

LAPORAN TUGAS AKHIR

PERENCANAAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @bigevo.id UNTUK MENINGKATKAN *BRAND* *AWARENESS*

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar (A.Md)

Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

GILANG RAMADHAN

NIM : 2270404045

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

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perencanaan Konten Media Sosial Instagram Pada Akun
@bigevo.id Untuk Meningkatkan Brand Awareness
Penulis : Gilang Ramadhan
NIM : 2270404045
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

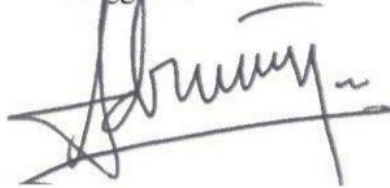
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir
di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada Kamis, 24 Juli 2025.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji



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

Anggota I



Adryans, S.Si., M.Sn
NIP 198510012019031004

Anggota II



Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd.
NIP 196204291985012001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
NIP 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perencanaan Konten Media Sosial Instagram @bigevo.id
Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*

Penulis : Gilang Ramadhan

NIM : 2270404045

Program Studi : Periklanan

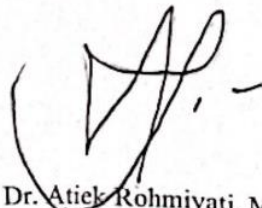
Jurusan : Komunikasi

Tugas akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan

Ditandatangani di Jakarta, 8 Juli 2025

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd.
NIP 196204291985012001



Nurul Akmalia, M.Med.Kom
NIP 199102282019032015

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 : Gilang Ramadhan

NIM : 2270404045

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2022/2023

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

**PERENCANAAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @BIGEVO.ID
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

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, 8 Juli 2025

Yang menyatakan,



Gilang Ramadhan

NIM 2270404045

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Gilang Ramadhan
NIM : 22704041045
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2022/2023

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 @BIGEVO.ID UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

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, 8 Juli 2025

Yang menyatakan,



Gilang Ramadhan

NIM 2270404045

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Perencanaan Konten Media Sosial Instagram pada akun
@bigevo.id untuk meningkatkan *brand awareness*
Penulis : Gilang Ramadhan
Pembimbing I : Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd
Pembimbing II : Nurul Akmalia, M.Med.Kom

Social media plays a key role in digital marketing communication, particularly in building brand awareness. During the internship, it was observed that @bigevo.id lacked a strategic and structured content plan. This final project aims to design an effective strategy to improve brand awareness organically. The strategy used the STP (Segmenting, Targeting, Positioning) framework to identify the target audience, and the AISAS model (Attention, Interest, Search, Action, Share) to guide content development. Three content pillars were applied: Daily Hustle, Winning Streak, and Trend Radar. This research used a descriptive qualitative method through four months of observation at BigEvo, supported by literature review. The February evaluation showed notable improvements: 135,400 views (+25.4%), 104,300 reach (+56.4%), 834 interactions (+62.5%), and 40 new followers. These results confirm that a data-driven and well-planned content strategy effectively enhances brand awareness via Instagram.

Keywords: *social media, digital content, brand awareness, Instagram, AISAS*

Media sosial berperan penting dalam komunikasi pemasaran digital, terutama untuk membangun *brand awareness*. Selama praktik industri, ditemukan bahwa akun Instagram @bigevo.id belum memiliki perencanaan konten yang strategis dan terstruktur. Tugas akhir ini bertujuan merancang strategi konten yang efektif untuk meningkatkan kesadaran merek secara organik. Strategi dikembangkan dengan pendekatan STP (Segmenting, Targeting, Positioning) untuk menentukan audiens, dan model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) untuk menganalisis perilaku pengguna. Konten dibangun berdasarkan tiga *content pillar*: *Daily Hustle*, *Winning Streak*, dan *Trend Radar*. Penelitian menggunakan metode observasi selama empat bulan magang di BigEvo, disertai studi pustaka. Evaluasi pada Februari menunjukkan peningkatan signifikan: tayangan 135.400 (+25,4%), jangkauan 104.300 (+56,4%), interaksi 834 (+62,5%), dan 40 pengikut baru. Hasil ini membuktikan bahwa strategi konten yang tepat dan berbasis data mampu meningkatkan *brand awareness* melalui Instagram.

Kata Kunci: media sosial, konten digital, *brand awareness*, Instagram, AISAS

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan lancar. Penulisan laporan ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Periklanan, Jurusan Komunikasi, Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

Tugas Akhir ini berjudul “*Perencanaan Konten Media Sosial Instagram @bigevo.id untuk Meningkatkan Brand Awareness.*” Dalam pelaksanaannya, penulis berperan sebagai *Social Media Specialist* selama masa praktik industri di agensi digital BigEvo. Penulis bertanggung jawab dalam merancang perencanaan konten, mengelola akun Instagram @bigevo.id, serta menyusun laporan performa media sosial secara berkala selama periode praktik industri berlangsung. Laporan ini tidak akan tersusun dengan baik tanpa adanya bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dengan tulus menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., selaku Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum., selaku Ketua Jurusan Komunikasi.
4. Sulistyo Wibowo, S.Sn., M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom., Sekretaris Program Studi Periklanan.
7. Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing I.
8. Nurul Akmalia, M.Med.Kom., selaku Dosen Pembimbing II.
9. Seluruh dosen dan tenaga pendidik Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah membimbing dan membekali penulis dengan ilmu serta pengalaman selama masa perkuliahan.
10. Orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan dukungan moral, doa, dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan studi.
11. Teman-teman mahasiswa Program Studi Periklanan angkatan 2022 yang telah menjadi rekan seperjuangan selama masa kuliah.

12. Seluruh tim BigEvo, khususnya pembimbing praktik industri dan tim sosial media, atas bimbingan, kesempatan, serta pengalaman berharga yang telah diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang.

Jakarta, 8 Juli 2025



Gilang Ramadhan

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
ABSTRAK.....	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	viii
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	3
E. Tujuan penulisan	4
F. Manfaat penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Komunikasi Pemasaran	6
B. Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	7
C. Media Sosial	9
D. <i>Content Pillar</i>	11
E. <i>Editorial Plan</i>	12

F. Konten	13
G. STP	14
H. AISAS.....	15
I. KPI	17
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	20
A. Data Perusahaan.....	20
1. Gambaran Umum BigEvo	20
2. Alamat dan Kontak Perusahaan.....	20
3. Layanan Perusahaan	21
4. Instagram BigEvo	22
B. Teknik Pengumpulan Data.....	22
C. Ruang Lingkup	23
D. Langkah Kerja	24
BAB IV PEMBAHASAN	27
A. Gambaran Umum Permasalahan	27
B. Analisis STP	27
1. <i>Segmentation</i>	28
2. <i>Targeting</i>	29
3. <i>Positioning</i>	29
C. Proses perencanaan konten @bigevo.id	29
D. Penerapan AISAS	35
A. Konten Berbentuk <i>Carousell</i>	35
B. Konten Berbentuk <i>Reels</i>	39
E. Analisis Kinerja Konten.....	42
1. Jumlah Penonton Konten (<i>Views</i>)	42

2.	Jangkauan Akun (<i>Reach</i>).....	43
3.	Interaksi (<i>Interactions</i>)	44
4.	Pertumbuhan Pengikut (<i>Followers Growth</i>)	45
5.	<i>Top 3 Content</i>	46
BAB V PENUTUP		48
A. Simpulan.....		48
B. Saran		49
DAFTAR PUSTAKA.....		51

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis AISAS Konten <i>Carousell</i>	36
Tabel 2 Analisis AISAS Konten <i>Reels</i>	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Media Sosial Dengan Pengguna Indonesia Terbanyak 2024	1
Gambar 2 Piramida Brand Awareness.....	8
Gambar 3 Model AISAS	16
Gambar 4 Logo Perusahaan Sumber: Web BigEvo Agency.....	20
Gambar 5 Akun Instagram BigEvo	22
Gambar 6 Akun Instagram BigEvo Sumber: Instagram @bigevo.id.....	27
Gambar 7 <i>Content Plan</i> Sumber: Data Perusahaan.....	29
Gambar 8 <i>Content Pillar</i> Sumber: Data Perusahaan.....	30
Gambar 9 Contoh Konten <i>Daily Hustle</i>	31
Gambar 10 Contoh Konten <i>Winning Streak</i>	31
Gambar 11 Contoh Konten <i>Trend Radar</i>	32
Gambar 12 <i>Editorial Plan</i>	32
Gambar 13 <i>Approval Content</i>	33
Gambar 14 Contoh Konten Beserta <i>Caption</i>	34
Gambar 15 <i>Social Media Report</i>	34
Gambar 16 <i>Instagram Performance</i>	42
Gambar 17 <i>Viewss Instagram Periode Januari</i>	42
Gambar 18 <i>Viewss Instagram Periode Februari</i>	43
Gambar 19 <i>Reach Instagram Periode Januari</i>	43
Gambar 20 <i>Reach Instagram Periode Februari</i>	44
Gambar 21 <i>Content Interactions Instagram Periode Januari</i>	44
Gambar 22 <i>Content Interactions Instagram Periode Februari</i>	45
Gambar 23 <i>Followers Growth Instagram Periode Januari</i>	45
Gambar 24 <i>Followers Growth Instagram Periode Februari</i>	45
Gambar 25 <i>Top 3 Content Periode Januari 2025</i> Sumber: Data Perusahaan	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Form TA-01 Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa	55
Lampiran 2 Form TA-04 Bebas Biaya Pendidikan.....	59
Lampiran 3 Lembar Pembimbingan Tugas Akhir	60
Lampiran 4 Dokumentasi Terkait Foto Tugas Akhir	62
Lampiran 5 Lembar Hasil Cek Plagiarisme	64
Lampiran 6 Surat Keterangan Praktik Industri	65
Lampiran 7 Sertifikat Kompetensi	66