

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN KONTEN EDUKASI PADA AKUN INSTAGRAM @YHKFOUNDATION UNTUK MEINGKATKAN *BRAND* *AWARENESS* YAYASAN HARAPAN KITA

Diajukan sebagai salah satu Persyaratan untuk
memperoleh Gelar Ahli Madya



Disusun oleh:

FADMA AZAHRA TALIB

NIM: 2270404037

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Edukatif Pada Akun
@yhkfoundation Sebagai Strategi Peningkatan
Brans Awareness Yayasan Harapan Kita

Penulis : Fadma Azahra Talib

NIM : 2270404037

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus
Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, Tanggal 16 Juli 2021

Mengetahui,

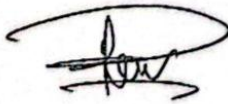
Ketua Penguji



Suratni, S.S., M.Hum

NIP. 198310242009122002

Penguji Ahli



Pahala Basuki M.I.Kom

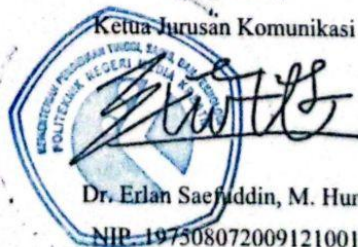
Moderator



Firda Nida Fauziyyah, S.I.Kom

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefuddin, M. Hum

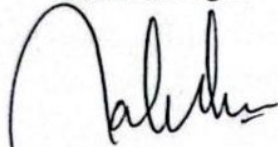
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul : Pembuatan Konten Edukasi Pada Akun Instagram
@yhkfoundation Sebagai Peningkatan *Brand Awareness* Yayasan Harapan Kita
Penulis : Fadma Azahra Talib
NIM : 2270404037
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 18 Juni 2025

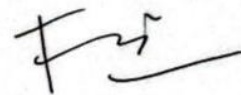
Pembimbing 1



Nurul Amalia M. Med. Kom.

NIP. 199102282019032015

Pembimbing 2



Firda Nida Fauziyyah, S.I. Kom

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 : Fadma azahra Talib
NIM : 2270404037
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Pembuatan Konten Edukasi Pada Akun Instagram @Yhkfoundation Sebagai Strategi Peningkatan *Brand Awareness* Yayasan Harapan Kita **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



10000
METERAI
TEMPEL
9682AAMX337082885

Fadma azahra Talib

NIM: 2270404037

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Fadma azahra Talib
NIM : 2270404037
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 Edukasi Pada Akun Instagram @Yhkfoundation Sebagai Strategi Peningkatan *Brand Awareness* Yayasan Harapan Kita”

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, 20 Juni 2025

Yang menyatakan,



Fadma azahra Talib

NIM: 227040403

ABSTRACT

Social media has become a crucial tool in building communication between institutions and the public, especially for Yayasan Harapan Kita in reaching its target audience effectively. The foundation faces the challenge of low brand awareness among Millennials and Gen Z. Through the development of educational content strategies on the Instagram account @yhkfoundation, content planning was carried out based on the AISAS model (Attention, Interest, Search, Action, Share) and the STP approach (Segmenting, Targeting, Positioning). The resulting content had a positive impact on building brand awareness as it was more relevant, informative, and aligned with the foundation's image. In addition to increasing brand awareness, the implemented content strategy also contributed to the formation of brand recognition. Thus, the digital-based educational content strategy proved to be effective in significantly and measurably increasing the brand awareness of Yayasan Harapan Kita.

Keywords: *Instagram, educational content, brand awareness, AISAS, STP*

ABSTRAK

Media sosial telah menjadi alat penting dalam membangun komunikasi antara lembaga dan masyarakat, terutama bagi Yayasan Harapan Kita yang ingin menjangkau target audiens secara efektif. Yayasan Harapan Kita menghadapi tantangan rendahnya *brand awareness* di kalangan Generasi milenial dan Gen Z. Melalui strategi pembuatan konten edukatif di akun Instagram @yhkfoundation, pembuatan strategi konten berdasarkan teori AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) dan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*). Konten yang dihasilkan memberikan dampak positif dalam membangun *brand awareness* karena lebih relevan, informatif, dan sesuai dengan citra yayasan. Tidak hanya meningkatkan kesadaran merek, strategi konten yang diterapkan juga turut mendorong terbentuknya *brand recognition*. Dengan demikian, strategi konten edukatif berbasis digital terbukti efektif dalam meningkatkan *brand awareness* Yayasan Harapan Kita secara nyata dan terukur.

Kata Kunci: *Instagram, konten edukatif, brand awareness, AISAS, STP*

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 dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam Tugas Akhir ini, penulis berperan sebagai Social Media Specialist di Yayasan Harapan Kita. Tugas Akhir ini, penulis beri judul “PEMBUATAN KONTEN EDUKATIF PADA AKUN INSTAGRAM @yhkfoundation SEBAGAI STRATEGI *REBRANDING* YAYASAN HARAPAN KITA”.

Laporan Tugas Akhir 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, SE., 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 Saefruddin, M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi.
4. R. Sulistyowibowo, M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom, Sekretaris Jurusan Periklanan
7. Nurul Amalia S.I.Kom., M.Med.Kom. selaku Dosen Pembimbing 1 (satu) tugas akhir.
8. Firda Nida Fauziyyah, S.I.Kom selaku Dosen Pembimbing 2 (dua) tugas akhir.
9. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan.
10. Kak Shabira Ghalda selaku Tim Kreatif dan sebagai mentor di Yayasan Harapan Kita
11. Karyawan dan Staff di Yayasan Harapan Kita.

12. Keluarga penulis yang senantiasa selalu mendukung penulis, terutama mas Fikar dan kak Phebira yang senantiasa mendengarkan keluhan penulis sampai dini hari.
13. Alka Sakti Akbar, yang selalu memberikan dukungan selama proses penyusunan karya ini bersama Playlist spotify saya, yang selalu setia menemani apapun kondisi penulis.
14. Keempat sahabat penulis (sada, alia, novia, dan aulia). Juga Anindy Shafa, yang telah menjadi teman seperjuangan dalam menyusun tugas akhir ini. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta kesediaan berbagi semangat dan keluh kesah selama proses ini.
15. Dan seluruh teman Studi Periklanan angkatan 13 yang telah berjuang bersama selama tiga tahun mengemban ilmu di Polimedia.

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

Jakarta, 18 Juni 2025

Penulis,



Fadma Azahra Talib

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRACT	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
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	6
B. Komunikasi Pemasaran.....	6
C. <i>Brand</i>	7
D. Media Sosial.....	10
E. Instagram.....	10
F. Strategi Konten	12
G. STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>)	14
H. AISAS	15
BAB III METODEPELAKSANAAN.....	17
A. Data Perusahaan.....	17
B. Informasi Umum Perusahaan.....	19

C. Struktur Perusahaan	20
D. Jenis dan Pendekatan Kegiatan.....	20
E. Teknik Pengumpulan Data	20
F. Ruang Lingkup	22
G. Langkah Kerja.....	24
BAB IV PEMBAHASAN.....	27
A. Gambaran Umum.....	27
B. Analisis STP Instagram @yhkfoundation.....	30
C. Strategi Konten yang Relevan dengan <i>Target Audience</i>	30
D. Penerapan AISAS	35
E. Analisis Peningkatan <i>Brand Awareness</i>	38
BAB V PENUTUP.....	44
A. Kesimpulan	44
B. Saran	45
DAFTAR PUSTAKA.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Piramid Kesadaran Merek	8
Gambar 2. Logo Yayasan Harapan Kita	17
Gambar 3 Struktur Yayasan Harapan Kita.....	20
Gambar 4. Langkah Kerja Yayasan Harapan Kita.....	24
Gambar 5. Logo Yayasan Harapan Kita	27
Gambar 6. Profile Instagram Yayasan Harapan Kita.....	28
Gambar 7. Profile Instagram Yayasan Harapan Kita.....	29
Gambar 8. Content Plan Yayasan Harapan Kita.....	34
Gambar 9. Carousel Instagram @Yhkfoundation.....	36
Gambar 10. Carousel Instagram @Yhkfoundation.....	36
Gambar 11. Carousel Instagram @Yhkfoundation.....	37
Gambar 12. Carousel Dan Reels Instagram @Yhkfoundation	37
Gambar 13. Insight Postingan @Yhkfoundation	38
Gambar 14. Instagram Insight @Yhkfoundation.....	42

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbandingan Konten.....	39
-----------------------------------	----