

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN KONTEN *FEEDS* DI AKUN INSTAGRAM *@hay.u_rjc* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun Oleh:

Hamam Abdullah

2270404048

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

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten *Feeds* di Akun Instagram *@hay.u_rjc* untuk Meningkatkan Brand Awareness

Penulis : Hamam Abdullah

NIM : 2270404048

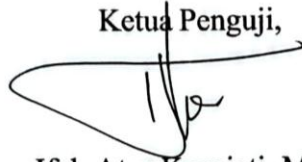
Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari 17 Juli 2025

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



Ifah Atur Kurniati, M.I.Kom.

NIP. 198505182020122009

Anggota 1



Dr. Ressa Uli Ptrissia, M.I.Kom., AMIPR

Anggota 2



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom.

NIP. 198812222020122006

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum

NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Hamam Abdullah
NIM : 2270404048
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

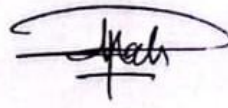
Ditandatangani di Jakarta, 30 Juni 2025

Pembimbing 1



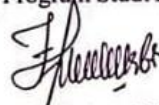
Zaenab, S.S., M.Si.
NIP. 199211132019032025

Pembimbing 2



Pahala Basuki, M.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 : Hamam Abdullah
NIM : 2270404048
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

PEMBUATAN KONTEN FEEDS DI AKUN INSTAGRAM @hay.u_rjc

UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS **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

Yang menyatakan,


Hamam Abdullah
NIM: 2270404048

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Hamam Abdullah
NIM : 2270404048
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non- exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PEMBUATAN KONTEN FEEDS DI INSTAGRAM @hay.u_rjc UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS 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, 30 Juni 2025

Yang menyatakan,


Hamam Abdullah
NIM. 2270404048

ABSTRAK

The development of digital technology has a significant impact on marketing strategies, including for micro, small, and medium enterprises (MSMEs). One strategy that is widely used is content marketing through social media. This study aims to determine the process of creating feed content on the Instagram account @hay.u_rjc as an effort to increase brand awareness. The methods used in this final project are observation, interviews, and literature studies, with the object of research being the MSME Hay.u which is engaged in the culinary field and is located in Bojonggede. The author as a content creator at Naramate Digital Creative Agency is responsible for the production of feed content, from the pre-production, production, to post-production stages. The results of this activity show a significant increase in various aspects, such as the growth in the number of followers, reach, and interaction on the Hay.u Instagram account. By applying STP (Segmenting, Targeting, Positioning) analysis, the AISAS model, and a structured visual design approach, the resulting content becomes more effective in reaching audiences and forming brand identity. This study concludes that creating feed content consistently and in a planned manner can increase brand awareness gradually and sustainably.

Keywords : *content marketing, Instagram, UMKM, brand awareness, creative content*

Perkembangan teknologi digital memberikan dampak signifikan terhadap strategi pemasaran, termasuk bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Salah satu strategi yang banyak digunakan adalah *content marketing* melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pembuatan konten *feeds* pada akun Instagram @hay.u_rjc sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*. Metode yang digunakan dalam tugas akhir ini adalah observasi, wawancara, dan studi pustaka, dengan objek penelitian UMKM Hay.u yang bergerak di bidang kuliner dan berlokasi di Bojonggede. Penulis sebagai *content creator* di Naramate Digital Creative Agency bertanggung jawab atas produksi konten *feeds*, mulai dari tahapan pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam berbagai aspek, seperti pertumbuhan jumlah pengikut, jangkauan, dan interaksi pada akun Instagram Hay.u. Dengan menerapkan analisis STP (Segmentasi, Targeting, Positioning), model AISAS, serta pendekatan desain visual yang terstruktur, konten yang dihasilkan menjadi lebih efektif dalam menjangkau audiens dan membentuk identitas merek. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pembuatan konten *feeds* secara konsisten dan terencana dapat meningkatkan *brand awareness* secara bertahap dan berkelanjutan.

Kata kunci : *content marketing, Instagram, UMKM, brand awareness, konten kreatif*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan laporan Tugas Akhir sebagai syarat kewajiban bagi untuk lulus dari Program Studi Periklanan Jurusan Komunikasi Politeknik Negeri Media Kreatif.

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. Sulistyo Wibowo, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S., M.Si., Sebagai Kordinator Program Studi Periklanan sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan membantu penulis dalam mengerjakan Laporan Tugas Akhir ini.
6. Sartika Ekadyasa, M.Ikom., Sebagai Sekretaris Program Studi Periklanan
7. Pahala Basuki, M.I.Kom., Sebagai Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan membantu penulis dalam mengerjakan Laporan Tugas Akhir ini
8. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani, membantu dan memberikan ilmu pengetahuan selama penulis menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

9. Naramate Digital yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan praktik industri selama kurang lebih 4 bulan serta memberikan ilmu pengetahuan selama praktik industri.
10. Abdullah Zakiy, A.Md.Ds., Sebagai Pembimbing Industri sekaligus mentor dalam group mentoring di UKM LDK IMIP yang telah memberikan kesempatan melakukan praktik industri di Naramate Digital.
11. Rekan-rekan Naramate Digital yang telah berjuang bersama selama 4 bulan dalam pelaksanaan praktik industri.
12. Orang tua dan keluarga penulis yang telah membantu dan mendukung penuh penulis dalam berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif.
13. Sahabat dan teman-teman penulis yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam berkuliah serta mengerjakan laporan tugas akhir ini.
14. Seluruh teman-teman prodi periklanan PoliMedia yang telah berjuang bersama selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta serta membantu dan memberikan semangat dalam pengerjaan laporan tugas akhir ini.
15. Seluruh teman-teman UKM LDK IMIP yang telah membantu dan merangkul penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
16. Band The Panturas atas lagu-lagunya yang telah membuat penulis menjadi lebih semangat dalam mengerjakan tugas akhir ini.

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

Jakarta, 07 Juli 2025



Hamam Abdullah

NIM. 2270404048

DATAR 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
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DATAR 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	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penulisan Tugas Akhir	5
F. Manfaat Penulisan Tugas Akhir	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Komunikasi Visual	7
B. Media Sosial	8
C. Instagram	9
D. Konten Kreatif	10
E. Brand	12
F. Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, dan Positioning)	13
G. Model AISAS	15
BAB III METODE PELAKSANAAN	18
A. Profil Perusahaan	18
B. Teknik Pengumpulan Data	20

C. Ruang Lingkup.....	21
D. Langkah Kerja.....	23
BAB IV PEMBAHASAN.....	25
A. Gambaran Umum.....	25
B. Langkah Kerja.....	27
C. Hasil Pekerjaan	35
D. Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning)	38
E. Analisis AISAS	39
F. Analisis <i>Awareness</i>	47
G. Analisis Sebelum dan Sesudah ditangani Penulis.....	50
BAB V PENUTUP.....	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Hay.u Sumber : Data Penulis	18
Gambar 2 Content Plan	28
Gambar 3 Hasil Pemotretan	30
Gambar 4 Membuka Canva	30
Gambar 5 Membuat Artboard	31
Gambar 6 Memasukan Warna.....	31
Gambar 7 Layouting	32
Gambar 8 Memasukan Gambar dan Grafis Pendukung.....	32
Gambar 9 Menyimpan Gambar.....	33
Gambar 10 Review Hasil	33
Gambar 11 Mengunggah ke Dalam Google Drive	34
Gambar 12 Hasil Karya Feeds	35
Gambar 13 Matriks Jumlah Followers Hay.u	47
Gambar 14 Matriks Jumlah Views Hay.u.....	48
Gambar 15 Matriks Jumlah Interaksi Hay.u	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hasil Pekerjaan	38
Tabel 2 <i>Segmentasi, Targeting, Positioning(STP)</i>	39
Tabel 3 Analisis AISAS berdasarkan Top Konten Pertama	43
Tabel 4 Analisis AISAS Berdasarkan Top Konten Kedua	46
Tabel 5 Peningkatan Matriks Perbulan	49
Tabel 6 Analisis Performa Konten Sebelum dan Sesudah.....	52
Tabel 7 Analisis Performa Berdasarkan Content Pillar	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa.....	62
Lampiran 2 Lembar Bimbingan Dosen Pembimbing I.....	66
Lampiran 3 Lembar Bimbingan Dosen Pembimbing II.....	67
Lampiran 4 Dokumentasi Bimbingan	68
Lampiran 5 Lembar Pendukung Penyusunan Tugas Akhir	69
Lampiran 6 Lembar Sertifikat Praktik Industri.....	70
Lampiran 7 Surat Keterangan Penggunaan Karya	71
Lampiran 8 Lembar Sertifikat Toefl	72
Lampiran 9 Lembar Hasil Cek Plagiarisme	73
Lampiran 10 Dokumentasi Sidang.....	74