

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN KONTEN AKUN INSTAGRAM
@babashishaofficial UNTUK MEMBENTUK *BRAND*
AWARENESS

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Silvia

NIM: 2270404108

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Akun Instagram @babashishaofficial
untuk Membentuk *Brand Awreness*
Penulis : Silvia
NIM : 2270404108
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 17 Juli 2025.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji



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

Anggota I



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

Anggota II



Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom.
NIP. 1988122220122006

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



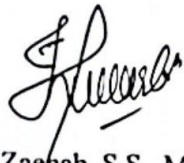
Dr. Erlan Saefudin, M.Hum.
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten dan Pengelolaan Akun Instagram Baba
Shisha *and Groceries* untuk Membuat *Brand Awreness*
Penulis : Silvia
NIM : 2270404118
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

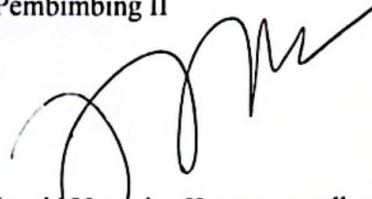
Tugas akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan
Ditandatangani di Jakarta, 20 Juni 2025

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Ingrid Veronica Kusumawardhani, SS, M. Pd
NIP. 197002222023212003

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

**PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS
PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Silvia
NIM	: 2270404108
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

PEMBUATAN KONTEN DAN PENGELOLAAN AKUN INSTAGRAM

BABA SHISHA AND GROCERIES 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, 26 Juni 2025

Yang menyatakan,



Silvia
NIM 2270404108

PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH

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

Nama : Silvia
NIM : 2270404108
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

demikian 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 DAN PENGELOLAAN AKUN INSTAGRAM BABA SHISHA AND GROCERIES 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, 26 Juni 2025
Yang menyatakan,



Silvia
NIM 2270404108

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten dan Pengelolaan Akun Instagram Baba Shisha and Groceries untuk Membentuk *Brand Awareness*

Penulis : Silvia

Pembimbing 1 : Zenab, SS., M.Si

Pembimbing 2 : Ingrid Veronica Kusumawardhani, SS, M. Pd

The development of social media has changed the way brands communicate with audiences. Instagram, with its visual features, plays a key role in building brand awareness. This final project aims to create content for the Instagram account @babashishaofficial as part of a branding effort. Using a descriptive qualitative method through industrial practice, the writer served as a Social Media Officer. The content production process included brainstorming, planning, creation, and publishing. This project used AISAS, STP, SWOT, and content pillar theories to guide strategy. Four types of content were created: promotional, educational, engaging, and informational, tailored to match the brand's premium and lifestyle image. The content was posted twice a week and adjusted to brand goals. The results showed increased engagement—such as likes, comments, and reach—especially on educational content, proving the effectiveness of structured, informative content. This emphasizes the importance of planned content in supporting brand recognition and awareness on digital platforms.

Keywords: social media, Instagram, content creation, brand awareness, digital branding

Perkembangan media sosial telah mengubah cara brand berkomunikasi dengan audiens. Instagram, dengan karakter visualnya, menjadi platform penting dalam membangun brand awareness. Tugas akhir ini bertujuan untuk membuat konten pada akun Instagram @babashishaofficial sebagai bagian dari upaya membentuk citra merek. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui praktik industri, di mana penulis berperan sebagai Social Media Officer. Proses pembuatan konten meliputi brainstorming, perencanaan, produksi, hingga publikasi. Strategi konten disusun berdasarkan teori AISAS, STP, SWOT, dan content pillar. Empat jenis konten utama dibuat: promosi, edukatif, interaktif, dan informatif, disesuaikan dengan karakter brand yang premium dan berorientasi gaya hidup. Konten diunggah dua kali seminggu sesuai arah komunikasi brand. Hasil praktik menunjukkan peningkatan interaksi seperti likes, komentar, dan jangkauan, terutama pada konten edukasi. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang terstruktur dan informatif efektif dalam mendukung peningkatan brand awareness. Penelitian ini menegaskan pentingnya perencanaan konten dalam memperkuat kehadiran merek di media sosial.

Kata kunci: media sosial, Instagram, pembuatan konten, brand awareness, branding digital

PRAKATA

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Praktik Industri ini dengan baik. Laporan Industri ini memuat pengaqlaman penulis melakukan Praktik Industri sebagai *Social Media Officer* selama 4 (empat) bulan di Baba Shihsa and Groceries Jakarta Selatan.

Penulisan Laporan Praktik Industri ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang tua dan orang-orang yang berada di sekitar penulis. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penulisan laporan ini.

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 Sulistyo Wibowo, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan dan Dosen Pembimbing 1, yang telah memberikan arahan, bimbingan dan motivasi dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir
6. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom. Sekretaris Program Studi Periklanan.
7. Ingrid Veronica Kusumawardhani, SS, M. Pd Dosen Pembimbing 2, yang telah memberikan arahan, bimbingan dan motivasi selama proses penulisan Tugas Akhir
8. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta
9. Mama dan Bapak penulis yang telah membantu menyemangati, mendoakan dan menyediakan sarana prasarana untuk penulis
10. Silvia, terima kasih untuk diriku sendiri, terima kasih telah bertahan, berjuang dan tidak menyerah selama proses Tugas Akhir ini. Terima kasi telah menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.

11. Tete Tia yang telah menjadi tempat keluh kesah penulis, membantu Penulis dalam segala hal, meminjamkan handphone, menyemangati dan memberikan motivasi kepada penulis
12. Nashwa, Kak Lidia dan Aa Tio yang telah membantu menyemangati penulis dan memberikan motivasi sepanjang proses Tugas Akhir ini.
13. Teman-teman kampus (Umi, Najwa, Flavia, Friska, Talitha dan Sifa), Musfit Agency (Ilham, Fariz, Ijal dan Gerhan) yang menjadi tempat keluh kesah dalam membantu segala hal untuk mencari informasi dan referensi serta memberikan motivasi proses Tugas Akhir ini.
14. Andhara, Karin, Salwa, Dhea, Sekar, Asih dan Syifa yang telah membantu Penulis dalam segala hal dan menyemangati penulis dalam penulisan Tugas Akhir ini.
15. Fatin, Zahro, Enoy dan Ela teman Rumah yang sudah mendukung dan ikut membantu penulis untuk mencari informasi dan menyemangati Penulis.
16. Maulida yang telah membantu Penulis untuk meminjamkan Printan selama proses Tugas Akhir ini dan memberikan semangat kepada Penulis.

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

Jakarta, 8 Juli 2025

Penulis,



Silvia

NIM. 2270404108

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG AKHIR	iii
PERNYATAAN ORISINALIAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI 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.....	4
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penulisan.....	5
F. Manfaat Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Komunikasi.....	7
B. Komunikasi Pemasaran	8
C. Media Sosial	9
D. Content Pillar	13
E. Konten Kreatif	15
F. Brand Awareness.....	16
G. STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>).....	18
H. SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats).....	19
I. AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i>)	21
BAB III METODE PELAKSANAAN	24
A. Data/Objek Penulisan	24

B. Teknik Pengumpulan Data.....	26
C. Ruang Lingkup	27
BAB IV PEMBAHASAN	32
A. Gambaran Umum.....	32
B. Hasil Karya	35
C. Analisis STP	51
D. Analisis SWOT	53
E. Analisis AISAS	57
F. Analisis Awareness	61
BAB V PENUTUP.....	69
A. Simpulan	69
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tingkatan Brand Awareness	18
Gambar 3.1	Logo Baba Shisha and Groceries	24
Gambar 3.2	Struktur Perusahaan Baba Shisha.....	25
Gambar 4.1	Alur Pekerjaan	35
Gambar 4.2	<i>Content Plan</i>	39
Gambar 4.3	Pembuatan Konten	40
Gambar 4.4	Revisi.....	41
Gambar 4.5	<i>Approved Desain</i>	42
Gambar 4.6	<i>Publish</i>	43
Gambar 4.7	Top Konten	45
Gambar 4.8	<i>Promotion Content</i>	46
Gambar 4.9	<i>Educational Content</i>	47
Gambar 4.10	<i>Engaging Content</i>	49
Gambar 4.11	<i>Information Content</i>	50
Gambar 4.12	Gambaran <i>Insight</i> Sebelum	62
Gambar 4.13	<i>Insight</i> Sesudah	63
Gambar 4.14	Feeds Sebelum ditangani Penulis.....	66
Gambar 4.15	Instagram Feed Setelah ditangani Penulis.....	68

DAFTAR TABEL

Table 1 SWOT.....	54
Table 2 AISAS.....	57
Table 3 Sebelum dan Sesudah dikelola Penulis	63

DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Riwayat Hidup	75
Lembar Pembimbingan Tugas Akhir 1	78
Lembar Pembimbingan Tugas Akhir 2	79
Lembar Hasil Cek Plagiarisme.....	80
Dokumentasi Bimbingan.....	81
Dokumentasi Sidang Tugas Akhir.....	82