

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KONTEN TIKTOK @HAYARA_ID
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

**Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya**



Disusun oleh:

NASYWA DIEN AGNATIA

NIM 2270404081

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA
2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten TikTok @hayara_id untuk
Meningkatkan Brand Awareness
Penulis : Nasywa Dien Agnatia
NIM : 2270404081
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini dipertanggungjawabkan di hadapan Penguji Tugas Akhir di
Kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, 16 Juli 2025.

Disahkan oleh:

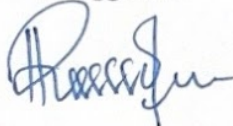
Ketua Penguji



Zaenab, SS., M.Si

NIP. 199211132019032025

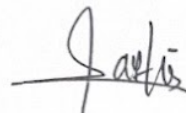
Anggota 1



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

NIP. 199304272024061001

Anggota 2



Sartika Ekadyasa M.I.Ikom

NIP.198812222020122006

Mengetahui

Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum

NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten TikTok @hayara_id untuk
Meningkatkan Brand Awareness
Penulis : Nasywa Dien Agnatia
NIM : 2270404081
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

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

Pembimbing 1



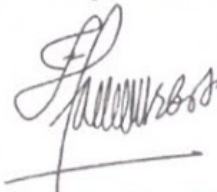
Sartika Ekadyasa M.I.Ikom
NIP.198812222020122006

Pembimbing 2



Dr. Ressa Uli Patrisia S.S.,
M.Ikom, AMIPR
NIDN

Mengetahui
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, SS., M.Si
NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten TikTok @hayara_id untuk
Meningkatkan Brand Awareness
Penulis : Nasywa Dien Agnatia
NIM : 2270404081
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Perancangan Konten TikTok @hayara_id untuk 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, 20 Juni 2025

Yang menyatakan,



Nasywa Dien Agnatia

NIM: 2270404081

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA

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

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten TikTok @hayara_id untuk
Meningkatkan Brand Awareness

Penulis : Nasywa Dien Agnatia

NIM : 2270404081

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2024/2025

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif Hak Bebas *Royalti Non Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)* atas karya ilmiah saya yang berjudul: Perancangan Konten TikTok @hayara_id untuk Meningkatkan Brand Awareness.

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengali media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasi tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Juni 2025

Yang Menyatakan,



Nasywa Dien Agnatia

NIM: 2270404081

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten TikTok @hayara_id untuk Meningkatkan Brand Awareness
Penulis : Nasywa Dien Agnatia
Pembimbing I : Sartika Ekadyasa M.I.Ikom
Pembimbing II : Dr. Ressa Uli Patrisia S.S., M.Ikom

In the digital era, social media has become a strategic tool for building brand awareness, especially for new brands like Hayara. As a local hijab brand newly launched in 2025, Hayara utilizes TikTok as one of its main platforms to introduce its products and reach a wider target audience. However, the TikTok account @hayara_id initially had no content activity or structured content strategy. This final project aims to explain the content planning process for Hayara's TikTok as an effort to build brand awareness. The author used observation and literature study as data collection methods, and applied the STP (Segmenting, Targeting, Positioning) analysis and AISAS model (Attention, Interest, Search, Action, Share) to develop relevant content strategies. The results showed an increase in followers from 956 to 1.237 followers, and a total of 20 video contents were successfully published, with one top content reaching 353 views and generating notable engagement. These findings prove that a well-planned and targeted content strategy can significantly improve the visibility and audience interaction of a new brand.

Keywords: *TikTok, creative content, Hayara, brand awareness.*

Di era digital, media sosial telah menjadi alat strategis untuk membangun brand awareness, terutama bagi brand baru seperti Hayara. Sebagai brand hijab lokal yang baru diluncurkan pada tahun 2025, Hayara memanfaatkan TikTok sebagai salah satu platform utama untuk memperkenalkan produknya dan menjangkau target pasar yang lebih luas. Namun, pada awalnya akun TikTok @hayara_id belum memiliki aktivitas unggahan maupun strategi konten yang terencana. Tugas akhir ini bertujuan untuk menjelaskan proses perancangan konten TikTok Hayara dalam rangka membangun brand awareness. Penulis menggunakan teknik pengumpulan data observasi dan studi pustaka, serta menerapkan analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning) dan model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) untuk menyusun strategi konten yang relevan. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan jumlah pengikut dari 956 menjadi 1.237 pengikut serta total 20 konten video yang berhasil menjadi top konten dengan capaian 353 tayangan dan engagement yang cukup baik. Hal ini membuktikan bahwa strategi konten yang tepat dan terarah dapat meningkatkan visibilitas dan keterlibatan audiens terhadap brand baru.

Kata kunci: *TikTok, konten kreatif, Hayara, brand awareness.*

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, kekuatan, kemampuan, serta kesabaran yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan jenjang Diploma-3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

Dalam proses pelaksanaannya, penulis berperan sebagai *Social Media Specialist* yang bertanggung jawab dalam membuat konten video kreatif pada akun TikTok @hayara_id periode Mei hingga Juni 2025. Berdasarkan pengalaman dan pencapaian tersebut, penulis menyusun laporan Tugas Akhir berjudul “Perancangan Konten TikTok @hayara_id untuk Meningkatkan *Brand Awareness*”

Terselesaikannya laporan ini tentunya tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

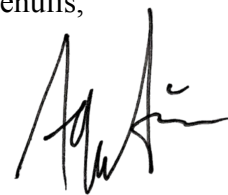
1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. M. Yunus Fitriady, M.M selaku Wakil Direktur Bidang Keuangan.
4. Anindhita Budi Astuti, SE., MM selaku Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan.
5. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi.
6. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn, Sekretaris Jurusan Komunikasi.
7. Zaenab, SS,. M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan.
8. Sartika Ekadyasa M.I.Ikom Sekretaris Program Studi Periklanan dan Dosen Pembimbing 1.
9. Dr. Ressa Uli Patrisia S.S., M.Ikom Dosen Pembimbing 2.
10. Christiani Novelien selaku Manager Hayara sekaligus pembimbing selama menjalani praktik industri.

11. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
12. Mama yang senantiasa selalu memberikan dukungan moral dan material, serta selalu mendoakan sehingga penulis bisa menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan laporan tugas akhir.
13. Alifa, Luthfi, Ridho, Viera, Flavia, Najwa, Friska, Didhan, Varlo, Kania, Dian, dan Anggita yang telah menjadi teman semasa perkuliahan yang sangat berkesan untuk penulis.
14. Departemen Pendidikan yaitu Dinda, Fariza, Sabrina, Rafli, Abyan, dan Habibah yang memberikan banyak sekali pelajaran dan juga pengalaman menyenangkan lebih dari sekedar rekan organisasi.
15. Beanita yang sudah menjadi pendengar segala keluh kesah dan senantiasa hadir untuk penulis sejak awal penyusunan laporan tugas akhir.
16. Nishimura Riki dan Park Jeongwoo sebagai sosok yang mungkin tidak hadir secara fisik namun menjadi sumber kebahagiaan penulis di tengah panjangnya proses penyusunan laporan tugas akhir ini.
17. Seseorang dari Periklanan 2024 yang namanya tidak bisa disebutkan namun telah menjadi semangat dan alasan kecil di balik senyum yang tidak pernah bisa penulis benar-benar jelaskan.

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

Jakarta, 20 Juni 2025

Penulis,



Nasywa Dien Agnatia

NIM: 227070404081

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA.....	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.....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penulisan.....	7
F. Manfaat Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Teori Brand Awareness.....	9
B. Digital Marketing.....	15
2. Evolusi Digital Marketing.....	17
C. TikTok Sebagai Media Sosial.....	18
2. Karakteristik Pengguna TikTok.....	19
D. STP Marketing.....	24
E. Analisis SWOT.....	27
F. Metode AISAS.....	28
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	32
A. Data Penulisan.....	32
B. Teknik Pengumpulan Data.....	38
C. Ruang Lingkup.....	40
BAB IV PEMBAHASAN.....	45

A. Gambaran Umum.....	45
B. Analisis STP.....	52
C. Analisis SWOT.....	55
D. Proses Pengelolaan.....	58
E. Penerapan Metode AISAS.....	67
F. Hasil Karya.....	71
G. Performa Konten.....	75
H. Penerapan Metode AISAS.....	83
BAB V.....	84
PENUTUP.....	84
A. Simpulan.....	84
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar - 1 Piramida Brand Awareness.....	10
Gambar - 2 Metode AISAS.....	29
Gambar - 3 Logo Hayara.....	35
Gambar - 4 Struktur Perusahaan.....	37
Gambar - 5 Langkah Kerja.....	42
Gambar - 6 Logo Hayara.....	45
Gambar - 7 Akun TikTok Hayara Sebelum dikelola Penulis.....	49
Gambar - 8 Data Engagement Periode 10 April - 10 Mei.....	50
Gambar - 9 Referensi Ide Konten di Note.....	59
Gambar - 10 Monthly Content Plan.....	60
Gambar - 11 Pengambilan Footage Konten.....	62
Gambar - 12 Proses Editing Konten.....	63
Gambar - 13 Mengunggah Konten.....	66
Gambar - 14 Konten Promosi.....	72
Gambar - 15 Konten Edukasi.....	73
Gambar - 16 Konten Hiburan.....	74
Gambar - 17 Akun Tiktok Hayara (Sesudah).....	75
Gambar - 18 Data Engagement Periode Mei - Juni 2025.....	76
Gambar - 19 Top 1 Content TikTok Hayara.....	77
Gambar - 20 Data Analitik Top Content 1.....	78
Gambar - 21 Top 2 Content TikTok Hayara.....	79
Gambar - 22 Data Analitik Top Content 2.....	80
Gambar - 23 Top 3 Content TikTok Hayara.....	81
Gambar - 24 Data Analitik Top Content 3.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1 STP Hayara.....	52
Tabel 2 SWOT @hayara_id.....	55
Tabel 3 Analisis Kompetitor.....	57
Tabel 4 Analisis Metode AISAS.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Penulis.....	90
Lampiran 2. Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing 1.....	92
Lampiran 3. Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing 2.....	93
Lampiran 4. Hasil Cek Plagiarisme.....	94
Lampiran 5. Sertifikat Diterima Praktik Industri.....	95
Lampiran 6. Dokumentasi dengan Pembimbing.....	96
Lampiran 7. Dokumentasi Sidang Tugas Akhir.....	97