disebutkan.

**Kata Kunci: Social Media Officer, Instagram, Konten, Brand Awareness, Dewi Ayu Beauty Studio**

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan rahmat dan karunianya kepada penulis dan para pembimbing yang telah membantu dan membimbing dengan baik, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul *Pengelolaan Konten Kreatif pada Instagram @Dewiyubeauty untuk Meningkatkan Brand Awareness* ini dengan baik.

Tujuan utama dari penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III (Tiga) Program Studi Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif. Pada kesempatan yang baik ini, izinkanlah penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya bantuan berupa bimbingan dan motivasi dari pihak-pihak yang telah membantu dalam penulisan Tugas Akhir ini. Terutama penulis ingin mengucapkan kepada :

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Nova Darmanto, S.Sos., M.Si. Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn., Sekretaris Jurusan Penerbitan.
5. Zaenab, S.S., M.Si. Koordinator Program Studi Periklanan
6. Suratni, S.S., M.Hum. Selaku Pembimbing 1 Tugas Akhir ini
7. Dyama Khazim Setyadi S.E., M.I.Kom Selaku Pembimbing 2 Tugas Akhir ini
8. Dewi Ayu Anggraeni sebagai pimpinan Dewi Ayu Beauty Studio
9. Kedua orang tua dan kakak yang telah membantu memberikan dukungan dan motivasi dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
10. Kepada Teman-teman saya tercinta yang telah menemani dan selalu memberikan semangat selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif, Aisa Andini, Jaetun, Nita Anggraeni, Kartika Nur Kholisoh, Salsabila Bintang, Rara Nurwidyaningtyas, Adelia Syntia.

11. Muhammad Rayhan Maulana yang telah menemani hari-hari penulis selama pengerjaan Tugas Akhir ini berlangsung.
12. Rekan-rekan angkatan 2020 yang telah berjuang bersama dari awal hingga akhir selama tiga tahun.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa dalam menyusun laporan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan dari penulisan dan penyajiannya. Sempga Tuhan Yang Maha Esa selalu memberikan rahmat-nya untuk kita semua. Oleh karena itu, penulis sangat membutuhkan saran atau kritik yang membangun untuk Tugas Akhir ini.

Jakarta, 18 Juli 2023



Vina Oktavia  
NIM. 20330155



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS SIDANG TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi masalah .....	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan masalah.....	5
E. Tujuan penulisan .....	5
F. Manfaat Penulisan .....	5
<b>BAB II .....</b>	<b>7</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
A. Komunikasi .....	7
1. Definisi Komunikasi .....	7
2. Fungsi dan Tujuan Komunikasi.....	7
B. <i>Brand Awareness</i> .....	8
C. Media Iklan .....	10
1. Definisi media sosial.....	10
2. Fungsi media sosial.....	11
3. Jenis jenis media sosial.....	11
4. <i>Platform</i> Instagram .....	13
5. Fitur dalam Instagram .....	14
D. Konten Kreatif.....	18
E. Analisis SWOT .....	18
F. Model <i>Segmentation Targeting Positioning</i> (STP).....	20
G. Model AISAS ( <i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i> ) .....	22
<b>BAB III .....</b>	<b>24</b>
<b>METODE PELAKSANAAN .....</b>	<b>24</b>
A. Data Penulisan.....	24
1. Tentang Perusahaan .....	24

2.	Alamat Perusahaan .....	25
3.	Visi dan Misi Perusahaan .....	25
4.	Struktur Perusahaan .....	26
B.	Teknik Pengumpulan Data .....	26
C.	Ruang Lingkup .....	28
1.	Peran <i>Social Media Officer</i> .....	28
2.	Waktu Pengerjaan .....	28
3.	Kategori Karya .....	29
4.	Ide Kreatif .....	30
D.	Langkah Kerja .....	30
1.	Tahap Awal: .....	31
2.	Tahap Pengerjaan: .....	31
3.	Tahap Evaluasi: .....	32
4.	Timeline .....	33
<b>BAB IV</b>	.....	34
<b>PEMBAHASAN</b>	.....	34
A.	Gambaran Umum .....	34
1.	Gambaran Umum Pekerjaan .....	34
2.	Analisis Media Sosial Dewi Ayu Beauty Studio .....	34
3.	<i>Key Performance Indikator</i> .....	35
B.	Analisis <i>Segmentation Targeting Positioning</i> (STP) .....	36
C.	Analisis SWOT Dewi Ayu Beauty Studio .....	38
D.	Analisis <i>Competitive Review</i> .....	40
E.	Analisis Alur Kerja AISAS .....	41
F.	Analisis Konten .....	45
G.	Komparasi Teori dan Praktik .....	50
<b>BAB V</b>	.....	52
<b>PENUTUP</b>	.....	52
A.	Simpulan .....	52
B.	Saran .....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	55
<b>LAMPIRAN</b>	.....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Konten Instagram @dewiyubeauty .....	3
Gambar 2 Konten Instagram @dewiyubeauty .....	3
Gambar 3 Tingkatan Brand Awareness .....	9
Gambar 4 Logo Dewi Ayu Beauty Studio .....	24
Gambar 5 Lokasi Perusahaan .....	25
Gambar 6 Struktur Perusahaan .....	26
Gambar 7 Langkah Kerja .....	31
Gambar 8 Langkah Kerja .....	31
Gambar 9 Langkah Kerja .....	32
Gambar 10 Konten Instagram .....	41
Gambar 11 Konten Instagram .....	42
Gambar 12 Konten Instagram .....	43
Gambar 13 Konten Instagram .....	44
Gambar 14 Konten Instagram .....	45
Gambar 15 Konten Edukasi .....	46
Gambar 16 Konten Marketing .....	48
Gambar 17 Konten Before After .....	48
Gambar 18 Konten Hari Besar .....	49
Gambar 19 Konten Instastory .....	50

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Timeline .....	33
Tabel 2 Insight Instagram @dewiyubeauty Tahun 2022 dan Tahun 2023.....	35
Tabel 3 Key Performance Indokator @dewiyubeauty .....	36
Tabel 4 Kompetitor .....	40
Tabel 5 Komparasi teori dan praktik.....	51