

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERENCANAAN KONTEN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*
@GRADISANDCO OLEH KARUNA KREATIV UNTUK
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PERIODE
FEBRUARI-APRIL 2025

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh :
UMI HASNA MARDIYAH
2270404118

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perencanaan Konten Media Sosial *Instagram @gradisandco*
Oleh Karuna Kreatif Untuk Membangun *Brand Awareness*
Periode Februari-April 2025
Penulis : Umi Hasna Mardiyah
NIM : 2270404118
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

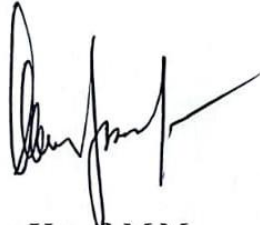
Tugas akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada 7 Juli 2025

Disahkan oleh:
Ketua Penguji



Rizky Kertanegara, S.S., M.Si.
NIP 198301152014041001

Anggota/Penguji 1



Omar Yusuf, M.M.
NUPN 9900979905

Anggota/Penguji 2



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

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



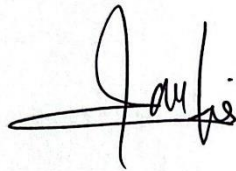
Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum.
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perencanaan Konten Media Sosial *Instagram @gradisandco*
Oleh Karuna Kreatif Untuk Membangun *Brand Awareness*
Periode Februari-April 2025
Penulis : Umi Hasna Mardiyah
NIM : 2270404118
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

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

Pembimbing 1



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

Pembimbing 2



Seno Pramudji
NIDN 0704050027

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si.
NIP 199211132019032025

**PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS
PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Umi Hasna Mardiyah
NIM : 2270404118
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2022/2023

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

**PERENCANAAN KONTEN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*
@GRADISANDCO OLEH KARUNA KREATIV UNTUK MEMBANGUN
BRAND AWARENESS PERIODE FEBRUARI-APRIL 2025**

adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 7 Juli 2025

Yang menyatakan,



Umi Hasna Mardiyah
NIM 2270404118

PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH

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

Nama : Umi Hasna Mardiyah
NIM : 2270404118
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 MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* @GRADISANDCO OLEH KARUNA KREATIV UNTUK MEMBANGUN BRAND AWARENESS PERIODE FEBRUARI-APRIL 2025

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif 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, 7 Juli 2025

Yang menyatakan,



Umi Hasna Mardiyah
NIM 2270404118

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Perencanaan Konten Media Sosial *Instagram @gradisandco*
Oleh Karuna Kreatif Untuk Membangun *Brand Awareness*
Periode Februari-April 2025
Penulis : Umi Hasna Mardiyah
Pembimbing I : Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom.
Pembimbing II : Seno Pramudji

Social media, especially Instagram, is now a strategic space for businesses to build awareness and connect with audiences on a more personal level. Gradis & Co, a coffee and eatery that was just established in late 2024, utilizes Instagram as a means of digital promotion. However, as a new brand, the @gradisandco account faces challenges in terms of content consistency, communication strategy, and low audience reach and interaction numbers. The writing of this final project aims to design an effective content plan (editorial plan) in building audience awareness through the Instagram platform. In this process, the author applies STP analysis and the AISAS model as a strategic approach to develop content that suits the character and behavior of the target audience. Through the editorial plan that has been created and executed, @gradisandco Instagram account shows a significant increase in terms of reach, impression, and follower growth. These results show that good content planning, coupled with the right distribution strategy, can have a positive impact in building new brand awareness on social media.

Keywords: *Instagram, Content Planning, Audience Awareness, Social Media Marketing, Gradis & Co*

Media sosial, khususnya *Instagram*, kini menjadi ruang strategis bagi pelaku bisnis untuk membangun *awareness* dan terhubung dengan *audience* secara lebih personal. Gradis & Co, sebuah *coffee and eatery* yang baru berdiri pada akhir 2024, memanfaatkan *Instagram* sebagai sarana promosi digital. Namun, sebagai *brand* baru, akun *@gradisandco* menghadapi tantangan dalam hal konsistensi publikasi konten, strategi komunikasi, serta rendahnya angka jangkauan dan interaksi *audience*. Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk merancang perencanaan konten (*editorial plan*) yang efektif dalam membangun kesadaran audiens melalui platform *Instagram*. Dalam proses ini, penulis menerapkan analisis STP dan model AISAS sebagai pendekatan strategis untuk menyusun konten yang sesuai dengan karakter dan perilaku target *audience*. Melalui *editorial plan* yang telah dibuat dan dieksekusi, akun *Instagram @gradisandco* menunjukkan peningkatan yang signifikan dari sisi *reach*, *impression*, dan pertumbuhan *followers*. Hasil ini menunjukkan bahwa perencanaan konten yang baik, ditambah dengan strategi publikasi yang tepat, mampu memberikan dampak positif dalam membangun *awareness audience* terhadap Gradis & Co di media sosial.

Kata Kunci: *Instagram, Perencanaan Konten, Kesadaran Audiens, Pemasaran Media Sosial, Gradis & Co*

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 Jurusan Komunikasi di Politeknik Negeri Media Kreatif dan meraih gelar A.Md.I.Kom (Ahli Madya Ilmu Komunikasi).

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *social media marketing* yang bertugas membuat *editorial plan* untuk restoran Gradis & Co. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan Tugas Akhir berjudul “Perencanaan Konten Media Sosial *Instagram @gradisaandco* Oleh Karuna Kreatif Untuk Membangun *Brand Awareness* Periode Februari-April 2025”.

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, 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. Raden Sulistyo Wibowo, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan
6. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing I dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir.
7. Seno Pramudji, selaku Dosen Pembimbing II dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir.
8. Ci Septry selaku mentor penulis di Karuna Kreatif dan tim Karuna lainnya yang telah membantu penulis selama Praktik Industri
9. Pak Imam Kurnia, Ibu Suwarni, Abang Syahid, Mba Lina, Mba Dyla, Mas Rory, Alesha, serta lainnya selaku keluarga penulis yang telah membantu menyemangati dan memfasilitasi segala sesuatu untuk *mood* penulis.
10. Teman-teman kuliah, yaitu Ipi, Alifa, Flavia, Friska, Najwa, Sifa, Talitha,

Ilham, Gerhan, Fariz, Ijal, dan lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

11. Dufan gang: Dinar dan Nindy yang telah menemani penulis jalan-jalan mencari inspirasi di Dufan.
12. Sephia dan teman-teman, serta saudara-saudara jauh penulis lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.
13. Tidak lupa kepada diri sendiri yang telah melewati rintangan yang bertubi-tubi entah dalam hal penulisan, pengerjaan, dan penyesuaian *mood*.

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

Jakarta, 20 Mei 2025
Penulis,



Umi Hasna Mardiyah
NIM 2270404118

DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH	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	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penulisan.....	6
F. Manfaat Penulisan	6
1. Manfaat untuk Penulis.....	6
2. Manfaat untuk Politeknik Negeri Media Kreatif.....	6
3. Manfaat untuk Masyarakat.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Komunikasi Pemasaran.....	8
1. Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	8
2. Konsep Dasar Komunikasi Pemasaran	8
3. Unsur-Unsur Komunikasi Pemasaran	10
B. Pemasaran Media Sosial	11
1. Pengertian Pemasaran Media Sosial	11
2. Strategi dan Implementasi <i>Social Media Marketing</i>	12
C. Media Sosial.....	13
1. Pengertian Media Sosial.....	13
2. <i>Instagram</i>	14
3. KPI Media Sosial (<i>Awareness</i>)	16
D. <i>Brand</i>	17
1. <i>Brand Awareness</i>	17
2. <i>Brand Identity</i>	18
E. Teori STP	18
1. <i>Segmenting</i>	19
2. <i>Targeting</i>	19
3. <i>Positioning</i>	19
F. Analisis SWOT	20
G. Konten Media Sosial	22
1. Definisi Konten Media Sosial	22

2. Jenis-Jenis Konten Media Sosial.....	22
3. Perencanaan Konten Media Sosial.....	23
H. <i>Content Pillar</i>	24
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	27
A. Data Perusahaan.....	27
1. Sejarah Perusahaan.....	27
2. Layanan Perusahaan.....	28
3. Struktur Perusahaan.....	29
B. Teknik Pengumpulan Data.....	32
1. Observasi.....	32
2. Studi Pustaka.....	33
3. Penelusuran Data Internet.....	33
C. Ruang Lingkup.....	34
1. Peran Penulis.....	34
2. Kategori Karya.....	34
3. Ide Kreatif.....	35
D. Langkah Kerja.....	35
1. Pra Produksi.....	36
2. Produksi.....	36
3. Pasca Produksi.....	37
BAB IV PEMBAHASAN.....	39
A. Gambaran Umum Permasalahan Gradis & Co.....	39
1. Analisis STP.....	40
2. Analisis SWOT.....	41
B. Proses Perencanaan.....	47
1. Pra Produksi.....	48
2. Produksi.....	49
3. Pasca Produksi.....	51
C. Hasil Karya <i>Editorial Plan</i>	53
D. Perencanaan Konten untuk Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>	56
E. <i>Social Media Metrics Performance</i>	66
1. Pertumbuhan <i>Awareness Akun Instagram</i>	66
2. Pertumbuhan <i>Awareness Content Instagram (Reach, Impression)</i>	68
3. Korelasi <i>Editorial plan</i> terhadap Kenaikan <i>Awareness</i>	69
BAB V PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Karuna Kreatif.....	27
Gambar 2 Layanan Karuna Kreatif	28
Gambar 3 Struktur Perusahaan Karuna Kreatif	29
Gambar 4 Langkah Kerja Karuna Kreatif	35
Gambar 5 Followers Awal <i>Instagram @gradisandco</i>	39
Gambar 6 Konten Awal <i>Instagram @gradisandco</i>	39
Gambar 7 Flow Chart Perencanaan Konten <i>Instagram @gradisandco</i>	47
Gambar 8 Minutes of Meeting Gradis & Co.....	48
Gambar 9 Meeting Editorial plan.....	49
Gambar 10 Pembuatan Editorial plan	50
Gambar 11 Revisi Editorial plan.....	50
Gambar 12 FA <i>Instagram @gradisandco</i>	51
Gambar 13 Konten <i>Instagram @gradisandco</i>	52
Gambar 14 Editorial plan Gradis & Co.....	53
Gambar 15 Bio dan Highlight <i>Instagram @gradisandco</i>	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1 SWOT Gradis & Co.....	42
Tabel 2 Tabel Perbandingan Akun <i>Instagram</i> Kompetitor.....	46
Tabel 3 Total Konten <i>Awareness</i>	56
Tabel 4 Contoh Konten <i>Awareness</i> Pada Editorial Plan Gradis & Co	58
Tabel 5 Overall Growth Account <i>Instagram @gradisandco</i>	66
Tabel 6 Overall Growth Content <i>Instagram @gradisandco</i>	68
Tabel 7 Top Konten Gradis & Co Setelah Penerapan Editorial plan Selama Bulan Februari – April 2025.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa (SKPI)	80
Lampiran 2 Lembar Pembimbing 1 Tugas Akhir	82
Lampiran 3 Lembar Pembimbing 2 Tugas Akhir	83
Lampiran 4 Sertifikat Praktik Industri	84
Lampiran 5 Dokumentasi Terkait Tugas Akhir	85
Lampiran 6 Dokumentasi Praktik Industri	86
Lampiran 7 Lembar Hasil Cek Plagiarisme	87
Lampiran 8 Dokumentasi Sidang Tugas Akhir.....	88