

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM @ID.HAYARA UNTUK MEMBENTUK *BRAND AWARENESS*

**Diajukan sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Ahli Madya**



Disusun oleh :

Najwa Awalia

NIM: 2270404080

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Instagram @Id.Hayara Untuk
Membentuk *Brand Awareness*
Penulis : Najwa Awalia
NIM : 2270404080
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas
Akhir di Politeknik Negeri Media Kreatif pada 16 Juli 2025.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji



Ifah Atur Kurniati, M.I.Kom
NIP. 198505182020122009

Anggota I



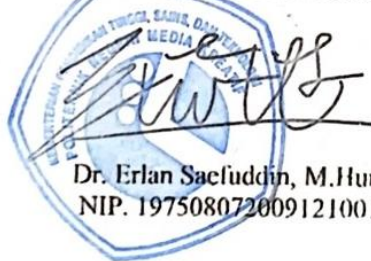
Ratna PuspitasariArdjani, M.FB
NIDN. 07450023

Anggota II



Riski Akbar Mustopa, S.Pd., Gr., M.Pd.
NIP. 199304272024061001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Instagram @Id.Hayara Untuk
Membentuk *Brand Awareness*
Penulis : Najwa Awalita
NIM : 2270404080
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan
Ditandatangani di Jakarta, 20 Juni 2025

Disahkan oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II



Zaenab, S.S., M.Si.

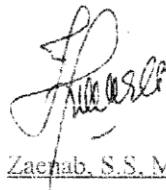
NIP. 199211132019032025



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

Mengetahui,

Koord. Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si.

NIP. 199211132019032025

**PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS
PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Najwa Awalia

NIM : 2270404080

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

“PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM @ID.HAYARA UNTUK MEMBENTUK *BRAND AWARENESS*” adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 16 Juli 2025

Yang menyatakan,



Najwa Awalia
2270404080

PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH

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

Nama : Najwa Awalia
NIM : 2270404080
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

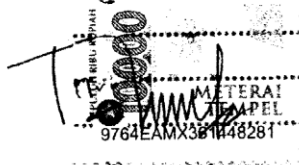
demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM @ID.HAYARA UNTUK MEMBENTUK *BRAND AWARENESS*”

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif 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 2025
Yang menyatakan,



Najwa Awalia
2270404080

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Media Sosial Instagram @id.hayara
untuk membentuk *brand awareness*

Penulis : Najwa Awalia

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

Pembimbing II : Dr. Ressa Uli Patrissia, S.S., M.I.Kom.

The development of social media has opened up great opportunities for new brands in building brand awareness digitally. Hayara, as a new hijab brand established in 2025, faces challenges in introducing its identity to the audience. This paper aims to create Instagram content that is effective in building brand awareness. The author uses observation, interview and literature study methods to support the design and content analysis. The STP (Segmenting, Targeting, Positioning) approach was applied to determine the characteristics of the right audience, while the AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) model was used as the basis for content development. Over the course of 2 months, the author published 45 pieces of content through various formats such as feeds, reels, and stories. Evaluation results showed an increase in audience interaction, organic growth of followers, and an increase in content reach and impressions. Through systematic and consistent planning, Hayara successfully built the initial foundation of brand awareness visually and communicatively on social media.

Keywords: Content Strategy, Instagram, Brand Awareness, STP, AISAS.

Perkembangan media sosial telah membuka peluang besar bagi *brand* baru dalam membangun *brand awareness* secara digital. Hayara, sebagai *brand* hijab yang baru berdiri pada tahun 2025, menghadapi tantangan dalam mengenalkan identitasnya kepada audiens. Penulisan ini bertujuan untuk membuat konten Instagram yang efektif dalam membentuk *brand awareness*. Penulis menggunakan metode observasi, wawancara dan studi pustaka untuk mendukung perancangan serta analisis konten. Pendekatan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) diterapkan untuk menentukan karakteristik audiens yang tepat, sementara model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) digunakan sebagai dasar penyusunan konten. Selama 2 bulan, penulis mempublikasikan 45 konten melalui berbagai format seperti *feeds, reels, dan stories*. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan interaksi audiens, pertumbuhan *followers* secara organik, serta peningkatan jangkauan dan tayangan konten. Melalui perencanaan yang sistematis dan konsisten, Hayara berhasil membangun fondasi awal *brand awareness* secara visual dan komunikatif di media sosial.

Kata Kunci: Strategi Konten, Instagram, *Brand Awareness*, STP, AISAS

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, limpahan rahmat dan karunia-Nya serta kesabaran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir yang berjudul “Pembuatan Konten Instagram @id.hayara untuk Membangun *Brand Awareness*”. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Periklanan, Jurusan Komunikasi, Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta. Proses perancangan konten ini dilaksanakan selama masa praktik industri di Hayara Hijab & Scarf. Seluruh pembiayaan dan pelaksanaan perancangan ini menggunakan dana pribadi penulis, dan dibantu dukungan dana dari keluarga. Selama proses penulisan ini penulis dibantu juga oleh orang-orang terdekat penulis untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan baru.

Dan penulisan Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, serta dukungan dari orang-orang di sekitar penulis. Oleh karena itu, 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, S.S., M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi.
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S, M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan dan Dosen Pembimbing 1.
6. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom., Sekretaris Program Studi Periklanan.
7. Zaenab, S.S, M.Si., selaku Dosen Pembimbing 1.
8. Dr. Ressa Uli Patrissia, S.S., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing 2.
9. Ayah, Mama, dan Adik sebagai garda terdepan bagi penulis yang telah bersedia memberikan segala dukungan secara moral dan materi, semangat dan menghantarkan penulis dari sejak awal penulis menempuh pendidikan hingga bisa menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini dengan sangat baik.
10. Sah’nur sebagai partner dan orang pertama yang selalu siap ketika penulis butuh bantuan apapun itu. Sebagai orang yang juga selalu menasehati, mengoreksi dan

memberikan masukan untuk segala pekerjaan yang penulis lakukan sehingga penulis bisa mendapatkan hasil yang lebih baik.

11. Alm. Buyah, Almh. Umi, dan Almh. Enya yang telah memberikan semangat dan dorongan kepada penulis agar melanjutkan pendidikan hingga jenjang perkuliahan dan sama-sama berkeinginan menyaksikan penulis menamatkan perkuliahan hingga mendapatkan gelar. Meskipun kalian sudah tidak ada disamping penulis saat ini, semoga kalian bangga dan dapat menyaksikan penulis berhasil menamatkan pendidikan di perkuliahan ini.
12. Teman-teman seperjuangan penulis sejak awal penulis menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Media Kreatif yaitu “Bocagan Rehe” (Flavia, Friska, Sifa, Silvia, Talitha, Umi) yang telah setia menemani, membantu proses penulisan ini, menjadi penyemangat, mendengarkan keluh kesah dan menghibur keseharian penulis selama penulis berkuliah di sini.
13. “Sikat Agency” (Alviera, Nadine, Ridho, Didhan), yang telah menerima dan memberikan kesempatan pada penulis untuk berteman serta berjuang bersama dalam satu agency yang berhasil menjalankan kegiatan kegiatan seru dan memberikan banyak pelajaran yang dapat penulis terapkan hingga saat ini.
14. Diri penulis sendiri yang telah berhasil melewati setiap tahapan proses perkuliahan sejak awal hingga dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini, meskipun perjalanan ini tidak sepenuhnya mudah, namun akhirnya penulis berhasil berada pada tahap ini.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam laporan praktik industri ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang dapat membangun untuk laporan ini.

Jakarta, 30 Juni 2025
Penulis,



Najwa Awalia
NIM 2270404080

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG AKHIR	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH	v
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penulisan	4
F. Manfaat Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Komunikasi	6
B. Komunikasi Pemasaran.....	8
C. Pemasaran Digital	11
D. Media Sosial.....	12
E. Konten	14
1. Rencana Konten (<i>Content Plan</i>)	14
2. Konten Pilar (<i>Content Pillar</i>).....	15
F. <i>Brand</i> /Merek	17
G. Model AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i>).....	18
H. STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>).....	20
I. <i>Tools</i> Kerja	21
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	24
A. Data Perusahaan	24
1. Profil dan Logo Perusahaan.....	24
2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	26

3. Media Sosial Hayara	27
B. Teknik Pengumpulan Data	29
1. Observasi	29
2. Wawancara.....	30
3. Studi Pustaka.....	31
C. Ruang Lingkup.....	31
1. Peran Penulis.....	31
2. Kategori Karya	32
D. Langkah Kerja.....	32
1. Pra produksi	32
2. Produksi.....	33
3. Pasca Produksi.....	34
BAB IV PEMBAHASAN.....	35
A. Gambaran Umum.....	35
B. Analisis STP (<i>Segmenting, Targeting Positioning</i>).....	37
C. Proses Perancangan dan Hasil.....	39
1. Pra Produksi	39
2. Produksi.....	41
3. Pasca Produksi.....	44
4. Hasil Karya	45
D. Penerapan AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i>).....	55
E. Analisis <i>Brand Awareness</i>	59
1. Analisis Berdasarkan Piramida <i>Brand Awareness</i> (Aaker).....	60
2. Implikasi terhadap Tujuan Penulisan	60
BAB V PENUTUP	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jadwal Posting.....	45
Tabel 2. Penerapan AISAS Carousel Content	56
Tabel 3. Penerapan AISAS Single Post Content	58
Tabel 4. Hasil Peningkatan Sesudah di kelola	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proses Komunikasi.....	6
Gambar 2. Elemen Komunikasi Pemasaran.....	9
Gambar 3. Piramida Brand Awareness.....	18
Gambar 4. Model AISAS	19
Gambar 5. Logo Perusahaan	24
Gambar 6. Struktur Organisasi Hayara	27
Gambar 7. Website Hayara.....	27
Gambar 8. Instagram Hayara	28
Gambar 9. Tiktok Hayara.....	29
Gambar 10. Alur Kerja Social Media Specialist	32
Gambar 11. Instagram Hayara	35
Gambar 12. Content Brief.....	39
Gambar 14. Brainstorming.....	40
Gambar 15. Content Plan Instagram	41
Gambar 16. Writing.....	41
Gambar 17. Shooting Konten.....	42
Gambar 18. Proses Editing Konten.....	43
Gambar 19. Konten Approved	43
Gambar 20. Perintah Revisi	44
Gambar 21. Konten dijadwalkan posting.....	44
Gambar 22. Hasil Konten Education	46
Gambar 23. Hasil Konten Education	46
Gambar 24. Hasil Konten Education	47
Gambar 25. Hasil Konten Inspiration	47
Gambar 26. Hasil Konten Inspiration	48
Gambar 27. Hasil Konten Inspiration	48
Gambar 28. Hasil Konten Promotion.....	49
Gambar 29. Hasil Konten Promotion.....	50
Gambar 30. Hasil Konten Promotion.....	51
Gambar 31. Hasil Konten Behind The Scene	52
Gambar 32. Hasil Konten UGC	53
Gambar 33. Hasil Konten UGC	54
Gambar 34. Top Content Reels	55
Gambar 35. Top 1 Content	61
Gambar 36. Top 2 Content	62
Gambar 37. Top 3 Content	63
Gambar 38. Grafik Reach	64
Gambar 39. Grafik Views.....	64
Gambar 40. Followers Sebelum & Sesudah di Kelola.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. BIODATA PENULIS	74
Lampiran 2 SALINAN LEMBAR PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR I.....	76
Lampiran 3 SALINAN LEMBAR PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR II	77
Lampiran 4 WAWANCARA	78
Lampiran 5 SERTIFIKAT PRAKTIK INDUSTRI	81
Lampiran 6. SURAT KETERANGAN PRAKTIK INDUSTRI	82
Lampiran 7 DOKUMENTASI PENULISAN TUGAS AKHIR	83
Lampiran 8 LEMBAR HASIL CEK PLAGIARISME	85
Lampiran 9 SERTIFIKAT KOMPETENSI.....	86