

LAPORAN TUGAS AKHIR
PENGELOLAAN KONTEN KREATIF INSTAGRAM
@LP3I.INDONESIA UNTUK MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar

Diploma Ahli Madya (A.Md) Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

RAZKY DIDHAN ALFARIZY

NIM : 2270404097

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Konten Kreatif Instagram @lp3i.indonesia
Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*
Penulis : Razky Didhan Alfarizy
NIM : 2270404097
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di Kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada hari Selasa, tanggal 22 Juli 2025.

Disahkan Oleh:

Ketua Penguji


Rizky Kertanegara, M.Si
NUPTK. 9447761662131482

Anggota 1


Sartika Ekadyasa, M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Anggota 2


Dr. Ressa Uli Patrissia, S.S.,
M.I.Kom, AMIPR

Mengetahui
Ketua Jurusan Komunikasi

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

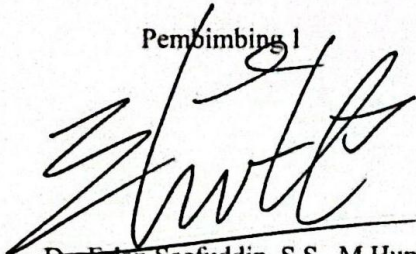
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Konten Kreatif Instagram @lp3i.indonesia
Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*
Penulis : Razky Didhan Alfarizy
NIM : 2270404097
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 4 Juli 2025

Pembimbing 1



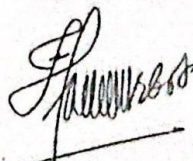
Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum
NIP.197508072009121001

Pembimbing 2



Dr. Ressa Uli Patrissia, S.S.,
M.Ikom, AMIPR

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINILITAS TUGAS AKHIR

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Razky Didhan Alfarizy
NIM	: 2270404097
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
**"Pengelolaan Konten Kreatif Instagram @lp3i.indonesia 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, 7 Juli 2025

Yang menyatakan,



Razky Didhan Alfarizy
NIM 2270404097

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Razky Didhan Alfarizy
NIM : 2270404097
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

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:

Pengelolaan Konten Kreatif Instagram @lp3l.indonesia Untuk Meningkatkan Brand Awareness

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, 7 Juli 2025

Yang menyatakan,



Razky Didhan Alfarizy
NIM 2270404097

ABSTRAK

The use of social media, particularly Instagram, has become one of the most effective ways to increase Brand Awareness for educational institutions. This final project discusses the management of creative content on the Instagram account @lp3i.indonesia to increase Brand Awareness for LP3I College as a two-year vocational education institution that prepares students for the workforce. Given the suboptimal use of Instagram as a marketing communication tool, the objective is to explain the content management process and evaluate content performance (feeds, reels, stories). The theories employed include marketing communication, the AISAS model, and social media KPI. Data collection techniques involved literature review, interviews, and observation over six months as a Social Media Officer at H5 Creative Studio. The workflow involved pre-production stages (planning and briefing), content production, and post-production (scheduling and evaluation). The results showed a significant increase in metrics such as reach, impressions, and interactions, as well as a shift in audience perception from merely recognizing the logo to remembering the main message of LP3I College. In conclusion, structured content management effectively enhances Brand Awareness..

Keywords: *Brand Awareness, Instagram, Creative Content, Content Management, LP3I College*

Pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, menjadi salah satu cara efektif dalam meningkatkan *Brand Awareness* institusi pendidikan. Tugas akhir ini membahas pengelolaan konten kreatif Instagram @lp3i.indonesia untuk meningkatkan kesadaran merek LP3I College sebagai institusi pendidikan vokasi dua tahun siap kerja. Dengan latar belakang belum optimalnya pemanfaatan Instagram sebagai sarana komunikasi pemasaran, tujuannya untuk menjelaskan proses pengelolaan konten serta mengevaluasi performa konten (*feeds, reels, story*). Teori yang digunakan meliputi komunikasi pemasaran, model AISAS, dan KPI media sosial. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka, wawancara, dan observasi selama enam bulan sebagai *Social Media Officer* di H5 Creative Studio. Proses kerja melibatkan tahap pra-produksi (perencanaan dan *briefing*), produksi konten, hingga pasca-produksi (penjadwalan dan evaluasi). Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan pada metrik insight seperti jangkauan, impresi, dan interaksi, serta perubahan persepsi audiens dari hanya mengenal logo menjadi mengingat pesan utama LP3I College. Kesimpulannya, pengelolaan konten yang terstruktur mampu meningkatkan *Brand Awareness* secara efektif.

Kata kunci: *Brand Awareness, Instagram, Konten Kreatif, Pengelolaan Konten, LP3I College*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan Laporan Tugas Akhir sebagai kewajiban bagi penulis yang telah melaksanakan praktik industri yang diselenggarakan oleh Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *Social Media Officer* yang bertugas untuk mengelola media sosial Instagram @lp3i.indonesia, dan memberikan laporan media sosial milik @lp3i.indonesia. Berdasarkan peran dan tugas tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul “Pengelolaan Konten Kreatif Instagram @lp3i.indonesia Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*”

Laporan Tugas Akhir ini tidak akan selesai tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang tua dan orang terdekat penulis. Jadi, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih 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 dan Dosen Pembimbing 1.
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn, Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, SS,. M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom, Sekretaris Program Studi Periklanan.
7. Dr. Ressa Uli Patrissia, S.S., M.I.Kom, AMIPR, Dosen Pembimbing 2.
8. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
9. Pak Verus Hardian, Kepala Divisi Marketing LP3I College.
10. Sulthan Fariz Hakim, Direktur Utama H5 Creative Studio

11. Bagas Prasetyo dan Aulia Salsabila sebagai tim H5 Creative Studio yang membantu penulis dalam pengelolaan media sosial LP3I College.
12. Ayah, Bunda, Serta Adik-Adik penulis yang senantiasa memberikan doa dan semangat sehingga Laporan Tugas Akhir ini dapat selesai
13. Sahabat penunggu KOBAY (Varlo, Bayu, Luthfi, Sasha, Wina, Cipa, Aisyah) sudah membuat penulis merasa tidak sendirian selama masa perkuliahan sejak awal hingga titik ini.
14. Sikat Agency (Ridho, Flavia, Nadine, Alviera, Najwa) yang berjuang bersama selama perkuliahan dan kelancaran pembuatan Tugas Akhir.
15. Alifa, Umi, Sheva, Jaboy teman yang turut memberikan informasi dan membantu secara tulus dalam pembuatan laporan ini.
16. Seseorang tersayang yang sudah menjadi tempat keluh kesah, dan memberikan semangat selama pembuatan laporan ini.
17. Teman-teman Periklanan 2022 yang berjuang bersama untuk lulus dengan tepat waktu dan menjadi tempat bertukar informasi selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tugas akhir ini.

Jakarta, 20 Juni 2025

Penulis,



Razky Didhan Alfarizy

NIM. 2270404097

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINILITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penulisan.....	10
F. Manfaat Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Komunikasi Pemasaran	12
B. Media Sosial	13
C. Instagram	18
D. Konten Kreatif.....	20
E. Pengelolaan Konten	21
F. <i>Brand Awareness</i>	23
G. AISAS.....	26
H. <i>KPI (Key Performace Indicator)</i> Media Sosial	28
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	30
A. Data/Objek Penulisan	30
B. Teknik Pengumpulan Data	34
C. Ruang Lingkup	37

D. Langkah Kerja	38
BAB IV PEMBAHASAN.....	42
A. Gambaran Umum LP3I College	42
B. Analisis <i>Insight</i> Sebelum Dikelola (Periode 17 November 2024 – 16 Februari 2025)	44
C. Proses Pengelolaan Konten Kreatif Instagram @lp3i.indonesia	45
D. Hasil Pengelolaan Konten	60
E. Penerapan AISAS Pada Konten @lp3i.indonesia.....	64
F. Korelasi Pengelolaan Konten Dengan Tingkat <i>Brand Awareness</i>	66
BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tujuan Warga Indonesia Menggunakan Internet Tahun 2024.....	2
Gambar 2 Jumlah Pengguna Instagram Tahun 2025.....	3
Gambar 3 Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	24
Gambar 4 Model AISAS	26
Gambar 5 Logo LP3I College	30
Gambar 6 Struktur LP3I College	32
Gambar 7 Logo H5 Creative Studio.....	33
Gambar 8 Struktur Agensi H5 Creative Studio.....	34
Gambar 9 Langkah Kerja Pengelolaan Konten Instagram LP3I College	38
Gambar 10 Halaman Instagram @lp3i.indonesia sebelum dikelola	43
Gambar 11 <i>Insight</i> Akun Instagram Periode 17 November 2024 – 16 Februari 2025	44
Gambar 12 <i>Meeting</i> Eksternal Dengan Pihak LP3I College.....	45
Gambar 13 <i>Meeting</i> Internal Tim H5 Creative Studio	46
Gambar 14 Informasi <i>Login</i> Instagram @lp3i.indonesia.....	47
Gambar 15 Mencari Referensi Desain <i>Feeds & Story</i>	47
Gambar 16 Mencari Referensi Video <i>Reels</i>	48
Gambar 17 Membuat Brief Konten <i>Feeds & Story</i>	49
Gambar 18 Membuat Brief Konten <i>Reels</i>	50
Gambar 19 Pembuatan <i>Calendar Plan</i>	51
Gambar 20 Briefing Tim Produksi Konten Cabang LP3I College	52
Gambar 21 Revisi Konten Oleh Pihak LP3I College.....	53
Gambar 22 Preview Hasil Konten Ke Pihak LP3I College	54
Gambar 23 Penjadwalan Konten Melalui Meta Business Suite	54
Gambar 24 Pemberitahuan Konten Upload Setiap Hari	55
Gambar 25 Pembuatan <i>Monthly Report</i> Instagram.....	56
Gambar 26 Pengiriman <i>Monthly Report</i>	56
Gambar 27 <i>Meeting Monthly Report</i> Dengan Pihak LP3I College.....	57
Gambar 28 Hasil <i>Insight</i> Akun Selama Dikelola	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hasil <i>Brief</i> dan Format Konten	58
Tabel 2 Top Konten dari Setiap Jenis Konten.....	60
Tabel 3 Perbandingan Format Konten <i>Feeds &</i>	62
Tabel 4 Penerapan AISAS Pada Pengelolaan Konten	64
Tabel 5 Peningkatan <i>Brand Awareness</i>	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa	77
Lampiran 2 Salinan Lembar Bimbingan Tugas Akhir.....	79
Lampiran 3 Dokumen Pendukung Penyusunan Tugas Akhir	81
Lampiran 4 Dokumentasi Foto Kegiatan Terkait Tugas Akhir.....	86
Lampiran 5 Lembar Hasil Cek Plagiarisme.....	88
Lampiran 6 Sertifikat Penghargaan	89