

LAPORAN TUGAS AKHIR
PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL TIKTOK
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
HUMAIRAH BEAUTY PERIODE JANUARI - JUNI 2025

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun Oleh:

ATIKA RISK A AMELIA

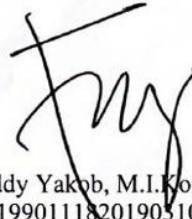
NIM: 2270404020

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

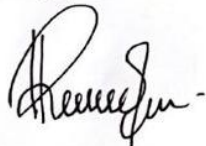
Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Konten Media Sosial Tiktok dalam Meningkatkan *Brand Awareness Humairah Beauty* Periode Januari - Juni 2025.
Penulis : Atika Riska Amelia
NIM : 2270404020
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada 16 Juli 2025.

Disahkan oleh :
Ketua Penguji



Freddy Yakob, M.I.Kom.
NIP 199011182019031009

Penguji Ahli



Rizki Akbar Mustopa, M.Pd.
NIP 199304272024061001

Pembimbing



Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB.
NIDN 070450023

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir	: Pengelolaan Konten Social Media Tiktok Dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Humairah Beauty Periode Januari - Juni 2025.
Penulis	: Atika Riska Amelia
NIM	: 2270404020
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi

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

Pembimbing 1



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

Pembimbing 2



Ratna Puspitasari Arjani, M.FB
NIDN. 0704050023

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 : Atika Riska Amelia
NIM : 2270404020
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul :

“Pengelolaan Konten Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Humairah Beauty Periode Januari - Juni 2025”

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, 25 Juni 2025

Yang menyatakan,



Atika Riska Amelia

NIM 2270404020

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Atika Riska Amelia
NIM : 2270404020
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 : *Pengelolaan Konten Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Brand Awareness Humairah Beauty* Periode Januari - Juni 2025.

Dengan Hak bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatan, 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, 25 Juni 2025

Yang menyatakan,



Atika Riska Amelia
NIM 2270404020

ABSTRAK

Penulis : Atika Riska Amelia
Pembimbing 1 : Zaenab, S.S., M.Si.
Pembimbing 2 : Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB.
NIM : 2270404020
Jurusan : Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Konten Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Humairah Beauty Periode Januari - Juni 2025.

Insecurity is an issue that many people experience, especially due to unrealistic beauty standards on social media. This has led to increased awareness of the importance of self-care, which directly opens up opportunities for the beauty industry. Humairah Beauty as a local brand present since January 2024 utilized the Tiktok platform to build brand awareness, especially among young woman. Tiktok was chosen because it has a wide reach and is able to convey messages through creative and interactive short video formats. However, in its implementation, there are obstacles in content management such as irregular posting schedules, lack of content relevance, and not optimal utilization of viral features. This reseacrh uses observation and literature study methods in data collection. The result show that relevant and structured content management can increase brand awareness, which is shown through an increase in performance metrics such as reach, impression, and engagement.

Keywords : *Tiktok, Digital Content, Brand Awareness, Humairah Beauty*

Rasa tidak percaya diri terhadap penampilan atau *insecure* menjadi isu yang banyak dialami masyarakat, khususnya akibat standar kecantikan yang tidak realistis di *social media*. Hal ini mendorong meningkatnya kesadaran akan pentingnya perawatan diri, yang secara langsung membuka peluang bagi industri kecantikan. Humairah Beauty sebagai *brand* lokal yang hadir sejak Januari 2024 memanfaatkan *platform* Tiktok untuk membangun *brand awareness*, khususnya di kalangan wanita muda. Tiktok dipilih karena memiliki jangkauan yang luas dan mampu menyampaikan pesan melalui format video pendek yang kreatif dan interaktif. Namun dalam pelaksanaanya, terdapat kendala dalam pengelolaan konten seperti, tidak teraturnya jadwal posting, kurang relevansi konten, serta belum optimalnya pemanfaatan fitur viral. Penelitian ini menggunakan metode observasi dan studi pustaka dalam pengumpulan data. Hasilnya menunjukkan bahwa pengelolaan konten yang relevan, dan terstruktur dapat meningkatkan *brand awareness*, yang ditunjukkan melalui peningkatan metrik performa seperti *reach*, *impression*, dan *engagement*.

Kata Kunci : *Tiktok, Konten digital, Brand Awareness, Humairah Beauty*

PRAKATA

Kami mengucapkan puji dan syukur kepada Allah Swt, yang telah memberikan izin, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan judul **“Pengelolaan Konten Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Humairah Beauty Periode Januari - Juni 2025”**.

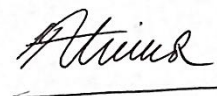
Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar ahli madya (Diploma-3) Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan dan motivasi selama proses penulisan ini, karenanya laporan tugas akhir ini bisa selesai dengan baik. Terima kasih 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. R. Sulistyo Wibowo, S.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadayasa, M.i.Kom., Sekretaris Koordinator Program Studi Periklanan.
7. Zaenab S.S., M.Si., Pembimbing I Laporan Tugas Akhir.
8. Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB., Pembimbing II Laporan Tugas Akhir.
9. Semua dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan disini.

10. Orang Tua dan keluarga penulis yang telah mendukung, membantu, serta mendoakan kelancaran penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
11. Pasangan penulis yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
12. Alviera Fitriane dan Nazhira Vannia Ramadhani yang telah menyemangati dan membantu penulis selama masa perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir ini.
13. Teman-teman Booble Agency yang telah membantu dan memberikan semangat dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
14. Teman-teman prodi periklanan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah merangkul dan membantu penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
15. Erdy Heryadi, Sebagai Direktur Utama PT. Berdes Bersama Gemilang dan Purwadaksi Rahmat, sebagai pembimbing industri, yang telah memberikan semangat penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
16. Teman-teman Marketing Komunikasi yang telah memberikan support kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka dengan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca, penguji, atau siapapun yang berkenan untuk memberikan masukan. Terima kasih atas partisipasi dan kontribusi yang diberikan.

Jakarta, 20 Juni 2025



Atika Riska Amelia
NIM 2270404020

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR	iv
DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	v
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
A. Identifikasi Masalah	3
B. Batasan Masalah	3
C. Rumusan Masalah.....	3
D. Tujuan Penulisan	4
E. Manfaat Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Komunikasi.....	5
1. Definisi Komunikasi	5
2. Elemen Komunikasi	5
B. Pemasaran Digital	7
C. <i>Marketing MIX 4P</i>	8
1. <i>Product</i> (produk).....	8
2. <i>Promotion</i> (promosi).....	8
3. <i>Price</i> (harga).....	8
4. <i>Place/Distribution</i> (Tempat/Distribusi)	9
D. Merek (<i>Brand</i>)	9
1. Definisi Merek (<i>Brand</i>).....	9

2.	Definisi Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>).....	10
E.	<i>Hard Selling</i>	10
F.	<i>Soft Selling</i>	11
G.	<i>CTA (Call To Action)</i>	11
H.	<i>Content Pillar</i>	11
I.	<i>Analisis STP (Segmentasi, Targeting Positioning)</i>	11
1.	<i>Segmenting</i>	12
2.	<i>Targeting</i>	12
3.	<i>Positioning</i>	12
J.	<i>AISAS (Attention, Interest, Search, Desire, Action, Share)</i>	12
1.	<i>Attention</i>	13
2.	<i>Interest</i>	13
3.	<i>Search</i>	13
4.	<i>Action</i>	13
5.	<i>Share</i>	14
K.	<i>Media Sosial</i>.....	14
L.	<i>Tiktok</i>	14
M.	<i>Social Media Specialist</i>	15
N.	<i>Perangkat Kerja Social Media Specialist</i>	15
1.	<i>Capcut</i>	15
2.	<i>Canva</i>	16
3.	<i>Spreadsheets</i>	16
4.	<i>Pinterest</i>	17
5.	<i>Whatsapps</i>	17
BAB III	<i>METODE PELAKSANAAN</i>.....	18
A.	<i>Data Perusahaan</i>	18
1.	<i>Profil Perusahaan</i>	18
2.	<i>Visi dan Misi Humairah Beauty</i>	22
B.	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	22
1.	<i>Observasi</i>	22
2.	<i>Studi Pustaka</i>	23

C. Ruang Lingkup.....	24
1. Peran <i>Social Media Specialist</i>	24
2. Periode Kegiatan	24
3. Hasil Karya.....	24
D. Langkah kerja	25
1. Pra-produksi	25
2. Produksi	26
3. Pasca Produksi	27
BAB IV PEMBAHASAN.....	28
A. Gambaran Umum	28
1. Gambaran Umum <i>Social Media</i> Humairah Beauty	28
B. Hasil Kerja.....	34
1. Pra-produksi	34
2. Produksi	39
3. Pasca Produksi :	43
C. Analisis STP (<i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i>)	44
D. Analisis Marketing MIX 4P	47
1. <i>Product</i>	47
2. <i>Price</i> (harga).....	47
3. <i>Place</i> (tempat)	48
4. <i>Promotion</i> (promosi).....	48
E. Hasil Karya	48
1. Promosi	48
2. Edukasi.....	52
3. <i>Entertain</i>	54
F. Analisis AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i>)	56
G. Analisis Akun Tiktok Humairah Beauty Sebelum dan Sesudah Dikelola Penulis	60
BAB V PENUTUP.....	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66

DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jenis Produk Humairah Beauty	19
Tabel 4.1 Hasil Analisis STP.....	45
Tabel 4.2 Hasil Karya Promosi	50
Tabel 4.3 Hasil Karya Edukasi.....	53
Tabel 4.4 Hasil Karya Entertain	55
Tabel 4.5 Hasil Analisis Konten Promosi	57
Tabel 4.6 Hasil Analisis Konten Edukasi.....	58
Tabel 4.7 Hasil Analisis Konten Entertain	59
Tabel 4.8 Perbandingan Sebelum dan Sesudah Pengelolaan Konten.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Humairah Beauty	18
Gambar 3.2 Langkah Kerja	25
Gambar 4.1 Logo Humairah Beauty	28
Gambar 4.2 Tampilan Profil Instagram Humairah Beauty.....	31
Gambar 4.3 Tampilan Website Humairah Beauty.....	32
Gambar 4.4 Tampilan Tiktok Humairah Beauty	33
Gambar 4.5 Hasil Kerja	34
Gambar 4.6 Content Research Tiktok	35
Gambar 4.7 Referensi Akun Tiktok	35
Gambar 4.8 Content Research Pinterest	36
Gambar 4.9 Concept Plan	37
Gambar 4.10 Dokumentasi Brainstorming	38
Gambar 4.11 Dokumentasi Take Content	40
Gambar 4.12 Brief Kepada Tim Design	41
Gambar 4.13 Content Editing	42
Gambar 4.14 Reach dan Followers Sebelum Dikelola Penulis	61
Gambar 4.15 Reach dan Followers Setelah Dikelola Penulis	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Biodata Penulis	74
Lampiran 2	Bebas Biaya Pendidikan	77
Lampiran 3	Lembar Pembimbing I Tugas Akhir	78
Lampiran 4	Lembar Pembimbing II Tugas Akhir.....	79
Lampiran 5	Sertifikat Magang	80
Lampiran 6	Dokumentasi Terkait Tugas Akhir	81
Lampiran 7	Lampiran Hasil Cek Plagiarisme	82
Lampiran 8	Sertifikat Kompetensi TOEIC	83
Lampiran 9	Dokumentasi Sidang Tugas Akhir.....	84