

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERENCANAAN KONTEN PADA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @HAY.U_RJC UNTUK MENINGKATKAN
***BRAND AWARENESS* PERIODE MARET – MEI 2025**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh:

MUHAMMAD RAFIE FUADI

NIM: 2270404074

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perencanaan Konten pada Media Sosial Instagram
@hay.u_rjc untuk Meningkatkan *Brand Awareness*
Periode Maret – Mei 2025

Penulis : Muhammad Rafie Fuadi

NIM 2270404074

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 18 juli tahun 2025.

Disahkan Oleh:

Ketua Penguji



Ifah Atur Kurniati., M.I.Kom

NIP. 198505182020122009

Anggota 1



Sartika Ekadyasa., M.I.Kom

NIP. 198812222020122006

Anggota 2



Seno Pramuadji., S.Sos

NUP. 0704050027

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefuddin., M.Hum

NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perencanaan Konten pada Media Sosial Instagram
@hay.u_rjc untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Periode
Maret – Mei 2025

Nama : Muhammad Rafie Fuadi

NIM : 2270404074

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2024/2025

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta pada 1 Juli tahun 2025

Pembimbing 1



Nurul Akmalia., S.I.Kom., M.Med.Kom

NIP. 199102282019032015

Pembimbing 2



Seno Pramuadji., S.Sos

NUP. 0704050027

Mengetahui

Koor. Program Studi Periklanan



Zaenab., S.S., M.Si

NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIRISME

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIRISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Muhammad Rafie Fuadi
NIM	: 2270404074
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2024/2025

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Perencanaan Konten pada Media Sosial Instagram @hay.u_rjc untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Periode Maret – Mei 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 sebenar-benarnya.

Jakarta, 1 Juli 2025

Yang menyatakan,

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp featuring a Garuda bird and a signature. The stamp is pink and yellow, with the text "10000" and "METERAI TEMBAK" visible. The signature is in black ink.

Muhammad Rafie Fuadi

NIM: 2270404074

PERNYATAAN PULIKASI ILMIAH

PERNYATAAN PULIKASI ILMIAH

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

Nama : Muhamad Rafie Fuadi
NIM : 2270404074
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:

Perencanaan Konten pada Media Sosial Instagram @hay.u_rjc untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Periode Maret – Mei 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 sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 1 Juli 2025

Yang menyatakan,



Muhamad Rafie Fuadi

NIM: 2270404074

ABSTRAK

Hay.u is a business engaged in the field of food and beverage that claims itself as a street stall with five-star flavors. In managing social media, Hay.u has challenges and obstacles such as unstructured conten planning, inconsistent content posting, and lack of creative human resources to make Instagram account posts. Hay.u decided to work with Naramate Digital, to be able to determine the right conten planning and structure. The author's role as a social media specialist is responsible for planning and managing content on the @hay.u_rjc. Instagram account. The methods used for conten planning are STP analysis (Segmenting, Targeting, Positioning), SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), and AISA analysis (Attention, Interest, Search, Action, Share). With the application of analysis, it is expected to increase Brand Awareness of the @hay.u_rjc Instagram account.

Keywords: Conten planning, Social Media, Brand Awareness, Hay.u, Instagram.

Hay.u adalah sebuah usaha yang bergerak pada bidang *food and beverage* yang mengklaim dirinya sebagai kedai kaki lima dengan cita rasa bintang lima. Dalam mengelola media sosial, Hay.u memiliki tantangan dan kendala seperti perencanaan konten yang tidak terstruktur, pemostingan konten belum konsisten, dan kurangnya sumber daya manusia kreatif untuk membuat postingan akun Instagram. Hay.u memutuskan bekerja sama dengan Naramate Digital, untuk dapat menentukan perencanaan konten yang tepat dan struktur. Peran penulis sebagai *social media specialist* bertanggung jawab dalam merencanakan dan mengelola konten pada akun Instagram @hay.u_rjc.. Metode yang dipakai untuk perencanaan konten berupa analisis STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*), analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), dan analisis AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Dengan penerapan analisis tersebut, diharapkan dapat meningkatkan *Brand Awareness* akun Instagram @hay.u_rjc.

Kata Kunci: Perencanaan Konten, Media Sosial, *Brand Awareness*, Hay.u, Instagram.

PRAKATA

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah Tuhan Yang Maha Esa, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Penulis juga memberikan ucapan terima kasih kepada keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis. Tujuan dari penulisan tugas akhir adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dari pendidikan Diploma 3/Sarjana Terapan Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta. Adapun judul tugas akhir ini adalah “Perencanaan Konten Pada Media Sosial Instagram @hay.u_rjc Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Periode Maret – Mei 2025”.

Dalam tugas akhir ini peran penulis adalah sebagai *Social media specialist* yang bertugas dalam mengelola media sosial, membuat konten pada media sosial @hay.u_rjc, dan memberikan laporan media sosial milik @hay.u_rjc.

Laporan Tugas Akhir ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan bimbingan dari orang-orang yang selalu ada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis 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, S.S., M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi.
4. Sulistyo Wibowo, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom., Sekretaris Program Studi Periklanan.
7. Nurul Akmalia, M.Med.Kom., Dosen pembimbing ke-satu.
8. Seno Pramudji, S.Sos Dosen pembimbing ke-dua.
9. Seluruh dosen dan tenaga pendidik, beserta civitas politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang membantu, melayani, dan memberikan pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

10. Orang tua dan keluarga penulis yang telah membantu dan mendukung penuh penulis dalam berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif.
11. Seluruh teman-teman prodi periklanan angkatan 2022 yang telah membantu penulis selama masa kuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
12. Mas Zakiy dan Mas Ade, selaku Co-founder Naramate Digital yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan praktik industri di Naramate Digital dan memberikan banyak wawasan dalam dunia kerja.
13. Seluruh rekan-rekan kerja Naramate Digital yang telah memberikan penulis ilmu dan bimbingan selama melakukan praktik.

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

Jakarta, 30 Juni 2025

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rafie', is placed within a light gray rectangular box.

Muhammad Rafie Fuadi

NIM.2270404074

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIRISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH.....	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penulisan Tugas Akhir.....	5
F. Manfaat Penulisan Tugas Akhir.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Komunikasi.....	5
B. <i>Brand Awareness</i>	5
C. Media Sosial	7
1. Karakteristik Media Sosial.....	7
D. Instagram	9
1. Fitur Instagram.....	9
E. <i>Key Performance Indicators Social media</i>	10
F. Produksi Konten.....	12
1. <i>Conten Pillar</i>	12
2. <i>Conten Plan</i>	13
G. Teori <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> (STP).....	14
H. Teori AISAS	16
1. Model AISAS	17

I. Teori SWOT.....	18
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	20
A. Objek Penulisan.....	20
1. Profile Perusahaan	20
2. Target Konsumen.....	21
3. Alamat Perusahaan	21
4. Produk.....	21
B. Teknik Pengumpulan Data	22
1. Observasi	23
2. Studi Pustaka.....	23
3. Wawancara.....	24
C. Ruang Lingkup	24
1. Peran Penulis.....	24
2. Kategori Karya.....	25
3. Ide Kreatif.....	25
4. Langkah Kerja.....	25
BAB IV PEMBAHASAN.....	28
A. Gambaran Umum Permasalahan	28
B. Proses Perencanaan Konten	29
1. Analisis Situasi	29
C. Proses Pembuatan	30
1. Pra-produksi.....	30
2. Produksi	36
3. Pasca-produksi	42
D. Hasil Kerja <i>Top Content</i>	45
1. Konten Pormosi <i>Reels</i> “Kedai Masakan Ala Resto”	45
2. Konten <i>Entertainment Reels</i> “Kamu Cari Apa?”	47
3. Konten promosi <i>Carousel</i> “Kedai Hay.u <i>Drinks & Eatery</i> ”	49
E. Penerapan AISAS	51
1. Konten <i>Reels</i> Instagram “Kedai Masakan Ala Resto” (14 Maret 2025) ...	53
2. Konten <i>Reels Instagram</i> “ Kamu Cari Apa?” (7 Mei 2025).....	56
F. Analisis <i>Brand Awareness</i>	57
BAB V PENUTUP.....	60
A. Kesimpulan.....	60

B. Saran	61
1. Saran untuk Penulis	61
2. Saran Untuk Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta	61
3. Saran untuk Masyarakat.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Table 1 Insight Konten Perbulan Hay.u	44
Table 2 Analisis Konten Kedai Masakan Ala Resto	51
Table 3 Analisis Konten Kamu Cari Apa?	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Pengguna Media Sosial di Indonesia.....	2
Gambar 2. Piramida Brand Awareness	6
Gambar 3. Analisis STP.....	15
Gambar 4. Model Aisas.....	17
Gambar 5. Logo Hay.u.....	20
Gambar 6. Langkah Kerja.....	26
Gambar 7. Akun Instagram @hay.u_rjc	28
Gambar 8. kondisi awal Konten Instagram @hay.u_rjc	29
Gambar 9. Targeting Hay.u.....	32
Gambar 10. Riset Konten	35
Gambar 11. Konten Feeds Promosi Hay.u Periode Maret – Mei.....	37
Gambar 12. Konten Feeds Informasi Hay.u Periode Maret – Mei	37
Gambar 13. Konten Hiburan Hay.u	38
Gambar 14. Konten Interaksi Hay.u	38
Gambar 15. <i>Conten plan</i> Hay.u	39
Gambar 16. Brief Konten	40
Gambar 17. Layout dan Caption Postingan	41
Gambar 18. Schedule Konten	42
Gambar 20. Laporan Media Sosial Instagram @hay.u_rjc.....	43
Gambar 21. Ide Konten Kedai Masakan Ala Resto	45
Gambar 22. Hasil Visual Konten Reels Kedai Masakan Ala Resto	46
Gambar 23. Performa konten Kedai Masakan Ala Resto	46
Gambar 24. Ide Konten Kamu Cari Apa?	47
Gambar 25. Hasil Visual Konten Reels Kamu Cari Apa?	48
Gambar 26. Performa Konten Kamu Cari Apa?	48
Gambar 27. Ide Konten Kedai Hay.u.....	49
Gambar 28. Hasil Visual Konten Carousel Kedai Hay.u.....	50
Gambar 29. Performa Konten Kedai Hay.u	50
Gambar 30. Konten Instagram Hay.u “Kedai Masakan Ala Resto”	54
Gambar 31. Konten Instagram Hay.u "Kamu Cari Apa?"	57
Gambar 32. Grafik Instagram Hay.u Periode Desember 2024 - Febuari 2025.....	58
Gambar 33. Grafik Instagram Hay.u Periode Maret – Mei 2025.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWA	65
LEMBAR PEMBIMBING TUGAS AKHIR	68
DOKUMEN PENDUKUNG PENYUSUNAN TUGAS AKHIR	70
SERTIFIKAT MAGANG INDUSTRI	71
BUKTI PEKERJAAN.....	72
DOKUMENTASI TUGAS AKHIR	73
LEMBAR HASIL CEK PLAGIARISME	74
SERTIFIKAT KOMPETENSI.....	75
DOKUMENTASI SIDANG TUGAS AKHIR	76