

LAPORAN TUGAS AKHIR

Perancangan Konten Instagram @hayed_consulting Berbasis Identitas *Brand* Dengan Pendekatan AISAS Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Ahli Madya



Disusun oleh:

SINTIA ANING

NIM: 2370404138

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2026**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Instagram @hayed_consulting
Berbasis Identitas *Brand* Dengan Pendekatan AISAS Untuk
Meningkatkan *Brand Awareness*
Penulis : Sintia Aning
NIM : 2370404138
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Jum'at, tanggal 10 Juli 2026.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Sifa Sultanika, M.Sn
NIP. 199406252022032017

Anggota 1,



Dhiyaa Thurfah Ilia, S.p, M.Si
NIP. 199709112025062014

Anggota 2,



Rona Agustin, M.I.Kom
NIP. 199408182025062007

Mengetahui
Ketua Jurusan Komunikasi



Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M.
NIP. 197106062006041001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Sintia Aning
NIM : 2370404138
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 10 Juni 2026

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Rona Agustin, M.I.Kom.
NIP. 199408182025062007

Mengetahui,
Koordinator Program Studi,



Zaenab, SS., M.Si
NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sintia Aning
NIM : 2370404138
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
PERANCANGAN KONTEN INSTAGRAM @HAYED_CONSULTING
BERBASIS IDENTITAS BRAND DENGAN PENDEKATAN AISAS 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, 12 Juni 2026

Yang Menyatakan,



Sintia Aning
NIM: 2370404138

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Sintia Aning
NIM : 2370404138
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

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:

**PERANCANGAN KONTEN INSTAGRAM @HAYED_CONSULTING
BERBASIS IDENTITAS BRAND DENGAN PENDEKATAN AISAS
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 sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 12 - Juni - 2026

Yang Menyatakan,



Sintia Aning
NIM: 2370404138

Judul : **PERANCANGAN KONTEN INSTAGRAM
@HAYED_CONSULTING BERBASIS IDENTITAS *BRAND* DENGAN
PENDEKATAN AISAS UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***
Pembimbing 1 : Nurul Akmalia, M.Med.Kom.
Pembimbing 2 : Rona Agustin, M.I.Kom.

ABSTRACT

Instagram is a digital communication platform that plays a crucial role in building brand identity and increasing brand awareness. Hayed Consulting, a company that uses Instagram, currently lacks a structured and consistent content strategy, resulting in the company's brand identity not being fully realized. This final project aims to explain the process of designing Instagram content for @hayed_consulting based on brand identity using the AISAS approach to increase brand awareness. The design results consist of content guidelines covering the logo, colors, typography, and tone of voice, as well as the formulation of content objectives, content pillars, a content plan, content production, and content distribution. The AISAS approach is applied in every stage of the design process to support audience engagement. The resulting content design serves as a guideline for more structured, consistent, and brand-aligned Instagram management, thereby supporting the enhancement of Hayed Consulting brand awareness.

Keywords: *content design, brand identity, AISAS, Instagram, brand awareness*

ABSTRAK

Instagram merupakan media komunikasi digital yang berperan penting dalam membangun identitas *brand* dan meningkatkan *brand awareness*. Hayed Consulting, perusahaan yang memanfaatkan Instagram belum memiliki perencanaan konten yang terstruktur dan konsisten sehingga identitas *brand* perusahaan belum tergambarkan secara optimal. Tugas akhir ini bertujuan menjelaskan proses perancangan konten Instagram @hayed_consulting berbasis identitas *brand* dengan pendekatan AISAS untuk meningkatkan *brand awareness*. Hasil perancangan berupa *content guidelines* yang mencakup logo, warna, tipografi, dan *tone of voice*, serta penyusunan *content objective*, *content pillar*, *content plan*, *content production*, dan *content distribution*. Pendekatan AISAS diterapkan dalam setiap tahapan perancangan untuk mendukung keterlibatan audiens. Perancangan konten yang dihasilkan menjadi pedoman pengelolaan Instagram yang lebih terstruktur, konsisten, dan sesuai dengan identitas *brand* sehingga dapat mendukung peningkatan *brand awareness* Hayed Consulting.

Kata kunci: perancangan konten, identitas brand, AISAS, Instagram, *brand awareness*

PRAKATA

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Tujuan penulisan Laporan Tugas Akhir ini sebagai kewajiban bagi penulis untuk memenuhi persyaratan kelulusan dan memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.) pada 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. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta;
2. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D. sebagai Wakil Direktur Bidang Akademik dan Kerja Sama;
3. Imanuel Ronald David Mongkau, M.M., selaku Ketua Jurusan Komunikasi;
4. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi;
5. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan;
6. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Periklanan;
7. Heru Aris Purwanto, S.E sebagai direktur PT Hayed Consultindo Utama;
8. Arina Durahsita Biru Langit, sebagai Business Support PT hayed Consultindo Utama sekaligus Pembimbing selama Praktik Industri;
9. Nurul Akmalia, S.I.Kom., M.Med.Kom., Pembimbing Tugas Akhir I;
10. Rona Agustin, M.I.Kom., Pembimbing Tugas akhir II;
11. para dosen dan staf Jurusan Komunikasi serta para karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah membantu administrasi selama penulis menempuh pendidikan di sini;

12. keluarga tercinta penulis Bapak, Mama, Adik, Om, dan Tante yang selalu memberikan dukungan, serta selalu menjadi motivasi bagi penulis untuk meneruskan laporan ini hingga selesai;
13. para teman sejati 'ymma' yang sudah dianggap lebih dari sekedar teman oleh penulis yang telah memberikan motivasi serta semangat hingga Laporan Praktik Industri ini selesai dibuat;
14. YG Entertainment beserta anak didiknya Bigbang, Blackpink, Ikon, Winner, Akmu, Leehi, Treasure dan Babymonster telah menciptakan karya keren yang selalu menemani penulis di era perkuliahan ini.

Penulis tentunya menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam Laporan Tugas Akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk laporan ini. Penulis juga berharap laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi referensi yang berguna bagi mahasiswa lain di masa mendatang.

Jakarta, 12 Juni 2026

Penulis,



Sintia Aning

NIM: 2370404138

DAFTAR ISI

ABSTRACT.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penulisan.....	4
F. Manfaat Penulisan.....	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Komunikasi Pemasaran Digital.....	6
B. Media Sosial.....	6
C. Konten media sosial.....	10
D. Identitas Brand.....	14
E. Pendekatan AISAS.....	17
F. Brand Awareness.....	19
BAB III.....	22
METODE PELAKSANAAN.....	22
A. Data Objek Penulisan.....	22
B. Teknik Pengumpulan Data.....	24
C. Ruang Lingkup.....	25
D. Langkah Kerja.....	26
BAB IV.....	31
PEMBAHASAN.....	31
A. Proses Perancangan Konten Instagram.....	31
B. Analisis Hasil Perancangan Konten Instagram.....	64
BAB V.....	70
PENUTUP.....	70
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Hayed Consulting.....	23
Gambar 2 Workflow penulis.....	27
Gambar 3 Desain visual konten Hayed Consulting.....	32
Gambar 4 Desain visual konten yang sama dengan Hayed Consulting.....	33
Gambar 5 Unggahan terakhir.....	33
Gambar 6 Konfigurasi penggunaan logo.....	35
Gambar 7 Warna Hayed Consulting.....	36
Gambar 8 <i>Font</i> Hayed Consulting.....	38
Gambar 9 Identitas <i>brand</i> berupa logo.....	40
Gambar 10 <i>Design brief</i>	41
Gambar 11 <i>Template feed</i> dan <i>carousel</i> sesuai <i>content guidelines</i>	42
Gambar 12 <i>Closing slide</i>	43
Gambar 13 Desain <i>cover</i> , isi dan <i>outro</i>	44
Gambar 14 <i>Content guidelines</i> untuk jenis konten meme atau hiburan.....	44
Gambar 15 <i>Content guideline</i> untuk <i>caption</i>	45
Gambar 16 Mencari referensi konten melalui berita terkini.....	46
Gambar 17 Riset referensi konten dari media sosial.....	47
Gambar 18 Materi sesuai <i>update</i> berita terkini.....	48
Gambar 19 <i>Content brief</i>	49
Gambar 20 Perencanaan konten.....	49
Gambar 21 Hasil dari <i>caption</i> sesuai dengan <i>content guidelines</i>	54
Gambar 22 Melakukan <i>approval</i>	55
Gambar 23 Melakukan revisian sesuai arahan langsung.....	56
Gambar 24 Konten setelah di posting.....	57
Gambar 25 Data <i>insight</i> sebagai hasil monitoring konten.....	57
Gambar 26 Perencanaan konten.....	61
Gambar 27 Hasil penerapan pada berbagai jenis konten.....	62
Gambar 28 Proses mengunggah konten pada media yang ditentukan.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hasil konten sesuai <i>content guidelines</i> dan identitas <i>brand</i>	51
Tabel 2 Penerapan AISAS pada konten.....	52
Tabel 3 Analisis tujuan perencanaan konten.....	58
Tabel 4 <i>Content pillar</i> yang sudah ditentukan beserta fungsinya.....	59
Tabel 5 Kontribusi identitas <i>brand</i> terhadap <i>brand awareness</i>	64
Tabel 6 Implementasi dan kontribusi terhadap <i>brand awareness</i>	65
Tabel 7 Data <i>insight</i> Instagram @hayed_consulting April-Mei.....	66
Tabel 8 Performa konten sebelum implementasi perancangan konten.....	67
Tabel 9 Performa konten setelah implementasi perancangan konten.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWA.....	77
SALINAN LEMBAR PEMBIMBINGAN TA.....	80
SERTIFIKAT PRAKTIK INDUSTRI.....	82
DOKUMENTASI FOTO KEGIATAN TERKAIT TUGAS AKHIR.....	83
DOKUMENTASI FOTO KEGIATAN TERKAIT TUGAS AKHIR.....	84
LAMPIRAN KODE BARCODE.....	85
LEMBAR HASIL CEK PLAGIARISME.....	86
TRANSKRIP PROGRAM WIRAUSAHA MERDEKA.....	87
SERTIFIKAT ADVICE 2025.....	88
SURAT PENGGUNAAN KARYA.....	89
DOKUMENTASI SIDANG.....	90