

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL
UNTUK MENINGKATKAN *IMPRESSION*
DI AKUN *INSTAGRAM GROSIR LEVEL UP*

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh:

Muhamad Hilmi Kamil

NIM: 2270404062

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Media Sosial
untuk Meningkatkan *Impressions*
di Akun Instagram *Grosir Level Up*
Penulis : Muhamad Hilmi Kamil
NIM : 2270404062
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

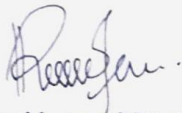
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Kamis, tanggal 3 Juli 2025.

Disahkan Oleh:
Ketua Penguji



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

Anggota 1



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

Anggota 2



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom.
NIP 198812222020122006

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi


Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum.
NIP 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Media Sosial Untuk Meningkatkan
Impressions di Akun *Instagram* Grosir Level Up

Penulis : Muhamad Hilmi Kamil

NIM : 2270404062

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

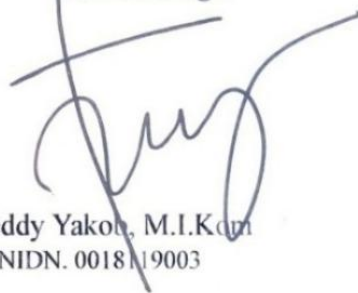
Ditandatangani di Jakarta, 20 Juni 2025

Pembimbing 1



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

Pembimbing 2



Freddy Yakob, M.I.Kom.
NIDN. 0018119003

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 : Muhamad Hilmi Kamil
NIM : 2270404062
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
Perancangan Konten Media Sosial Untuk Meningkatkan Impressions di Akun
Instagram Grosir Level Up **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, 20 Juni 2025

Yang menyatakan,



Nama Muhamad Hilmi Kamil

NIM: 2270404062

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Muhamad Hilmi Kamil
NIM : 2270404062
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:
Perancangan Konten Media Sosial Untuk Meningkatkan Impressions di Akun Instagram Grosir Level Up beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

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 sebagaipemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 20 Juni 2025

Yang menyatakan,



Nama: Muhamad Hilmi Kamil

NIM: 2270404062

ABSTRAK

Judul : Perancangan Konten Media Sosial Untuk Meningkatkan Impressions Di Akun Instagram Grosir Level Up
Pembimbing 1 : Sartika Ekadyasa, S.Kom, M.I.Kom
Pembimbing 2 : Freddy Yakob, M.I.Kom

The rapid development of social media has driven businesses to optimize digital marketing efforts to expand reach and boost audience engagement. Instagram is one of the platforms used, including by @grosirlevelup, which supports MSMEs through live shopping services. However, the account experienced a notable decline in impressions due to the absence of structured content planning. This final project aims to design organized and audience-oriented content to increase impressions organically. The planning process refers to marketing communication theory and is supported by STP, SWOT analysis, and the AISAS model as the foundation for building an editorial plan. The implementation covers pre-production, production, and post-production stages. Results show a significant improvement in account performance, particularly in reach and audience response. This proves that well-planned, relevant content can help brands overcome digital communication challenges in today's fast-moving social media landscape.

Keywords: *content planning, impressions, Instagram, Grosir Level Up, digital marketing.*

Pesatnya perkembangan media sosial mendorong pelaku usaha untuk memaksimalkan upaya pemasaran digital dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan mendorong keterlibatan secara aktif. Salah satu platform yang banyak dimanfaatkan adalah Instagram, seperti yang dilakukan oleh akun @grosirlevelup dalam membantu pelaku UMKM melalui layanan live shopping. Namun, akun ini mengalami penurunan impressions secara signifikan akibat belum adanya perencanaan konten yang terarah dan berkelanjutan. Berdasarkan kondisi tersebut, penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk merancang konten yang terencana dan sesuai dengan kebutuhan audiens agar dapat meningkatkan impressions secara organik. Proses perancangan ini mengacu pada teori komunikasi pemasaran serta didukung oleh analisis STP, SWOT, dan model AISAS yang digunakan sebagai landasan dalam menyusun editorial plan dan perencanaan isi. Seluruh proses dilakukan melalui tahapan pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Hasil penerapan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada performa akun, terutama dalam hal keterjangkauan dan respons audiens. Hal ini membuktikan bahwa perencanaan konten yang matang dan relevan dapat menjadi solusi dalam menghadapi tantangan komunikasi digital yang kompetitif di era modern.

Kata kunci: *perancangan konten, impressions, Instagram, Grosir Level Up, digital marketing.*

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.

Tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang tua dan orang terdekat penulis, Laporan Tugas Akhir ini tidak akan lengkap. Jadi, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang terlibat dalam penulisan laporan ini yakni kepada pihak-pihak berikut:

1. Allah SWT yang telah membantu dan memudahkan penulis dalam menulis Laporan Tugas Akhir;
2. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M, Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif;
3. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si, Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Media Kreatif.;
4. Dr. Erlan Saefuddin, M. M, Hum, Ketua Jurusan Komunikasi.;
5. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn, Sekretaris Jurusan Penerbitan;
6. Zaenab, S.S., M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan;
7. Sartika Ekadyasa, M.I.KOM, Sekretaris Program Studi Periklanan, Sekaligus Pembimbing 1 Penulis Dalam Penyusunan Laporan Tugas Akhir;
8. Freddy Yakob, M.I.Kom., Selaku Pembimbing 2 Penulis dalam menyusun Laporan Tugas Akhir;
9. Mama, Bapak, Bang Sya'ban, selaku keluarga penulis yang telah memberikan doa untuk kelancaran Tugas Akhir ini;
10. Siti Aisyah sebagai pimpinan PT. Teknologi Mulia Sejahtera Cemerlang;
11. Achmad Nur Satrio, Selaku sahabat penulis yang membantu dalam memberikan suport dalam perancangan tugas akhir;

12. Lauren, Anis, Anita, Raiyan, Ihsan, Rayhan selaku sahabat sejati yang selalu memberikan semangat dan motivasi;
13. Sheva, Varlo, Afif, Zidan, Didhan selaku teman seperjuangan Polimedia;
14. JKT48, NIKI, Perunggu, Yoasobi, Hindia, yang telah memberikan hiburan dalam perancangan tugas akhir;
15. Kepada seseorang yang dipanggil “Jeruk” yang telah banyak membantu sejak awal perkuliahan hingga ke penyusunan laporan tugas akhir ini;
16. Seluruh teman-teman periklanan angkatan 2022, yang berjuang bersama selama 3 tahun pendidikan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan penulisan Laporan Tugas Akhir ini. Semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 20 Juni 2025

Penulis,



Muhamad Hilmi Kamil

NIM. 2270404062

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISM	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penulisan	5
F. Manfaat Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Komunikasi Pemasaran	6
B. Pemasaran Digital	9
C. Strategi Komunikasi Digital	10
D. Media Sosial	11
E. <i>Instagram</i>	11
F. <i>Impression Instagram</i>	15
G. <i>Content Pillar</i>	15
H. <i>Editorial Plan</i>	16
I. <i>Konten Instagram</i>	16
J. <i>STP (Segmentation, Targeting, Positioning)</i>	17

K. SWOT (<i>Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>).....	19
L. Model AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, dan Share</i>).....	21
BAB III METODE PELAKSANAAN	18
BAB IV PEMBAHASAN.....	24
A. Gambaran Umum Permasalahan.....	24
B. Tahap Pra Produksi	46
C. Tahap Produksi	64
D. Tahap Pasca Produksi	78
E. Hasil Karya.....	89
F. Hasil Performa Konten.....	92
BAB V PENUTUP.....	97
A. Kesimpulan	97
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar - 1 Data Media Sosial Yang Digemari Tahun 2025	1
Gambar - 2 Overview Konten Sebelum Penulis Kerjakan.....	3
Gambar - 3 Logo Grosir Level Up.....	18
Gambar - 4 Profil Instagram @grosirlevelup	24
Gambar - 5 Overview Konten Sebelum Penulis Kerjakan	26
Gambar - 6 Perancangan <i>Caption</i> Oleh Penulis.....	30
Gambar - 7 Penerapan SWOT pada konten “ <i>Live Shopping Please Please Please</i> ”..	33
Gambar - 8 Penerapan Objektif Konten pada <i>Editorial Plan</i>	58
Gambar - 9 Penerapan <i>Content Pillar</i> Bulan Maret dan April.....	62
Gambar - 10 Hasil Penyusunan <i>Editorial Plan</i>	66
Gambar - 11 Hasil Penyusunan <i>Content Brief</i>	69
Gambar - 12 Hasil Penyusunan Copy Caption	73
Gambar - 13 Hasil Revisi/Approval.....	76
Gambar - 14 Proses Pendistribusian Brief Kepada Tim Desain Grafis	80
Gambar - 15 Contoh Hasil Pemublikasian Konten pada Meta	84
Gambar - 16 Laporan Performa Hasil Konten	87
Gambar - 17 Hasil Karya Penulis Dalam Merancang Konten	91
Gambar - 18 Hasil Peningkatan Matriks Impression Setelah Dikerjakan Oleh Penulis	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penerapan AISAS Pada Konten Reels “ <i>Siroyo Poppo</i> ”	37
Tabel 2. Penerapan AISAS Pada Konten Carousel “5 Masalah Pada Gen Z Saat Mau Mulai Jualan”	40
Tabel 3. Penerapan AISAS Pada Konten Single Post “Promosi Usp”	42
Tabel 4. Hasil Riset Kompetitor.....	48
Tabel 5. Hasil Analisis Tren	52
Tabel 6. Penyusunan Objektif Konten	56
Tabel 7. Penyusunan <i>Content Pillar</i> Bulan Maret dan April 2025	60

DAFTAR LAMPIRN

Lampiran 1. Biodata penulis	102
Lampiran 2. Salinan Lembar Pembimbing TA	104
Lampiran 3. Surat Keterangan Magang	106
Lampiran 4. Dokumentasi Foto Terkait Tugas Akhir	107
Lampiran 5. Dokumentasi Sidang	110
Lampiran 6. Lembar Hasil Cek Plagiarisme	111
Lampiran 7. Serifikat Kompetensi	112
Lampiran 8. Bukti Pekerjaan	113
Lampiran 9. Dokumentasi Kegiatan	114