

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM @nasikotakpawonjani
BERBASIS AISAS UNTUK MENINGKATKAN JANGKAUAN
AUDIENS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar (A.Md.I.K) Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Dwi Larasati

2370404043

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Instagram
@nasikotakpawonjani Berbasis AISAS
untuk Meningkatkan Jangkauan Audiens

Penulis : Dwi Larasati
NIM : 2370404043
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji
Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari
Rabu, tanggal 8 Juli 2026

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



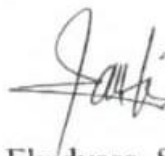
Ifah Atur Kurniati, M.I.Kom
NIP.198505182020122009

Anggota 1



Khoirun Nisa', S.Pd., M.Si
NIP.199009012014032002

Anggota 2



Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom.
NIP 198812222020122006

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



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

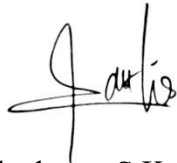
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Instagram @nasikotakpawonjani
Berbasis AISAS untuk Meningkatkan Jangkauan Audiens.
Penulis : Dwi Larasati
NIM : 2370404043
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan

Ditandatangani di 11, Juni 2026

Pembimbing I



Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom.
NIP. 198812222020122006

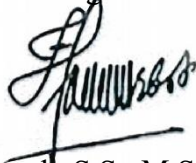
Pembimbing II



Faika A. Rahadian S.E., M.Com

Mengetahui.

Koord. Program Studi



Zarnab, S.S., M.Si
NIP. 19921132019032025

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Dwi Larasati
NIM	:2370404043
Program Studi	:Periklanan
Jurusan	:Komunikasi
Tahun Akademik	:2025/2026

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: " **Pembuatan Konten Instagram @nasikotakpawonjani Berbasis AISAS untuk Meningkatkan Jangkauan Audiens** " adalah orisinal, 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, 11 Juni 2026

Yang menyatakan,



Dwi Larasati
NIM: 2370404043

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Dwi Larasati
NIM : 2370404043
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: "**Pembuatan Konten Instagram @nasikotakpawonjani Berbasis AISAS untuk Meningkatkan Jangkauan Audiens**" 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, 11 Juni 2026

Yang menyatakan,



Dwi Larasati
NIM: 2370404043

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Instagram@nasikotakpawonjani Berbasis AISAS untuk meningkatkan jangkauan Audiens.

Penulis : Dwi Larasati

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Pembimbing 1 : Sartika Ekadyasa, M. I.Kom

Pembimbing 2 : Dr. Faika A. Rahadian M.Comm

ABSTRAK

Instagram is a digital marketing platform widely used by businesses, including Nasi Kotak Pawonjani, to share product information with potential customers. An evaluation of Instagram content from May to July 2025 revealed that several aspects of content creation required optimization, specifically visual usage, the crafting of hooks, and publication frequency. Consequently, this study aims to describe the content creation process for the @nasikotakpawonjani Instagram account based on the AISAS model (Attention, Interest, Search, Action, Share) in an effort to expand audience reach. A descriptive qualitative research method was employed, utilizing observation, literature review, documentation, and an analysis of Instagram Insights data from August to October 2025. The discussion covers the content creation process, ranging from planning, production, and publication to performance evaluation. The results indicate that the application of the AISAS model did not succeed in increasing audience reach; total reach declined from 6,400 to 5,600 accounts during the implementation period. Nevertheless, AISAS-based content creation yielded other benefits, specifically an increase in views and follower growth during the study period. Thus, while the AISAS model failed to expand audience reach as originally intended, it positively impacted other account performance indicators.

Keywords: *content creation, Instagram, audience reach, social media, AISAS.*

Instagram merupakan media pemasaran digital yang banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha, termasuk Nasi Kotak Pawonjani, untuk menyampaikan informasi produk kepada calon konsumen. Berdasarkan hasil evaluasi terhadap konten Instagram periode Mei–Juli 2025, masih terdapat beberapa aspek dalam pembuatan konten yang perlu dioptimalkan, seperti penggunaan visual, penyusunan hooks, dan frekuensi publikasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan proses pembuatan konten Instagram @nasikotakpawonjani berbasis model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) guna meningkatkan jangkauan audiens. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui observasi, studi pustaka, dokumentasi, serta analisis data Instagram Insight selama periode Agustus–Oktober 2025. Pembahasan meliputi proses pembuatan konten mulai dari tahap perencanaan, produksi, publikasi, hingga evaluasi performa konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan model AISAS belum berhasil meningkatkan jangkauan audiens, yang ditunjukkan oleh penurunan total reach dari 6.400 akun menjadi 5.600 akun selama periode implementasi. Meskipun demikian, pembuatan konten berbasis AISAS memberikan dampak lain berupa peningkatan jumlah views dan pertumbuhan followers selama periode penelitian. Dengan demikian, penerapan model AISAS belum mampu meningkatkan jangkauan audiens sesuai tujuan penelitian, namun memberikan dampak positif terhadap indikator performa akun lainnya..

Kata kunci: pembuatan konten, Instagram, jangkauan audiens, media sosial, AISAS.

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul **“Perencanaan Pembuatan Konten pada Instagram @nasikotakpawonjani terhadap Jangkauan audiens dengan Metode AISAS”** ini. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada program Diploma 3.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan guna perbaikan di masa yang akan datang. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penyusunan laporan ini.

Harapan penulis, laporan ini dapat memberikan manfaat dan menjadi dasar yang kuat dalam pelaksanaan tugas akhir sehingga hasil yang dicapai dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan strategi pemasaran digital pada usaha Nasi Kotak Pawonjani.

Semoga laporan ini dapat berjalan lancar dan memberikan hasil yang memuaskan.

1. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif;
2. Mawan Nugraha S.Si., M.Acc., Ph.D., Wakil Direktur Bidang Akademik;
3. Dr. Ir. Cholid Mawardi S.Kom., M.T., Wakil Direktur Bidang Keuangan;
4. Dr. Dayu Sri Herti S.PD., M.Sn., Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan;
5. Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M., Ketua Jurusan Komunikasi;
6. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi;
7. Zaenab, S.S., M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan;
8. Sartika Ekadyasa, M. I.Kom, Sekretaris Program Studi Periklanan, dan Dosen Pembimbing I Tugas Akhir;
9. Faika A. Rahadian S.E., M.Com., Dosen Pembimbing II Tugas Akhir;

10. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani penulis selama masa kuliah;
11. Bapak dan Ibu yang selalu mendukung, berdoa, motivasi untuk penulis bisa bertahan sampai saat ini;
12. Kakak yang selalu mendukung, dan mengantar di perjalanan untuk penulisan Tugas Akhir ini;
13. Febi, dan Desva, sebagai sahabat yang selalu memberikan dukungan dan sahabat yang menemani penulis untuk beristirahat sejenak dari penulisan Tugas akhir ini;
14. Lagu indie yang menemani penulis selama mengerjakan Tugas akhir ini;

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan tidak mudah, namun semua dapat dijalani dengan penuh semangat dan rasa tanggung jawab, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

Jakarta, 11 Juni 2026

Penyusun,

Dwi Larasati

NIM. 2370404043

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
D. Batasan Masalah	6
E. Rumusan Masalah	7
F. Tujuan Masalah	7
G. Manfaat Penulisan	7
BAB II	9
KAJIAN PUSTAKA	9
A. Pemasaran Digital	9
B. Media Sosial.....	9
C. Instagram.....	10
D. Fitur-fitur Instagram.....	11
1. <i>Feeds</i>	11
2. <i>Reels</i>	11
3. <i>Stories</i>	12
4. <i>Hastag</i>	12
5. <i>Explore</i>	12
E. Konten	13
1. Definisi Konten	13
2. Jenis-Jenis Konten.....	13
F. <i>Content Plan</i>	15
G. AISAS	16
1. <i>Attention</i>	16
2. <i>Interest</i>	17

3.	<i>Search</i>	17
4.	<i>Action</i>	17
5.	<i>Share</i>	17
H.	Metrik Instagram.....	18
1.	<i>Reach</i>	19
2.	<i>Impressions</i>	23
3.	<i>Follower Growth</i>	23
I.	<i>Segmentasi, Targeting, Positioning</i>	23
1.	Definisi Segmentasi	23
2.	Definisi Targeting	24
3.	Definisi <i>Positioning</i>	24
BAB III		26
METODOLOGI PENELITIAN		26
A.	Objek Penulisan	26
1.	Profil Perusahaan	26
B.	Teknik Pengumpulan Data.....	30
C.	Ruang Lingkup.....	31
1.	Pra-produksi	33
2.	Produksi	34
3.	Pasca Produksi	35
4.	KPI (Key Performance Indicator)	36
BAB IV		37
PEMBAHASAN		37
A.	Analisis Kondisi Awal Instagram@Nasi Kotak Pawonjani.....	37
1.	Analisis Konten periode Mei-Juli 2025	39
2.	Analisis STP.....	41
B.	Proses Pembuatan Konten.....	45
1.	Gambaran Umum Pekerjaan	45
2.	Proses pra-produksi	46
3.	Proses produksi	49
4.	Pasca Produksi	52
C.	Hasil Karya.....	54
1.	Reels.....	54
2.	Feeds	55

D.	Analisis Konten Instagram menggunakan AISAS	56
1.	Analisis Konten <i>Reels</i>	56
2.	Analisis Konten <i>Feeds</i>	60
E.	Top <i>reach</i> Konten	65
F.	Perbandingan Performa Konten antara periode Mei-Juli 2025 dengan Agustus Oktober 2025	68
1.	Performa Jangkauan Audiens Periode Mei – Juli 2025	68
2.	Performa Jangkauan Audiens Periode Agustus-Oktober 2025	70
3.	Performa <i>Views</i>	79
4.	Peningkatan jumlah <i>followers</i>	83
BAB V		85
PENUTUP		85
A.	Kesimpulan	85
B.	Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA		88

DAFTAR TABEL

Tabel 1 KPI	36
Tabel 2 Analisis STP	42
Tabel 3 Tabel Content plan.....	47
Tabel 4 Analisis konten Reels Menggunakan AISAS	57
Tabel 5 Analisis Konten Feeds Menggunakan AISAS.....	60
Tabel 6 Top Konten	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Persebaran pengguna instagram	3
Gambar 2 Grafik pertumbuhan followers	4
Gambar 3 STP Marketing	23
Gambar 4 logo CB57	26
Gambar 5 Logo Pawonjani.....	27
Gambar 6 Logo Nasi Kotak Pawonjani	28
Gambar 7 Susunan divisi Pawonjani Group	29
Gambar 8 Workflow kerja.....	33
Gambar 9 InstagramNasi kotak pawonjani	37
Gambar 10 Feeds periode mei-juli	39
Gambar 11 Analisis konten reels.....	39
Gambar 12 Analisis feeds.....	40
Gambar 13 Analisis konten STP	44
Gambar 14 Content Plan trello.....	47
Gambar 15 Riset konten.....	49
Gambar 16 Draf Konten.....	50
Gambar 17 Briefing.....	51
Gambar 18 Publikasi konten	53
Gambar 19 Reporting Konten	54
Gambar 20 Reels untuk jangkauan audiens	55
Gambar 21Feeds untuk Jangkauan audiens	55
Gambar 22 Reels pakai AISAS	56
Gambar 23 feeds pakai AISAS	60
Gambar 24 Top Konten Feeds.....	66
Gambar 25Top Konten Reels	67
Gambar 26 Analisis reach periode Mei-Juli2025	69
Gambar 27 Analisis reach periode Agustus-Oktober2025	70
Gambar 28 Insight jam posting	72
Gambar 29 Data Audiens Insight	74
Gambar 30 Analisis STP pada konten periode Agustus-Oktober 2025	75
Gambar 31 Analisis reach konten feeds	76
Gambar 32 Penggunaan Hashtag Instagram @nasikotakpawonjani	78
Gambar 33 Tabel views periode Mei-Juli 2025	79
Gambar 34 Tabel views periode Agustus-Oktober 2025	81
Gambar 35 Grafik pertumbuhan followers	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Penulis	90
Lampiran 2 Salinan Lembar Pembimbing I TA	93
Lampiran 3 Salinan Lembar Pembimbing II TA.....	94
Lampiran 4 Sertifikat Praktik Industri	95
Lampiran 5 Bukti karya	96
Lampiran 6 Trunitin Tugas Akhir.....	97
Lampiran 7 Dokumentasi Tugas Akhir	98