

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN KONTEN TIKTOK

NYAKDIEN BUTIK UNTUK MENINGKATKAN

BRAND AWARENESS

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh

Gelar (A.Md) ahli madya Ilmu Komunikasi



disusun oleh

GRACIA INGGRID SAHERTIAN

NIM: 2270404046

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan konten TikTok Nyakdien Butik untuk meningkatkan *Brand Awareness*
Penulis : Gracia Inggrid Sahertian
NIM : 2270404046
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada 26 juli 2025.

Disahkan oleh:

Ketua Penguji



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

Anggota 1



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Anggota 2



Naldo, M.Si
NIP. 100120710291906891

Mengetahui,
Koordinator Program Studi



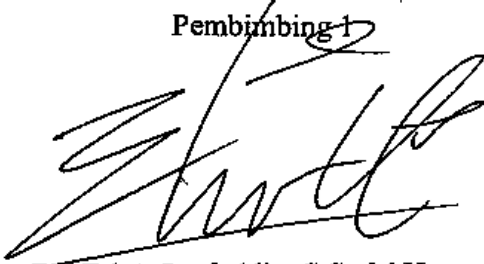
Zaenab, S.S., M.Si.
NIP. 199211132019032025

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan konten TikTok Nyakdien Butik untuk meningkatkan Brand Awareness
Penulis : Gracia Inggrid Sahertian
NIM : 2270404046
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan di setujui untuk disidangkan.
Ditandatangani Jakarta, 08 Oktober 2025

Pembimbing 1



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

Pembimbing 2



Naldo, M.Si
NIP. 100120710291906891

Mengetahui,
Koordinator Program Studi



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

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gracia Inggrid Sahertian
NIM : 2270404046
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Pembuatan konten TikTok Nyakdien Butik untuk meningkatkan Brand Awareness **adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain dan bebas 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 30 Agustus 2025

Yang menyatakan,



Gracia Inggrid Sahertian
NIM 2270404046

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gracia Inggrid Sahertian
NIM : 2270404046
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: strategi konten Tik tok cutnyak untuk meningkatkan brand Awareness **adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain dan bebas 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 30 Agustus 2025

Yang menyatakan,



Gracia Inggrid Sahertian
NIM 2270404046

PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas academic Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan

Di bawah ini:

Nama : Gracia Inggrid Sahertian
NIM : 2270404046
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalty Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pembuatan Konten Tik Tok Nyakdien BUTIK untuk Meningkatkan Brand Awareness** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalt 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, 30 Agustus 2025
Yang menyatakan,



Gracia Inggrid Sahertian

NIM 2270404046

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong media sosial menjadi sarana utama dalam strategi pemasaran modern. Salah satu platform yang memiliki peran penting adalah TikTok, dengan algoritma unik yang mampu menyebarkan konten secara cepat kepada audiens luas. Penelitian ini berfokus pada strategi produksi konten TikTok di Butik Cutnyak sebagai upaya meningkatkan brand awareness. Metode yang digunakan meliputi observasi, studi pustaka, dan wawancara, serta penerapan strategi komunikasi pemasaran digital melalui analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning), SWOT, dan AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share). Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten yang dikemas secara kreatif melalui storytelling, pemanfaatan tren populer, dan interaksi dengan audiens mampu meningkatkan keterlibatan serta memperkuat brand awareness. Dengan demikian, strategi konten TikTok yang terstruktur dapat menjadi solusi efektif bagi pelaku usaha fashion lokal dalam membangun citra merek dan menjangkau target pasar yang lebih luas.

Kata kunci: TikTok, Brand Awareness, Strategi Konten, Pemasaran Digital, Butik Cutnyak

ABSTRACT

The rapid growth of digital technology has transformed social media into a key tool in modern marketing strategies. TikTok, with its unique algorithm, plays a significant role in enabling content to reach a wide audience quickly. This research focuses on the content production strategy of TikTok at Cutnyak Boutique as an effort to enhance brand awareness. The methods employed include observation, literature review, and interviews, combined with the application of digital marketing strategies such as STP (Segmenting, Targeting, Positioning), SWOT, and AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share). The findings reveal that creative content packaged through storytelling, the use of trending elements, and audience interaction can significantly increase engagement and strengthen brand awareness. Therefore, a structured TikTok content strategy can serve as an effective solution for local fashion businesses to build brand image and expand their market reach.

Keywords: TikTok, Brand Awareness, Content Strategy, Digital Marketing, Cutnyak Boutique

PRAKATA

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Allah Yang Maha Esa dan Nabi Muhammad SAW., karena telah memberikan berkat berupa kesehatan, kekuatan, kemampuan, dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan penuh. Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mengikuti mata kuliah tugas akhir pada Program Studi Periklanan Jurusan Komunikasi di Politeknik Negeri Media Kreatif dan meraih gelar A.Md.I.Kom (ahli madya ilmu komunikasi) sebagai syarat kelulusan jenjang D3 (Diploma 3).

Dalam tugas akhir ini peran penulis adalah sebagai *Social Media Specialist* yang bertugas dalam mengelola media sosial membuat konten media sosial, serta memberikan laporan perkembangan media sosial milik Barberand kepada Naramate Digital.

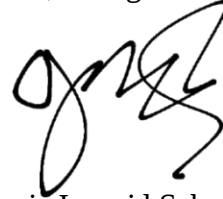
Penulis sadar bahwa laporan tugas akhir ini tidak akan tersusun dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, dengan penuh hormat, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua orang yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyelesaian tugas akhir ini. 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 dan pembimbing 1

4. Sulistyowibowo, 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., Sekretaris Program Studi Periklanan.
7. Naldo Dosen Pembimbing 2 Tugas Akhir.
8. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah membantu, melayani, dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
9. Sebagai Owner butik cutnyak Rosmawaty yang sudah membimbing dan support selama magang.
10. Pembimbing industri yang selalu membantu saya dalam mengerjakan Tugas akhir dan memberikan semangat kepada saya.
11. Nyakdien Butik beserta seluruh rekan kerja penulis yang telah memberikan pengetahuan pada penulis.
12. Orang tua dan keluarga penulis yang telah membantu, mendukung, dan mendoakan penuh penulis dalam berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
13. Alm Samuel gani, greache,kimi dan sisil penulis yang telah membantu dan mendukung penulis selama menyusun tugas akhir ini.
14. Seluruh teman-teman prodi periklanan PoliMedia yang telah merangkul dan membantu penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

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

Jakarta, 30 Agustus 2025

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, flowing letters that appear to be 'G. Inggrid Sahertian'.

Gracia Inggrid Sahertian

DAFTAR ISI

_Toc210762328

ABSTRAK	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	15
A. Latar Belakang.....	15
B. Identifikasi Masalah	20
C. Batasan Masalah	20
D. Rumusan Masalah	21
E. Tujuan Penelitian	21
F. Manfaat Penulis Tugas Akhir.....	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	23
A. Komunikasi.....	23
B. Periklanan.....	25
C. Konten	26
D. Tik Tok.....	26
E. Awareness	27
F. SWOT.....	28
H. AISAS (attion, interest,share).....	29
I. Media Sosial.....	30
J. Perencanaan Konten	31
K. Content Pillar	32
L. Tools.....	34
BAB III METODE PELAKSANAAN	36
A. Data/Objek Penulisan	36
B. Teknik Pengumpulan Data.....	39
C. Langkah Kerja.....	40
BAB IV PEMBAHASAN.....	44
A. Gambaran Umum Permasalahan	44

B. Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning)	46
C. Content Pillar	49
D. Proses Perencanaan dan Pembuatan Carousel Cutnyak	52
E. Analisis AISAS	53
BAB V PENUTUP	63
A. Simpulan	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Pengguna TikTok Sumber : KOL.ID	20
Gambar 2 Piramida Brand Awareness Sumber: Rizisual	27
Gambar 3 Piramida STP Sumber :	29
Gambar 4 AISAS	29
Gambar 5 Foto Perusahaan Sumber : Arsip Pribadi.....	36
Gambar 6 Logo Perusahaan Sumber: Arsip Pribadi	36
Gambar 7 Profil TikTok Butikcutnyak Sumber: Arsip Pribadi	38
Gambar 8 Klien IPEMI Sumber: IPEMI	41
Gambar 9 Konten TikTok Nyakdien Butik Sumber: Arsip Pribadi	42
Gambar 10 Akun TikTok Cutnyak Butik Sumber: Arsip Pribadi.....	45
Gambar 11 Poster Promosi Open Sumber: Arsip Pribadi	49
Gambar 12 Akun TikTok Cutnyak Butik Sumber: Arsip Pribadi.....	50
Gambar 13 Akun TikTok Cutnyak Butik Sumber: Arsip Pribadi.....	51
Gambar 14 Insight Data Akun Nyakdien Butik Sumber: Arsip Pribadi.....	57
Gambar 15 Konten Terbaik Nyakdien Butik Sumber : Arsip Pribadi.....	59
Gambar 16 Akun TikTok Cutnyak Butik Sumber: Arsip Pribadi.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tabel Analisis STP	46
Tabel 2 Analisis SWOT	47
Tabel 3 Analisis AISAS	53