

LAPORAN TUGAS AKHIR

PROSES PEMBUATAN KONTEN @UPSCALE.IG DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar (A.Md) Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Oleh:

AZZAH NABILLAH

NIM: 21330023

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Proses Pembuatan Konten @upscale.ig dalam Meningkatkan *Brand Awareness*
Penulis : Azzah Nabillah
NIM : 21330023
Program Studi : D-III Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu , tanggal 24 Juli 2024

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Rizky Kertanegara, S.S., M.Si., CIAL

NIP. 198301152014041001

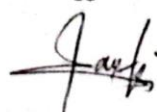
Anggota 1



Muhammad Nur, M.Kom

NIDN. 0320076604

Anggota 2



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

NIP 198812222020122006

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum

NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Proses Pembuatan Konten @upscale.ig dalam
Meningkatkan *Brand Awareness*
Penulis : Azzah Nabillah
NIM : 21330023
Program Studi : D-III Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di ~~Kamir~~...*Il*...*Juli*...*2024*.....

Pembimbing I



Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom
NIP: 198812222020122006

Pembimbing II



Firda Nida Fauziyyah, S.I.Kom

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS
PLAGIARISME**

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR
DAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Azzah Nabillah
NIM : 21330023
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2021

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: **Proses Pembuatan Konten @upscale.ig dalam 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, Kamis 11 Juli 2024

Yang menyatakan,




Nama Azzah Nabillah
NIM 21330023

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Azzah Nabillah
NIM : 21330023
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2021

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)**

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, Kamis 16 Juli 2024

Yang menyatakan,



Nama Azzah Nabillah
NIM: 21330023

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : “Proses Pembuatan Konten @upscale.ig dalam Meningkatkan *Brand Awareness*”
Pembimbing 1 : Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom
Pembimbing 2 : Firda Nida Fauziyyah, S.I.Kom

The Final Project entitled “The process of creating content @upscale.ig in increasing brand awareness” aims to explain the process of creating content ideas on Instagram Stories carried out by a Social Media Strategic on Instagram @upscale.ig as an effort to increase brand awareness. The process of creating content ideas uses the AISAS theory to create effective content. In collecting data, the author uses observation methods, literature studies and online searches, besides that the author uses STP to analyze audience segmentation and targeting and positioning to provide information that attracts the attention of the audience, besides that the author uses the SWOT method to get to know more about @upscale.ig in order to know what kind of content ideas will be created to increase brand awareness on the @upscale.ig Instagram account.

Keywords: *Social Media Strategic, Content, Awareness, Instagram, AISAS Theory, SWOT, STP.*

Tugas Akhir yang berjudul “Proses pembuatan konten @upscale.ig dalam meningkatkan *brand awareness*” bertujuan untuk menjelaskan proses pembuatan ide konten pada Instagram *Story* yang dilakukan oleh seorang Social Media Strategic pada Instagram @upscale.ig sebagai upaya dalam *meningkatkan brand awareness*. Proses pembuatan ide konten menggunakan teori AISAS guna menciptakan konten yang efektif. Dalam pengumpulan data penulis menggunakan metode observasi, studi pustaka dan penelusuran online selain itu penulis menggunakan STP untuk menganalisis segmentasi dan targeting audiens dan positioning untuk memberikan informasi yang menarik perhatian audiens selain itu penulis menggunakan metode SWOT untuk lebih mengenal lebih dalam @upscale.ig agar mengetahui ide konten seperti apa yang akan dibuat untuk meningkatkan *brand awareness* pada akun instagram @upscale.ig.

Kata Kunci: *Social Media Strategic, Konten, Awareness, Instagram, Teori AISAS, SWOT, STP.*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma- 3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *Social Media Strategis* di PT. Talenta Sinergi Group (Upscale) yang bertugas dalam pembuatan brief konten pada Instagram @upscale.ig. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan Tugas Akhir berjudul “Proses pembuatan konten @upscale.ig dalam meningkatkan *brand awareness*”

Laporan TA ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, 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, 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. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom, Pembimbing I Laporan Tugas Akhir.
7. Firda Nida Fauziyyah, S.I.Kom., Pembimbing II Laporan Tugas Akhir.
8. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif

Jakarta yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.

9. Keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan kepada penulis saat menyusun laporan Tugas Akhir ini.
10. Kepada Yuyu, Chi chi, Karin yang sudah mendengarkan cerita penulis, penyemangat penulis, penasehat penulis dari segi mana pun.
11. Kepada kwang in yang telah memberikan semangat kepada penulis
12. Teman-teman satu angkatan periklanan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
13. Staf Upscale, yang telah membantu penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
14. Bagi semua pihak yang telah membantu yang tidak bisa disebutkan satupersatu, namun tidak mengurangi rasa hormat.

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

Jakarta, 12 Juli 2024



Azzah Nabillah

NIM. 21330023

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABLE.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	2
C. Batasan Masalah.....	2
D. Rumusan Masalah.....	3
E. Tujuan Penulisan.....	3
F. Manfaat Penulisan.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Komunikasi Pemasaran.....	6
B. Digital Marketing.....	8
C. Media Sosial.....	8
D. Konten.....	10
E. Kesadaran Merek (Brand Awareness).....	11
F. Content Pillar.....	12
G. AISAS.....	13
H. STP.....	15
I. SWOT.....	17
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	19
A. Data Perusahaan.....	19
B. Teknik Pengumpulan Data.....	22
C. Ruang Lingkup.....	23
D. Langkah Kerja.....	24
BAB IV PEMBAHASAN.....	25
A. Gambaran Umum.....	25
B. Analisis SPT (Segmentasi, Targeting, Positioning).....	28
C. SWOT.....	29
D. Analisis kompetitor.....	30
E. Proses Perancangan Konten Upscale.....	31
F. Hasil Karya & Top Content.....	37
G. Analisis Model AISAS.....	45

H. Perbandingan Konten.....	48
BAB V PENUTUP.....	49
A. Simpulan.....	49
B. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis SWOT.....	30
Tabel 2 Analisis Kompetitor.....	45
Tabel 3 Analisis Konten dengan Model AISAS.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Komunikasi Pemasaran.....	6
Gambar 2 Model AISAS.....	14
Gambar 3 Logo Perusahaan.....	18
Gambar 4 Klien Upscale.....	21
Gambar 5 Profil Instagram @upscale.ig.....	22
Gambar 6 Alur Kerja.....	25
Gambar 7 Akun Instagram @upscale.ig.....	27
Gambar 8 Konten Awal di Instagram.....	28
Gambar 9 Tugas Pembuatan Ide Konten Upscale.....	32
Gambar 10 Dashboard Brief Content Upscale.....	34
Gambar 11 Content Brief Upscale Bulan Januari 2024.....	36
Gambar 12 Hasil Visual Konten Bulan Januari 2024.....	36
Gambar 13 Postingan Instagram Upscale.....	37
Gambar 14 Content Brief.....	38
Gambar 15 Hasil Konten Edukasi.....	38
Gambar 16 Hasil Konten Tips.....	39
Gambar 17 Hasil Konten Tips.....	39
Gambar 18 Hasil Konten Tips.....	40
Gambar 19 Tampilan konten Top Content 1.....	41
Gambar 20 Tampilan insight data Top Content 1.....	41
Gambar 21 Tampilan insight data Top Content 1.....	42
Gambar 22 Tampilan insight data Top Content 1.....	42
Gambar 23 Tampilan konten Top Content 2.....	43
Gambar 24 Tampilan insight data Top Content 2.....	43
Gambar 25 Tampilan insight data Top Content 2.....	44
Gambar 26 Tampilan insight data Top Content 2.....	44
Gambar 27 Data Insight Reach Instagram.....	47
Gambar 28 Data Insight Followers count Instagram Upscale.....	48

Gambar 29 Data Content Pillar sebelum dikelola penulis.....	49
Gambar 30 Data Content Pillar sesudah dikelola penulis.....	49
Gambar 31 Data Content sebelum dikelola penulis.....	50
Gambar 32 Data Content sebelum dikelola penulis.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

BIODATA MAHASISWA.....	55
LEMBAR PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR.....	58
SERTIFITKAT MAGANG INDUSTRI.....	60
DOKUMENTASI FOTO KEGIATAN TERKAIT TUGAS AKHIR	61
LEMBAR HASIL CEK PLAGIARISME.....	66
SERTIFIKAT KOMPETENSI.....	69