

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL
INTAGRAM @GTAG.ID OLEH ANDALASIA CREATIVE
UNTUK MENINGKATKAN *AWARENESS*
PERIODE FEBRUARI - APRIL 2025

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar (A.Md) Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

IHSAN ABDURROZAK

NIM : 2270404051

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA

2025

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL
INTAGRAM @GTAG.ID OLEH ANDALASIA CREATIVE
UNTUK MENINGKATKAN *AWARENESS*
PERIODE FEBRUARI - APRIL 2025

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar (A.Md) Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

IHSAN ABDURROZAK

NIM : 2270404051

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Media Sosial Instagram @gtag.id
Oleh Andaliasia Creative Untuk Meningkatkan
Awareness Periode Februari - April 2025
Penulis : Ihsan Abdurrozak
NIM : 2270404051
Progam Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir Telah dipertanggung jawabkan dihadapan Tim Penguji Tugas Akhir
DI kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari ~~Selasa~~, Tanggal 22 Juli 2025

Disahkan Oleh
Ketua Penguji


Rizky Kertanegara, S.S., M.Si
NUPTK. 9447761662131482

Anggota 1


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

Anggota 2


Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB
NIDN. 070450023

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi


Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Ihsan Abdurrozak
NIM : 2270404051
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta....., 1 Juli 2025.....

Pembimbing 1



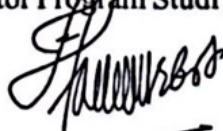
Sartika Ekadyasa, M.I.Kom.
NIP. 198812222020122006

Pembimbing 2



Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB
NIDN. 070450023.

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	: Ihsan Abdurrozak
NIM	: 2270404051
Program Studi	: periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

**PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INTAGRAM @GTAG.ID
OLEH ANDALASIA CREATIVE
UNTUK MENINGKATKAN *AWARENESS*
PERIODE FEBRUARI - APRIL 2025**

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 sebenarnya.

Jakarta, 11-Juli-2025

Yang menyatakan,



10.000

Ihsan Abdurrozak

NIM:2270404051

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Ihsan Abdurrozak
NIM : 2270404051
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

demikian 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 INSTAGRAM @GTAG.ID
OLEH ANDALASIA CREATIVE UNTUK MENINGKATKAN AWARENESS
PERIODE FEBRUARI - APRIL 2025**

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 Juli2025

Yang menyatakan,

Nama Ihsan Abdurrozak

NIM: 2270404051

ABSTRACT

Instagram stands as one of Indonesia's most widely utilized social media platforms, playing a pivotal role in boosting account awareness. Guerilla Tactical Game (G-TAG), an innovative new guerrilla warfare simulation game employing MILES laser technology, leverages Instagram to connect with a broader audience. For this final project, the author functioned as a Social Media Specialist at Andalasia Creative Project, overseeing the design and management of the @gtag.id Instagram account's content. The content management approach was rooted in data gathered through observation, interviews, literature review, and online research. Both the STP (Segmenting, Targeting, Positioning) and AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) models were applied to craft engaging content that aligned with audience behavior. Content was developed across three core pillars: Promotional, Entertainment, and Educational. Between February 5 and April 23, 2025, the account demonstrated growth in followers (from 1,052 to 1,160) and audience interactions (from 473 to 5,490), underscoring the success of its structured and consistent content planning.

Keywords: Social Media, Instagram, Content, Awareness, G-TAG

ABSTRAK

Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, memegang peran penting dalam meningkatkan kesadaran akun. Guerilla Tactical Game (G-TAG), sebuah permainan simulasi perang gerilya inovatif yang menggunakan teknologi laser MILES, memanfaatkan Instagram untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam tugas akhir ini, penulis bertindak sebagai *Social Media Specialist* di Andalasia Creative Project, dengan tanggung jawab merancang dan mengelola konten akun Instagram @gtag.id. Pendekatan pengelolaan konten didasarkan pada data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, tinjauan pustaka, dan riset daring. Model STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) dan AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) diterapkan untuk mengembangkan konten yang menarik dan selaras dengan perilaku audiens. Konten dibuat di bawah tiga pilar utama: Promosi, Hiburan, dan Edukasi. Selama periode 5 Februari hingga 23 April 2025, akun tersebut menunjukkan pertumbuhan pengikut (dari 1.052 menjadi 1.160) serta peningkatan interaksi audiens (dari 473 menjadi 5.490), yang membuktikan keberhasilan perencanaan konten yang terstruktur dan konsisten.

Kata kunci: Media Sosial, Instagram, Konten, kesadaran, G-TAG

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 specialist yang telah membuat konten kreatif pada media sosial Instagram G-TAG. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul “Perancangan Konten Kreatif

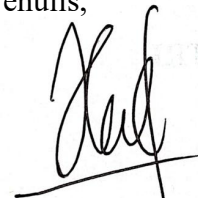
Pada Instagram G-TAG Untuk Meningkatkan *Awareness* dengan Audiens. Laporan TA ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

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 selaku Sekretaris Program Studi Periklanan serta Dosen Pembimbing I dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir;
7. Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB selaku Dosen Pembimbing II dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir;
8. Seluruh dosen dan tenaga pendidikan, beserta civitas Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah membantu, melayani dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Media Kreatif;

9. P. Damara Putra selaku General Manager di Andalusia Creative Project yang telah memberikan project ini kepada penulis untuk tugas akhir;
10. Ummi, Ayah, teteh, kakak, ade, embah, tante yang selalu memberikan dukungan moral dan material serta senantiasa mendoakan kelancaran penulis dalam menyelesaikan kegiatan perkuliahan dan penyusunan laporan tugas akhir;
11. Iyan, Anis, Hilmi, Lauren, Rayhan, Anita (IYB) Ini Yang Bener selaku sahabat sekaligus keluarga kedua penulis yang telah merangkul dan membantu penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta;
12. Putra, Nesa, Sisi, Amel, Lulu, Khalisah, Kiting, Cina, Keysha, Risya, Eriks selaku rekan dalam organisasi mahasiswa PoliMedia Jakarta yang telah memberikan pengalaman kepada penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta;
13. Teman-teman kelas B dan angkatan 2022 Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama-sama selama 3 tahun;
14. Mas Reynaldo, Ka Gracia, Mas Banni, Opang, dan Mas Fajar yang telah memberikan pembelajaran selama masa praktik industri di Andalusia Creative Project;
15. Lomba Sihir, Hindia, .Feast, Reality Club yang telah menemani penulis dalam Pembuatan tugas akhir ini.

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

Jakarta, 25 Juni 2024
Penulis,



Ihsan Abdurrozaq
NIM 2270404051

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penulisan	4
F. Manfaat Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Komunikasi pemasaran.....	7
B. <i>Social Media Marketing</i>	8
C. Strategi Perencanaan.....	9
D. Media Sosial.....	12
E. <i>Content Plan</i>	15
F. <i>Awareness</i>	17
G. <i>Social Media Specialist</i>	18

BAB III METODE PELAKSANAAN.....	20
A. Data Perusahaan.....	20
B. Teknik Pengumpulan Data.....	25
C. Ruang Lingkup	27
D. Langkah Kerja.....	28
BAB IV PEMBAHASAN.....	33
A. Gambaran Umum	33
B. Perancangan Konten	38
C. Hasil Performa Akun @gtag.id	71
BAB V PENUTUP.....	80
A. Simpulan.....	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kompetitor Sejenis.....	2
Tabel 2 Analisis SWOT Instagram @gtag.id.....	40
Tabel 3 Proses Alur Kerja.....	42
Tabel 4 AISAS Content Pillar Promotion.....	56
Tabel 5 AISAS Content Pillar Entertainment	62
Tabel 6 AISAS Content Pillar Education.....	67
Tabel 7 Perbandingan Konten.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Perusahaan	20
Gambar 2 Struktur Perusahaan.....	22
Gambar 3 Klien Perusahaan.....	25
Gambar 4 Langkah Kerja.....	29
Gambar 5 Instagram @gtag.id	34
Gambar 6 Instagram kompetitor	35
Gambar 7 <i>Feeds</i> Instagram @gtag.id.....	36
Gambar 8 <i>Feeds</i> Instagram @gtag.id periode 25 Desember 2024 – 4 Januari 2025	37
Gambar 9 Referensi Konten dari Instagram @gokartavenue	43
Gambar 10 <i>Content Plan G-Tag</i>	45
Gambar 11 <i>Content Pillar G-Tag</i>	46
Gambar 12 Pengecekan Klien.....	48
Gambar 13 Revisi Konten G-Tag	50
Gambar 14 Konten yang Sudah ACC	51
Gambar 15 Konten Diunggah	52
Gambar 16 Monitoring Konten.....	53
Gambar 17 Jumlah <i>Followers</i> Sesudah Dikelola Penulis	72
Gambar 18 Performa Demografi Instagram @gtag.id.....	73
Gambar 19 Performa Geografis Instagram @gtag.id.....	74
Gambar 20 Jumlah Tayangan Bulan November 2024 -Februari 2025	75
Gambar 21 Jumlah Tayangan Bulan Februari-April 2025.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa.....	86
Lampiran 2 Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing I.....	88
Lampiran 3 Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing II	89
Lampiran 4 Transkrip Wawancara.....	90
Lampiran 5 Surat Keterangan Praktik Industri	93
Lampiran 6 Dokumentasi dengan Pembimbing.....	94
Lampiran 7 Dokumentasi Sidang.....	95
Lampiran 8 Dokumentasi Kegiatan Praktik Industri	96
Lampiran 9 Sertifikat Uji Kompetensi.....	97
Lampiran 10 Lembar Hasil Cek Plagiarisme	98