

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@LIFEATSAPX UNTUK MENINGKATKAN *EMPLOYER*
***BRANDING* TAHUN 2025**

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



Disusun oleh:

Afrida Maylita

NIM: 2270404004

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Sosial Media Instagram
@lifeatsapx Untuk Meningkatkan *Employer*
Branding Tahun 2025

Penulis : Afrida Maylita

NIM : 2270404004

Program Studi : Periklanan

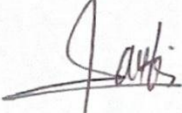
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji
Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari
..Jumat..., tanggal 11 Juli 2025

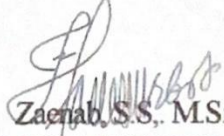
Disahkan Oleh:
Ketua Penguji

Dr. Atiek Rohmiya, M.Pd
NIP 196204291985012001

Anggota 1


Sartika Ekadyasa, M.I.Kom
NIP 1988122220122006

Anggota 2


Zaenab S.S., M.Si
NIP 199211132019032025

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi


Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
NIP. 197508072009121001



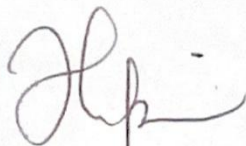
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Afrida Maylita
NIM : 2270404004
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

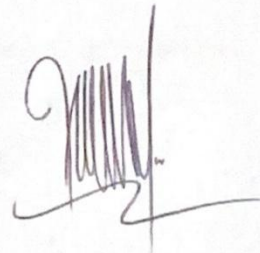
Ditandatangani di Jakarta, 04 Juli 2025

Pembimbing 1



Dr. Tipri Rose Kartika, M.M
NIP. 197606112009122002

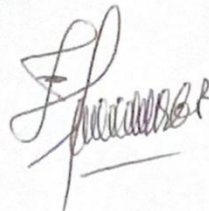
Pembimbing 2



Khoirun Nisa' S.Pd., M.Si.
NIP. 199009012014032002

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 : Afrida Maylita
NIM : 2270404004
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: **PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @LIFEATSAPX UNTUK MENINGKATKAN EMPLOYER BRANDING TAHUN 2025**

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, 01 Juli 2025



Afrida Maylita
NIM: 2270404004

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Afrida Maylita
NIM : 2270404011
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 INSTAGRAM @LIFEATSAPX
UNTUK MENINGKATKAN EMPLOYER BRANDING TAHUN 2025** 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, 01 Juli 2025



Nama: Afrida Maylita
NIM: 2270404004

ABSTRAK

Judul: Pembuatan Konten Media Sosial Instagram @lifeatsapx Untuk Meningkatkan *Employer Branding* Tahun 2025.

Pembimbing 1: Dr. Tipri Rose Kartika, M.M

Pembimbing 2: Khoirun Nisa', S.Pd.,M.Si.

Social media, particularly Instagram, is a strategic tool for building a company's employer branding in the digital era. This study discusses the content strategy of the Instagram account @lifeatsapx to enhance its image as a professional, open, and attractive workplace in 2025. The objective of this research is to develop social media content on Instagram @lifeatsapx that can effectively strengthen employer branding in that year. Data collection methods used in this study include observation, literature review, and interviews, supported by the application of the STP approach (Segmentation, Targeting, Positioning), the AISAS model (Attention, Interest, Search, Action, Share), and employer branding theory. The results showed a 21.9% increase in followers, a 66.7% rise in saves, and a 15.8% growth in shares over a five-month period. The audience segmentation focused on young professionals and job seekers aged 18–35, showing a significant improvement in engagement. Through the use of casual language, engaging visuals, and relevant trends, the content on @lifeatsapx successfully strengthened employer branding and fostered an emotional connection between the audience and the company.

Keywords: *Instagram, Digital Content, Lifeatsapx, AISAS, Employer Branding.*

Media sosial, khususnya Instagram, merupakan alat strategis dalam membangun *employer branding* perusahaan secara digital. Masalah ini membahas strategi pembuatan konten media sosial Instagram @lifeatsapx untuk meningkatkan *employer branding* sebagai tempat kerja yang profesional, terbuka, dan menarik pada tahun 2025. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat konten media sosial Instagram @lifeatsapx agar bisa meningkatkan *employer branding* tahun 2025. Dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui observasi, studi pustaka, serta wawancara, dengan menerapkan pendekatan STP (*segmentation, targeting, positioning*), model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) dan *employer branding*. Hasilnya pertumbuhan *followers* sebesar 21,9%, peningkatan *save* sebesar 66,7%, dan *share* sebesar 15,8% dalam lima bulan, artinya menunjukkan bahwa adanya peningkatan *engagement* yang signifikan. Dengan penggunaan bahasa kasual, visual menarik, dan tren yang relevan, konten @lifeatsapx mampu memperkuat *employer branding* serta menciptakan hubungan emosional antara audiens dan perusahaan.

Kata Kunci: *Instagram, Konten Digital, Lifeatsapx, AISAS, Employer Branding.*

PRAKATA

Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan nikmat, kesehatan, serta kesempatan yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan lancar. Shalawat dan salam juga penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri teladan dalam menjalani kehidupan. Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada keluarga tercinta atas doa, semangat, dan dukungan yang tidak pernah putus selama proses penyusunan laporan ini berlangsung.

Tugas Akhir ini disusun sebagai bentuk pemenuhan salah satu syarat kelulusan pada Program Studi Periklanan, Jurusan Komunikasi, Politeknik Negeri Media Kreatif. Melalui karya ini, penulis juga berharap dapat memperoleh gelar Ahli Madya Ilmu Komunikasi (A.Md.I.Kom) pada jenjang pendidikan Diploma 3 (D3). Dalam pelaksanaan proyek ini, penulis berperan sebagai Social Media Specialist yang bertanggung jawab dalam pengelolaan dan pembuatan konten media sosial milik PT Satria Antarana Prima Tbk (SAPX Express).

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan ini tidak mungkin tercapai tanpa bantuan, arahan, dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan ucapan terima kasih yang tulus, penulis menyampaikan apresiasi sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif sekaligus Dosen Pembimbing 1 Tugas Akhir.
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. Kom Sekretaris Program Studi Periklanan.
9. Khoirun Nisa', S.Pd.,M.Si Dosen pembimbing 2 Tugas Akhir.

10. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
11. Keluarga penulis yang senantiasa memberikan doa dan semangat sehingga Praktik Industri dapat dilaksanakan dengan langsung.
12. Para team Marketing Komunikasi dan Retail yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis (Pak Andi, Kak Kika, Kak Pandy, Kak Mario, Kak Arif, Kak Dodo dan Kak Anggi).
13. Teman-teman mahasiswa seperjuangan prodi Periklanan dan seluruh prodi di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
14. Bagi semua pihak yang telah membantu yang tidak bisa disebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa hormat.

Jakarta, 30 Juni 2025

Penulis,



Afrida Maylita

NIM: 2270404004

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	2
C. Batasan Masalah	2
D. Rumusan Masalah	2
E. Tujuan Penulisan	3
F. Manfaat Penulisan	3
1. Manfaat Bagi Penulis	3
2. Manfaat Bagi Politeknik Negeri Media Kreatif	3
3. Bagi Masyarakat	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Komunikasi Pemasaran	5
1. Komunikasi Pemasaran	5
2. Tujuan Komunikasi Pemasaran	6
B. Media Sosial	6
C. Instagram	7
D. Konten	9
E. STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>)	10
F. AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i>)	11
1. <i>Attention</i> (Perhatian)	11
2. <i>Interest</i> (Minat)	11

3. <i>Search</i> (Pencarian)	11
4. <i>Action</i> (Tindakan).....	12
5. <i>Share</i> (Berbagi)	12
G. <i>Employer Branding</i>	12
H. <i>KPI (Key Performance Indicator)</i>	13
BAB III METODE PELAKSANAAN	14
A. Objek Penulisan	14
1. Profil Industri	14
2. Alamat Institusi	14
3. Visi dan Misi Institusi	14
4. Logo Institusi.....	15
5. Struktur Organisasi.....	15
B. Teknik Pengumpulan Data.....	18
C. Langkah Kerja.....	20
1. Pra-Produksi (Persiapan).....	20
2. Produksi (Pelaksanaan)	20
3. Pasca-Produksi (Evaluasi).....	20
D. Ruang Lingkup.....	21
1. Peran Penulis	21
BAB IV PEMBAHASAN.....	23
A. Gambaran Umum.....	23
1. Gambaran Umum Permasalahan	23
2. Gambaran Umum Pekerjaan	24
C. Proses Pembuatan Konten.....	26
1. Alur Kerja.....	26
D. Hasil Kerja	28
1. Konten <i>Feeds</i> Instagram.....	29
2. Konten <i>Reels</i> Instagram “Intern lega, officer pusing”	29
3. Konten <i>Reels</i> Instagram “Persiapan menjelang lebaran ala pegawai SAPX Express”	30
4. Konten <i>Reels</i> Instagram “Apa itu MoM? Minutes of Meeting”	31
5. Konten <i>Reels</i> Instagram “POV: Dikejar deadline konten tapi pada sibuk semua”.....	32
6. Konten <i>Reels</i> Instagram “POV; Karyawan setiap jam 17.30”	33
E. Penerapan AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i>)	34

F. Analisis Instagram lifeatsapx periode September 2024 – Januari 2025	37
G. Analisis Instagram lifeatsapx periode Februari – Juni 2025.....	38
BAB V PENUTUP.....	42
A. Simpulan	42
B. Saran	42
1. Saran untuk Penulis	42
2. Saran untuk Politeknik Negeri Media Kreatif.....	43
3. Saran untuk Masyarakat	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN.....	47

DAFTAR TABEL

Table 1 Analisis AISAS Instagram @lifeatsapx.....	35
Table 2 Analisis Performa Instagram @lifeatsapx	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Alamat SAPX.....	14
Gambar 2 Logo SAPX	15
Gambar 3 Struktur Perusahaan SAPX	16
Gambar 4 Konten Feeds Instagram @lifeatsapx	29
Gambar 5 Konten Feeds Instagram @lifeatsapx	30
Gambar 6 Konten Feeds Instagram @lifeatsapx	31
Gambar 7 Konten Feeds Instagram @lifeatsapx	32
Gambar 8 Konten Feeds Instagram @lifeatsapx	32
Gambar 9 Konten <i>Feeds</i> Instagram @lifeatsapx	33
Gambar 10 Konten Instagram @lifeatsapx Maret 2024	38
Gambar 11 Konten Instagram @lifeatsapx Maret 2024	39
Gambar 12 Konten Instagram @lifeatsapx Maret 2024	39

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWAPROGRAM STUDI PERIKLANAN, JURUSAN KOMUNIKASI POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF	47
SALINAN LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR	50
REKAP TRANSKIP WAWANCARA.....	52
SURAT KETERANGAN PRAKTIK INDUSTRI	54
DOKUMENTASI FOTO KEGIATAN TERKAIT TUGAS AKHIR	55
LEMBAR HASIL CEK PLAGIARISME	57
SERTIFIKAT KOMPETENSI.....	58