

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN STRATEGI KONTEN BERBASIS
ATTACHMENT* UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT
PADA INSTAGRAM SHOOTING STAR STUDIO

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh:

ZAHWA DESWITA YOLANDA PUTRI
2370404155

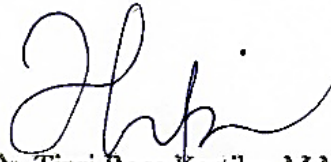
PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Strategi Konten Berbasis *Attachment* Untuk Meningkatkan *Engagement* Pada Instagram Shooting Star Studio
Penulis : Zahwa Deswita Yolanda Putri
NIM : 2370404155
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

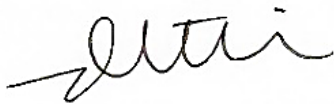
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Senin, 20 Juli 2026

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Dr. Tipri Rose Kartika, M.M.
NIP. 197606112009122002

Anggota 1



Dhiyaa Thurfah Ilaa, S.P., M.Si.
NIP. 199709112025062014

Anggota 2



Maya Puspita Dewi, S.Sos., MM
NIDN. 0309047603



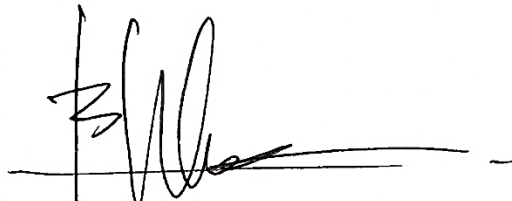
Immanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M.
NIP. 197106062006041001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Strategi Konten Berbasis *Attachment*
Untuk Meningkatkan *Enggagement* Pada *Instagram*
Shooting Star Studio
Penulis : Zahwa Deswita Yolanda Putri
NIM : 2370404155
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

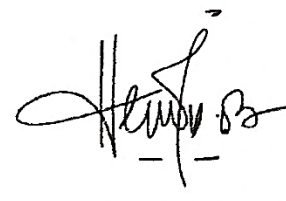
Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 11 Juni 2026

Pembimbing 1



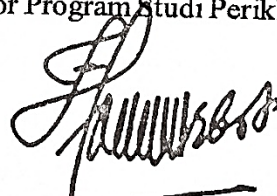
R. Sulistiyo Wibowo, M. Sn
NIP. 197906242006041001

Pembimbing 2



Maya Puspita Dewi, S.Sos., MM
NIDN. 0315027704

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, SS., M.Si.
NIP. 19921113201903

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zahwa Deswita Yolanda Putri

NIM : 2370404155

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

**PERANCANGAN STRATEGI KONTEN BERBASIS
ATTACHMENT UNTUK MENINGKATKAN ENGGAGEMENT
PADA INSTAGRAM SHOOTING STAR STUDIO**

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, 11 Juni 2026

Yang menyatakan,



Zahwa Deswita Yolanda Putri

NIM: 2370404155

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Zahwa Deswita Yolanda Putri
NIM : 2370404155
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 STRATEGI KONTEN BERBASIS ATTACHMENT UNTUK MENINGKATKAN ENGGAGEMENT PADA INSTAGRAM SHOOTING STAR STUDIO

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,



Zahwa Deswita Yolanda Putri
NIM: 2370404155

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Perancangan Strategi Konten Berbasis *Attachment* Untuk Meningkatkan *Engagement* Pada Instagram Shooting Star Studio

Penulis : Zahwa Deswita Yolanda Putri

Pembimbing I : R. Sulistiyo Wibowo, M. Sn

Pembimbing II : Maya Puspita Dewi, S.Sos., MM

Instagram menjadi ruang strategis bagi pelaku industri kreatif untuk membangun kedekatan dengan audiens. Shooting Star Studio, rental studio produksi audio visual di Jakarta Selatan, memanfaatkan Instagram sebagai media promosi, namun menghadapi rendahnya *engagement* akibat pesan konten yang belum terstruktur dan belum membangun kedekatan dengan audiens. Tugas akhir ini bertujuan merancang strategi konten berbasis *content pillar attachment* untuk meningkatkan *engagement* pada akun Instagram Shooting Star Studio, dengan menerapkan analisis STP, model AISAS, dan konsep *brand attachment*. Metode yang digunakan bersifat deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi selama praktik industri, studi pustaka, dan wawancara terhadap lima narasumber. Melalui *editorial planning* yang dirancang dan dieksekusi, *engagement rate* meningkat dari 2,68% (Januari-Maret 2026) menjadi 9,28% (April-Juni 2026). Peningkatan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara yang menunjukkan munculnya rasa *affection*, *passion*, dan *connection* audiens terhadap konten yang diunggah. Hasil ini menunjukkan bahwa strategi konten berbasis *attachment* efektif meningkatkan kedekatan dan keterlibatan audiens terhadap *brand*.

Kata Kunci: *brand attachment*, STP, AISAS, *engagement*, Instagram

Instagram has become a strategic space for creative industry players to build closeness with their audience. Shooting Star Studio, an audio visual production studio rental in South Jakarta, uses Instagram as a promotional medium but faces low engagement due to unstructured contentmessaging that fails to build closeness with the audience. This final project aims to design an attachment contentpillar based contentstrategy to increase engagement on Shooting Star Studio's Instagram account, applying STP analysis, the AISAS model, and the brand attachment concept. The method used is descriptive qualitative, with data collection techniques through observation during the industry practicum, literature study, and interviews with five informants. Through the designed and executed editorial planning, the engagement rate increased from 8.32% (January-March 2026) to 26.08% (April-June 2026). This increase was further supported by interview findings showing the emergence of audience affection, passion, and connection toward the uploaded content. These results show that an attachment based contentstrategy is effective in increasing audience closeness and engagement with the brand.

Keywords: *brand attachment*, STP, AISAS, *engagement*, Instagram

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma 3 Program Studi Periklanan Jurusan Komunikasi di Politeknik Negeri Media Kreatif dan meraih gelar A.Md.I.Kom (Ahli Madya Ilmu Komunikasi).

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *social media specialist* yang bertugas membuat strategi konten untuk rental studio Shooting Star Studio. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan Tugas Akhir berjudul “Perancangan Strategi Konten Berbasis *Attachment* Untuk Meningkatkan *Engagement* Pada Instagram Shooting Star Studio”.

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, ST., M.Ak., Ph.D., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M., Ketua Jurusan Komunikasi.
4. Irpan Riana, 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 Jurusan Periklanan.
7. Raden Sulistyo Wibowo, S.Sn., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing I dalam penyusunan laporan Tugas Akhir.
8. Maya Puspita Dewi, S.Sos, M.M, selaku Dosen Pembimbing II dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir.
9. Orangtua penulis yang telah membantu menyemangati dan memfasilitasi segala sesuatu untuk penulisan laporan Tugas Akhir ini.
10. Andree Kristo R T P, S.M, CAT, selaku mentor penulis di Sonar yang telah membantu penulisan Tugas Akhir.

11. Seluruh teman-teman periklanan, khusus nya kelas D yang telah berjuang bersama selama 3 tahun Pendidikan.
12. Naila, Riska, Roslina, Syafrina, dan Nayla yang telah menemani penulis dalam pembuatan Tugas Akhir ini dan selama menjalani 3 tahun masa perkuliahan.
13. Tidak lupa kepada diri sendiri yang telah melewati rintangan yang bertubi-tubi entah dalam hal penulisan, pengerjaan, dan penyesuaian *mood*.

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

Jakarta, 20 Mei 2025

Penulis,



Zahwa Deswita Yolanda Putri
NIM 2370404155

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I 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.....	4
1. Manfaat untuk Penulis	4
2. Manfaat untuk Politeknik Negeri Media Kreatif	5
3. Manfaat untuk Masyarakat.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Komunikasi Pemasaran	6
1. Komunikasi	6
2. Pemasaran	6
B. Pemasaran Media Sosial.....	7
1. Pengertian Pemasaran Media Sosial	7
2. Strategi dan Implementasi <i>Social media Marketing</i> (SMM)	7
C. Media Sosial.....	9
1. Pengertian Media Sosial.....	9
2. Instagram.....	9
3. KPI Media Sosial (<i>Engagement</i>).....	10

D. Brand	12
1. <i>Brand attachment</i>	12
2. <i>Engagement</i>	13
E. Konten Media Sosial	13
1. Definisi Konten Media Sosial.....	13
2. Jenis-jenis Konten Media Sosial.....	14
3. Perancangan Konten Media Sosial.....	15
4. <i>Editorial planning</i>	15
F. Content Pillar	16
1. Jenis-jenis <i>Content Pillar</i> Untuk <i>Brand Rental Studio</i>	16
G. Teori STP	17
1. <i>Segmenting</i>	17
2. <i>Targeting</i>	17
3. <i>Positioning</i>	18
H. Model AISAS	18
BAB III METODE PELAKSANAAN	20
A. Data Perusahaan	20
1. Sejarah Perusahaan.....	20
2. Layanan Perusahaan.....	21
3. Struktur Perusahaan.....	22
B. Teknik Pengumpulan Data	25
1. Observasi.....	25
2. Studi Pustaka.....	26
3. Wawancara.....	27
C. Ruang Lingkup	27
1. Peran Penulis.....	27
2. Kategori Karya.....	27
3. Ide Kreatif.....	28
D. Langkah Kerja	28
1. Pra produksi.....	28
2. Produksi.....	29
3. Pasca Produksi.....	29
BAB IV PEMBAHASAN	31
A. Gambaran Umum Permasalahan Shooting Star Studio	31

B. Proses Perancangan Strategi Konten	31
1. Analisis STP	31
1. Pra Produksi	33
2. Produksi	34
3. Pasca Produksi	40
C. Strategi Penerapan <i>Brand Attachment</i>	41
D. Hasil Karya dan Performa Konten	45
E. Penerapan AISAS	52
F. Hasil Performa <i>Engagement</i>	57
1. Performa Konten <i>Engagement</i> Tertinggi Sebelum dan Sesudah	57
2. Performa <i>Engagement Content Pillar Attachment</i>	61
3. Performa <i>Engagement Akun Instagram</i>	63
4. Hasil Wawancara	65
BAB V PENUTUP	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Shooting Star Studio.....	20
Gambar 2 Struktur Perusahaan Shooting Star Studio.....	22
Gambar 3 Alur Perancangan Strategi Konten Instagram Shooting Star Studio	32
Gambar 4 <i>Screenshoot Brief Tim Marketing</i>	33
Gambar 5 <i>Screenshoot Mencari Referensi Ide Konten</i>	34
Gambar 6 Isi Konten <i>Carousel</i>	36
Gambar 7 Isi Konten <i>Reel</i>	37
Gambar 8 Review <i>Editorial Planning</i>	39
Gambar 9 <i>Screenshoot Powerpoint Evaluasi Konten Bulanan</i>	41
Gambar 10 Screenshoot Engagement Januari-Maret 2026	64
Gambar 11 Screenshoot Engagement April-Juni 2026	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1 <i>Editorial Planning</i>	34
Tabel 2 <i>Caption Content</i>	38
Tabel 3 Penerapan <i>Brand attachment</i> Pada <i>Reel</i>	42
Tabel 4 Penerapan <i>Brand attachment</i> Pada <i>Reel</i>	44
Tabel 5 Konten 1 “Tim Pendukung Di Balik Produksi Yang Jarang Disorot”	45
Tabel 6 Konten 2 “Menemukan 1 Hal Yang Selalu Diucapkan Klien”	47
Tabel 7 Konten 3 “Ruang Yang Selalu Siap Menampung Kebutuhan Produksimu”	49
Tabel 8 Konten 4 “Fasilitas yang mengutamakan kenyamanan”	50
Tabel 9 Penerapan AISAS Pada <i>Carousel</i>	52
Tabel 10 Penerapan AISAS Pada <i>Reel</i>	55
Tabel 11 Performa <i>Engagement</i> Konten Instagram.....	62
Tabel 12 Konten <i>Engagement</i> Tertinggi Periode Januari-Maret 2026	57
Tabel 13 Konten <i>Engagement</i> Tertinggi Periode April-Juni 2026	59
Tabel 14 Hasil Wawancara	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara.....	75
Lampiran 2. Jawaban wawancara.....	76
Lampiran 3 Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa	82
Lampiran 4 Lembar Pembimbing 1 Tugas Akhir.....	84
Lampiran 5 Lembar Pembimbing 2 Tugas Akhir.....	85
Lampiran 6 Sertifikat Praktik Industri.....	86
Lampiran 7 Dokumentasi Bimbingan Tugas Akhir.....	87
Lampiran 8 Dokumentasi Praktik Industri	88
Lampiran 9 Lembar Hasil Cek Plagiarisme.....	89
Lampiran 10 Dokumentasi Sidang Tugas Akhir	90