

LAPORAN TUGAS AKHIR

PRODUKSI KONTEN PROMOSI PRODUK PADA *E-COMMERCE* PT INTI JAYA MART UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh Gelar (A.Md) Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

RAKA MAULANA

NIM : 2270404093

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

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Produksi Konten Promosi Produk Pada *E-Commerce* PT
Inti Jaya Mart dalam Meningkatkan *Brand Awareness*

Penulis : Raka Maulana

NIM : 2270707093

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa 07 Oktober 2025

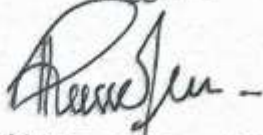
Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



Rizky Kertanegara, M.Si
NUPTK 9447761662131482

Anggota 1



Rizki Akbar Mustopa, S.Pd., Gr., M.Pd.
NIP 199304272024061001

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

Judul Tugas Akhir : Produksi Konten Promosi Produk Pada *E-Commerce* PT.
Inti Jaya Mart dalam Meningkatkan *Brand Awareness*

Penulis : Raka Maulana

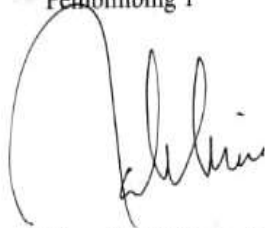
NIM : 2270707093

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 15 Agustus 2025

Pembimbing 1



Nurul Akmalia, S.I.Kom., M.Med.Kom
NIP 199102282019032015

Pembimbing 2



Jefri Rahmadian, S.Kom., M.Kom
NIDN 0328087601

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si.
NIP 199211132019032

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Raka Maulana
NIM	: 2270707093
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2022

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

“PRODUKSI KONTEN PROMOSI PRODUK PADA *E-COMMERCE* PT INTI
JAYA MART 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, 7 Oktober 2025

Yang Menyatakan,



Raka Maulana

NIM: 2270404093

PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH

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

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raka Maulana
NIM : 2270707093
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2022

demikian 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:

"PRODUKSI KONTEN PROMOSI PRODUK PADA E-COMMERCE PT INTI JAYA MART UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS"

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, 7 Oktober 2025


NIM: 2270404093

ABSTRAK

Persaingan *marketplace* produk pakan hewan saat ini semakin ketat seiring meningkatnya jumlah pelaku usaha dan variasi produk yang ditawarkan. Kondisi ini menuntut adanya inovasi strategi pemasaran yang kreatif dan efektif, terutama melalui pemanfaatan konten yang menarik secara visual maupun naratif. PT Inti Jaya Mart sebagai salah satu pelaku bisnis di bidang ini telah memanfaatkan media *online*, khususnya *platform e-commerce* Shopee, untuk kegiatan promosi. Namun, efektivitas strategi tersebut masih belum maksimal sehingga diperlukan perencanaan konten yang lebih terstruktur dan strategis. Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan konten kreatif di aplikasi Shopee guna membentuk dan meningkatkan *brand awareness* dengan menggunakan teori *Content Creative*, *Promotion Mix*, *E-Commerce*, Media Sosial, *Brand Awareness*, dan model AISAS. Metode penelitian yang digunakan meliputi observasi langsung terhadap aktivitas promosi perusahaan dan studi pustaka dari berbagai sumber pendukung. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan engagement konsumen berkat penerapan konten kreatif yang informatif, visual menarik, dan tepat sasaran. Temuan ini menegaskan bahwa strategi konten yang terencana memiliki peran penting dalam memperkuat *brand awareness* serta meningkatkan daya saing di pasar *e-commerce*.

Kata kunci: *Content Creative, Social Media, e Commerce, AISAS, Brand Awareness.*

ABSTRACT

The competition in the pet food marketplace is becoming increasingly intense as more businesses enter the industry and product variations continue to expand. This condition demands innovative and effective marketing strategies, particularly through the use of creative content that is visually appealing and narratively engaging. PT Inti Jaya Mart, as one of the businesses in this sector, utilizes online media—especially the Shopee e-commerce platform—for promotional activities. However, the effectiveness of these strategies has not yet reached its maximum potential, making it necessary to develop a more structured and strategic content plan. This research aims to create creative content on the Shopee platform to build and enhance brand awareness by applying the theories of Content Creative, Promotion Mix, E-Commerce, Social Media, Brand Awareness, and the AISAS model. The research methods include direct observation of the company's promotional activities and a literature review of relevant sources. The findings indicate an increase in consumer engagement due to the implementation of creative content that is informative, visually appealing, and well-targeted. This result emphasizes the crucial role of well-planned content strategies in strengthening brand awareness and improving competitiveness within the e-commerce market

Keywords: *Creative Content, Social Media, e Commerce, AISAS, Brand Awareness.*

PRAKATA

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah Tuhan Yang Maha Esa, Teruntuk kedua orangtua Bapak Junaidi dan Ibu Muniroh yang saya cintai, yang selalu tegar disisi saya untuk membantu perkuliahan saya tanpa mengeluh, bertahan untuk menjadi orang tua yang bertanggung jawab, serta selalu mendoakan dalam aspek kehidupan dan menjadi segala-galanya yang terbaik bagi diri saya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Penulis juga memberikan ucapan terima kasih kepada keluarga besar ibu rosiah 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 “Produksi Konten Promosi Produk Pada *E-Commerce* PT. Inti Jaya Mart dalam Meningkatkan *Brand Awareness*”.

Dalam tugas akhir ini peran penulis adalah sebagai *Content Online & Designer* yang bertugas dalam mengelola konten pada *platform e-commerce* shopee, dan membuat konten image.

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. Sulistyو 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. Jefri Rahmadian, S.Kom., M.Kom 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. seluruh teman-teman prodi periklanan angkatan 2022 yang telah membantu penulis selama masa kuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta;
11. Untuk kamu, wanita yang dulu sangat penulis cintai dan sangat penulis banggakan yang berinisial D, penulis ingin mengucapkan terimakasih banyak untuk semua yang telah kamu berikan dan penulis merasa senang karena kamu pernah hadir di kehidupan penulis sebagai *support system* penulis dalam mengerjakan semua tugas perkuliahan. Sampai akhirnya kamu pergi dan menyadarkan penulis arti sebuah keikhlasan, kesabaran, dan kekuatan di dalam diri penulis untuk menyelesaikan perkuliahan;
13. tim Online di PT. Inti Jaya Mart, Irma, Imam, Bintang, Ibnu, Ezii yang selalu mendampingi dan membimbing penulis;

Jakarta, 7 Oktober 2025

Penulis,



Raka Maulana

NIM.2270404093

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH.....	Error! Bookmark not defined.
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan masalah.....	5
E. Tujuan penulisan	6
F. Manfaat penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Komunikasi	9
B. Komunikasi Pemasaran.....	10
C. <i>Promotion Mix</i>	11
D. Media Baru.....	13
E. Konten Kreatif.....	14
F. <i>E-Commerce</i>	15
G. <i>Online Shop</i>	19
H. AISAS	23
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	26
A. Sumber Data / Objek Penelitian.....	26
B. Teknik Pengumpulan Data	28
BAB IV PEMBAHASAN.....	33
A. Gambaran Umum Permasalahan.....	33

C. Proses Pembuatan.....	35
D. Hasil Kerja <i>Top Content</i>	45
E. Penerapan AISAS	48
F. Analisis <i>Brand Awareness</i>	54
BAB V PENUTUP	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. E-Commerce Dengan Pengguna Terbanyak Di Indonesia.....	3
Gambar 2. Logo PT INTI JAYA GROUP	26
Gambar 3. Langkah Kerja	30
Gambar 4. Akun e-commerce shopee @intijayamart	33
Gambar 5. Kondisi awal katalog shopee @intijayamart.....	34
Gambar 6. Brief diberikan melalui Gdrive	36
Gambar 7. Mencari ide konten di berbagai platfrom	37
Gambar 8. Konten <i>catalog</i> Shopee Inti Jaya Mart.....	38
Gambar 9. Konten promosi Shopee Inti Jaya Mart.....	38
Gambar 10. Konten informasi Shopee Inti Jaya Mart	39
Gambar 11. Preview konten yang sudah dibuat.....	40
Gambar 12. Preview konten yang sudah dibuat.....	41
Gambar 13. Konten yang sudah mendapatkan <i>Approval</i>	42
Gambar 14. Konten yang siap diunggah kedalam <i>platfrom e-commerce</i>	43
Gambar 15. Laporan Kunjungan <i>Platfrom E-commerce</i> @intijayamart	44
Gambar 16. Hasil Visual Konten Promosi yang ada di Shopee @intijayamart....	46
Gambar 17. Performa konten promosi yang ada di Shopee @intijayamart.....	46
Gambar 18. Hasil Visual Design Image Catalog Shopee @intijayamart	47
Gambar 19. Performa Design Image Catalog Shopee @intijayamart	48
Gambar 20. Kontem Image promosi di <i>platfrom</i> Shopee @intijayamart	53
Gambar 21. Grafik Shopee Inti Jaya Mart Periode Februari-Mei 2025.....	54
Gambar 22. Garfik Shopee inti jaya mart Mei-Agustus 2025	55

DAFTAR TABEL

Tabel-1 Penerapan AISAS pada konten promosi shopee @intijayamart	49
--	----

LAMPIRAN

Lampiran-1 Daftar Riwayat Hidup	62
Lampiran-2 Salinan Lembar Pembimbing	65
Lampiran-3 Dokumentasi Foto Kegiatan TA	67
Lampiran-4 Laporan Hasil Cek Plagiarisme.....	68