

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL
DI METALSHINE STUDIO PADA PLATFORM INSTAGRAM
DALAM MEMBENTUK BRAND AWARENESS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

RAGIL WAHYU PRAMA DETYA

NIM: 2270404090

PROGRAM STUDI PERIKLANAN D-III
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA
2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan konten media sosial di metalshine studio pada platform Instagram dalam membentuk brand awareness

Penulis : Ragil Wahyu Prama Detya

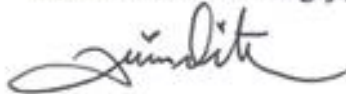
NIM : 2270404090

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa tanggal 22 July 2025

Disahkan oleh: Ketua Penguji,



Anindita Budi Astuti, S.E., M.M.

NIP. 198103052008122001

Anggota 1



Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB
NIDN. 070450023

Anggota 2



Omar Yusuf, M.M
NIP. 9900979905

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum

NIP. 19750807200912100

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan konten media sosial di metalshine studio
pada platform Instagram dalam membentuk brand awareness.
Penulis : Ragil Wahyu Prama Detya
NIM : 2270404090
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditanda tangani di 8 Juli 2019

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Omar Yusuf, M.M
NIP. 9900979905

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 : Ragil Wahyu Prama Detya
NIM : 2270404090
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2022

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

"Pembuatan konten media sosial di metalshine studio pada platform Instagram dalam membentuk 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, 20 Juni 2025

Yang menyatakan,



Ragil Wahyu Prama Detya

NIM: 2270404090

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Ragil Wahyu Prama Detya
NIM : 2270404090
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 media sosial di metalshine studio pada platform Instagram dalam membentuk brand awareness"

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 sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 26 Juni 2025



Ragil Wahyu Prama Detya

NIM: 2270404090

ABSTRAK

Brand awareness is one of the important things for a company, as well as in the MetalShine studio company where the company lacks the role of Content creators to form brand awareness on the Instagram platform, the role of the author as a Content creator is responsible for creating content on the Metalshine Instagram platform. Instagram is a social media platform that is widely favored by various groups, according to research data, Instagram is the number 4 social media in Indonesia with a percentage of 85.3% so that many companies use Instagram social media to build brand image or brand awareness. The role of the author as a Content Creator is responsible for forming brand awareness for the Instagram platform, in forming brand awareness the author uses the AISAS method, namely Attention, Interest, Search, Action, and Share. This method is very helpful for the author in forming brand awareness. The purpose of this writing is to find out how to create creative content on the Instagram platform at Metalshine. The methods used are discussion, observation and research from the library. Based on the discussion of the role of Content creators, the author concludes that content created based on the AISAS method with various types of content to attract more attention from the audience.

Keywords: Brand Awareness, role of Content Creator, AISAS

Brand awareness adalah salah satu hal yang penting bagi sebuah perusahaan, begitu pula pada perusahaan MetalShine studio dimana perusahaan tersebut kurangnya peranan Content creator untuk membentuk brand awareness pada platfrom Instagram, peranan penulis sebagai Content creator bertanggung jawab dalam pembuatan konten pada platfrom Instagram Metalshine. Instagram adalah sebuah platfrom social media yang banyak digemari dari berbagai kalangan, menurut data riset, Instagram menjadi social media nomor 4 di Indonesia dengan persentase 85,3 % sehingga banyak perusahaan menggunakan social media Instagram untuk membangun brand image atau brand awereness. Peranan penulis sebagai Content Creator bertanggung jawab untuk membentuk brand awereness untuk platfrom Instagram, dalam membentuk brand awareness penulis menggunakan metode AISAS, yaitu Attantion, Interest, Search, Action, dan Share. Metode ini sangat membantu penulis dalam membentuk brand awereness. Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui cara membuat konten kreatif pada platform Instagram di Metalshine. Metode yang digunakan yaitu diskusi, pengamatan dan riset dari perpustakaan. Berdasarkan pembahasan mengenai peran Content creator, maka penulis menyimpulkan bahwa konten yang dibuat berdasarkan metode AISAS dengan jenis konten yang bervariasi agar lebih menarik perhatian dari audience.

Kata kunci : Brand Awareness, peran Content Creator, AISAS

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 *Conten Creator* yang telah membuat konten pada media sosial Instagram Metalshine. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul “ Pembuatan konten media social di metalshine studio pada platform Instagram dalam membentuk brand awareness” Laporan TA ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, Dosen pembimbing, 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.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi. Selaku Dosen Pembimbing I dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir.
4. Omar Yusuf, M.M selaku Dosen Pembimbing II dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir.
5. Raden Sulistiyo Wibowo, M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
6. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan
7. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom selaku sekertaris Prodi
8. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta

yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini

9. Kedua orang tua penulis yang telah berusaha hingga sejauh ini
10. Bob Marley atas karyanya yang telah menemani penulis saat pembuatan tugas akhir.
11. Yeni Alvina, Naufal, Fauzan selaku penasihat penulis.
12. Semua teman seperjuangan penulis dan Anak Buah Kapal yang telah berjuang bersama-sama selama tiga tahun masa kuliah.
13. Tim *Digital strategist* Metalshine studio yang telah banyak membantu penulis
14. Pakde dan bude Kantin baru yang senantiasa menemani hari hari penulis selama berkuliah.

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

Jakarta, 22 Juni 2025

Penulis



Ragil Wahyu Prama Detya

NIM 2270404090

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Pembatasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penulisan Tugas Akhir.....	4
F. Manfaat Penulisan Tugas Akhir.....	5
1. Bagi penulis	5
2. Bagi Politeknik Negeri Media Kreatif	5
3. Bagi Metalshine	5
BAB II TINJAU PUSTAKA	6
A. Komunikasi	6
B. Periklanan	7
C. Media Sosial.....	8

D.	Proses Kreatif.....	11
E.	<i>Brand Awareness</i>	15
F.	STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>)	16
G.	SWOT	18
H.	AISAS	21
BAB III METODE PELAKSANAAN		23
A.	Objek Penulisan	23
1.	Profil dan Logo Perusahaan.....	23
2.	Alamat Perusahaan Dan Studio Foto	24
3.	Sejarah Perusahaan	24
4.	Struktur Perusahaan	25
I.	Visi dan Misi Perusahaan.....	26
B.	Teknik Pengumpulan Data.....	27
C.	Ruang Lingkup.....	28
D.	Langkah Kerja.....	29
1.	PRA PRODUKSI.....	31
2.	PRODUKSI	31
3.	PASCA PRODUKSI	33
BAB IV PEMBAHASAN.....		34
A.	Gambaran Umum Pekerjaan.....	34
B.	Analisis STP.....	35
1.	<i>Segmentation</i>	35
2.	<i>Targeting</i>	36
3.	<i>Positioning</i>	36
C.	Analisis SWOT Berdasarkan 4P.....	37
D.	Alur Kerja	38
1.	PRA PRODUKSI.....	40

2.	PRODUKSI	42
a.	Eksekusi Pembuatan Konten	42
b.	Editing konten.....	43
c.	Preview konten	50
d.	Revisi konten	50
e.	Penyerahan konten.....	51
3.	PASCA PRODUKSI.....	51
E.	Hasil Karya Berdasarkan AISAS.....	52
1.	Penerapan Model AISAS Reels dengan konten informasi	52
F.	3 Top Konten	55
G.	Penerapan Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	57
	BAB V PENUTUP.....	61
A.	Kesimpulan	61
B.	SARAN.....	62
	DAFTAR PUSTAKA	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Alur kerja	19
Tabel 2 Alur kerja Metalshine.....	23
Tabel 3 content plan	25
Tabel 4 Komparasi Praktik Dengan Teori	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 <i>Metode Aisas</i>	11
Gambar 2 Metode aisas	13
Gambar 3 Logo Perusahaan	15
Gambar 4 Referensi kegiatan	24
Gambar 5 Kegiatan Brandstorming	26
Gambar 6 Konten informasi.....	27
Gambar 7 Tamplate Capcut	28
Gambar 8 Proyek Baru Capcut	29
Gambar 9 Efek Capcut	29
Gambar 10 Font Capcut	30
Gambar 11 Overlay Capcut.....	31
Gambar 12 Template Canva.....	33
Gambar 13 Elemen Visual Canva	34
Gambar 14 Penyerahan Konten	35
Gambar 15 Evaluasi Konten	36
Gambar 16 Konten hardseling Metalshine.....	37
Gambar 17 Konten hardseling Metalshine.....	38
Gambar 18 Komentar pengikut.....	39
Gambar 19 Komentar tindakan	40
Gambar 20 Insight Metalshine	41
Gambar 21 Instagram Metalshine Sebelum dan Sesudah	42
Gambar 23 Konten Informasi	43
Gambar 24 Konten Edukasi	43
Gambar 25 Konten Informasi	44
Gambar 26 Konten Promosi.....	45
Gambar 27 Konten Promosi.....	45

Gambar 28 Top Konten.....46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 daftar riwayat hidup mahasiswa	57
Lampiran 2 Salinan lembar pembimbing TA.....	60
Lampiran 3 sertifikat magang industri	62
Lampiran 4 dokumentasi foto kegiatan terkait tugas akhir	63
Lampiran 5 lembar hasil cek plagiarisme	64
Lampiran 6 Serifikat kompetensi	66