

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM @PUSTAKAMPR UNTUK MEMBANGUN BRAND AWARENESS PERPUSTAKAAN MPR RI BERBASIS TEORI AISAS

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya

(A.Md.Ikom)



Disusun oleh:

ANANDA AURA SAVITRI

NIM : 2370404017

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA

2026

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM @PUSTAKAMPR UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PERPUSTAKAAN MPR RI BERBASIS TEORI AISAS

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya

(A.Md.Ikom)



Disusun oleh:

ANANDA AURA SAVITRI

NIM : 2370404017

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

2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Instagram @pustakampr Berbasis
Teori AISAS untuk Membangun Brand Awareness
Perpustakaan MPR RI

Penulis : Ananda Aura Savitri

NIM : 2370404017

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir
di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Jumat, 17 Juli 2026

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Sifa Sultanika, M.Sn.
NIP. 199406252022032017

Anggota 1



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

Anggota 2



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

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



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

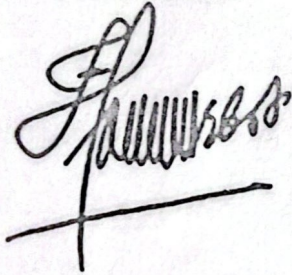
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten *Entertainment* di Platform Instagram Untuk Membangun *Brand Awareness* Perpustakaan MPR RI Berbasis Teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*)
Penulis : Ananda Aura Savitri
NIM : 2370404017
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan

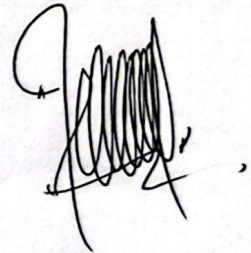
Ditanda tangani di ... Jakarta , 11 Juni 2026.

Pembimbing 1



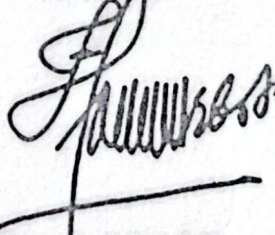
Zaenab, S.S., M.Si
NIP. 19921113019032025

Pembimbing 2



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

Mengetahui
Koordinator Program Studi
Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si
NIP. 19921113019032025

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ananda Aura Savitri
NIM : 2370404017
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

Dengan menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Pembuatan Konten Instagram @pustakampr Berbasis Teori AISAS Untuk Membangun Brand Awareness Perpustakaan MPR RI
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



Ananda Aura Savitri
NIM: 2370404017

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Ananda Aura Savitri
NIM : 2370404017
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

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: "Pembuatan Konten Instagram @pustakampr Berbasis Teori AISAS Untuk Membangun Brand Awareness Perpustakaan MPR RI"

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



Ananda Aura Savitri
NIM: 2370404017

ABSTRAK

Perpustakaan MPR RI memerlukan strategi konten Instagram yang lebih terstruktur untuk membangun *brand awareness*, mengingat pembuatan konten yang berjalan selama ini masih bersifat situasional dan belum menerapkan metode perancangan pesan tertentu, termasuk model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui tahapan pembuatan konten Instagram dalam format *Reels* Perpustakaan MPR RI berdasarkan model AISAS sebagai upaya membangun *brand awareness*. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, studi pustaka, dan wawancara. Hasil penulisan menunjukkan bahwa penerapan model AISAS membantu konten memiliki alur pesan yang lebih terarah, mulai dari menarik perhatian (*attention*), membangun ketertarikan (*interest*), mendorong pencarian informasi (*search*), mendorong tindakan (*action*), hingga membuka peluang audiens membagikan konten (*share*), baik berupa interaksi *digital* maupun kunjungan fisik ke Perpustakaan MPR RI. *Brand awareness* diukur melalui indikator tayangan (*impressions*) yang diperoleh dari Instagram *Insight*, serta data kunjungan fisik yang diperoleh melalui hasil wawancara dengan pustakawan Perpustakaan MPR RI. Konten Instagram berbasis AISAS dapat menjadi upaya yang efektif dalam membangun *brand awareness* Perpustakaan MPR RI, khususnya pada tahap *brand recognition*.

Kata kunci: AISAS, *brand awareness*, konten Instagram *Reels*.

ABSTRACT

The Library of the People's Consultative Assembly of the Republic of Indonesia (MPR RI) needs a more structured Instagram content strategy to build brand awareness, considering that its content creation has so far been situational and has not applied a specific message design method, including the AISAS model (Attention, Interest, Search, Action, Share). This final report aims to identify the stages of creating Instagram content in the Reels format for the MPR RI Library based on the AISAS model as an effort to build brand awareness. The method used is descriptive qualitative, with data collection techniques consisting of observation, literature study, and interviews. The results show that the application of the AISAS model helps content have a more directed message flow, starting from attracting attention, building interest, encouraging information search, encouraging audience action, and opening opportunities for the audience to share the content, both in the form of digital interaction and physical visits to the MPR RI Library. Brand awareness is measured through the impressions indicator obtained from Instagram Insight, as well as physical visit data obtained from interviews with librarians of the MPR RI Library. AISAS-based Instagram content can be an effective effort in building the brand awareness of the MPR RI Library, particularly at the brand recognition stage.

Keywords: AISAS, *brand awareness*, Instagram *Reels* content.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, kekuatan, dan kemudahan yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Laporan ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban akademik atas pelaksanaan penulisan yang merupakan bagian dari kurikulum Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Selama menyusun Laporan Tugas Akhir ini, penulis memperoleh banyak ilmu, pengalaman, dan wawasan baru yang sangat berguna baik dalam konteks akademik maupun profesional. Tentunya, laporan ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dwi Riyono, ST., M.Ak., Ph.D., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D., selaku Wakil Direktur 1.
3. Dr. Ir. Cholid Mawardi, S.Kom, M.T, selaku Wakil Direktur 2.
4. Dr. Dayu Sri Herti, S.Pd., M.Sn., selaku Wakil Direktur 3.
5. Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M, selaku Ketua Jurusan Komunikasi.
6. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi.
7. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan dan Pembimbing 1 penulis.
8. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom. selaku Sekretaris Program Studi Periklanan.
9. Khoirun Nisa', S.Pd., M.Si., selaku Pembimbing 2 penulis.
10. Seluruh tim dan karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah membimbing dan memberikan kesempatan belajar secara langsung di lingkungan akademik.

11. Para staf Jurusan Komunikasi dan seluruh civitas akademika Politeknik Negeri Media Kreatif atas dukungan administrasi dan fasilitas yang diberikan.
12. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat tanpa henti dalam setiap proses kehidupan penulis.
13. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Periklanan angkatan 2023 yang telah bersama-sama melewati berbagai proses pembelajaran selama 3 tahun terakhir.

Penulis menyadari bahwa laporan ini belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca maupun pihak-pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 11 Juni 2026

Penulis



Ananda Aura Savitri

NIM: 2370404017

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penulisan.....	6
F. Manfaat Penulisan.....	6
1. Manfaat bagi Penulis.....	6
2. Manfaat bagi Politeknik Negeri Media Kreatif.....	7
3. Manfaat bagi Masyarakat.....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Komunikasi Pemasaran.....	9
B. Media Komunikasi.....	10
1. Media Cetak.....	10
2. Media Elektronik.....	11
3. Media Luar Ruang (<i>Outdoor Media</i>).....	11

4. Media Digital (<i>New Media</i>).....	11
C. Media Sosial.....	12
1. Pengertian Media Sosial.....	12
2. Karakteristik Media Sosial.....	13
3. Jenis-Jenis Media Sosial.....	14
D. Instagram.....	14
1. Instagram sebagai Platform Media Sosial.....	14
2. Fitur-Fitur Instagram.....	15
3. Kelebihan dan Kekurangan Instagram.....	16
4. Jenis-Jenis Konten di Instagram.....	17
E. Konten Kreatif.....	17
F. Pilar-Pilar Konten.....	18
G. Pembuatan Konten (<i>Content Creation</i>).....	19
H. Analisis STP (Segmentation, Targeting, Positioning).....	22
1. Pengertian Analisis STP.....	22
2. Segmentasi (<i>Segmentation</i>).....	22
3. Penargetan (<i>Targeting</i>).....	23
4. Pemosisian (<i>Positioning</i>).....	23
I. Teori AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i>).....	24
1. Pengertian Model AISAS.....	24
2. Elemen-Elemen AISAS.....	25
3. Cara Menganalisis AISAS dalam Konten Instagram.....	27
J. <i>Brand Awareness</i>	28
1. Pengertian <i>Brand Awareness</i>	28
2. Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	29
3. Cara Mengukur <i>Brand Awareness</i> Secara Umum.....	32
4. Cara Mengukur <i>Brand Awareness</i> di Media Sosial.....	33
BAB III.....	36
METODE PELAKSANAAN.....	36
A. Data Penulisan.....	36
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	36

2. Profil Perusahaan.....	38
3. Visi dan Misi Perusahaan.....	38
4. Struktur Perusahaan.....	39
B. Teknik Pengumpulan Data.....	41
1. Observasi.....	41
2. Studi Pustaka.....	42
3. Wawancara.....	42
C. Ruang Lingkup.....	43
1. Peran sebagai Konten Kreator.....	43
2. Jenis Karya yang Dihasilkan.....	43
D. Langkah Kerja.....	44
1. Pra-Produksi.....	44
2. Produksi.....	45
3. Pasca-Produksi.....	46
BAB IV.....	48
PEMBAHASAN.....	48
A. Gambaran Umum Perpustakaan MPR RI.....	48
B. Gambaran Umum Pekerjaan.....	50
C. Kondisi Awal <i>Brand Awareness</i>	51
D. Tahapan Pembuatan Konten.....	52
1. <i>Segmentation</i> (Segmentasi).....	52
2. <i>Targeting</i> (Penargetan).....	53
3. <i>Positioning</i> (Pemosisian).....	54
4. Penerapan AISAS.....	54
5. Tahapan Produksi Konten AudioVisual.....	76
E. Hasil Pembuatan Konten dalam Membangun <i>Brand Awareness</i>	82
2. Analisis <i>Brand Awareness</i>	86
3. Hasil Kegiatan.....	91
BAB V.....	99
PENUTUP.....	99
A. Kesimpulan.....	99

B. Saran.....	101
1. Saran bagi Penulis.....	101
2. Saran bagi Politeknik Negeri Media Kreatif.....	101
3. Saran bagi Masyarakat.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	103
DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWA.....	106
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo MPR RI.....	36
Gambar 2. Struktur Organisasi Perpustakaan MPR RI.....	40
Gambar 3. Langkah Kerja Produksi Konten.....	44
Gambar 4. Logo MPR RI.....	48
Gambar 5. Contoh Daftar Kunjungan Fisik Perpustakaan MPR RI dengan Jumlah Pengunjung Nol.....	51
Gambar 7. Pra-Produksi.....	79
Gambar 8. Produksi/Take Video.....	80
Gambar 9. Pasca Produksi.....	81
Gambar 10. Pasca Produksi.....	81
Gambar 11. Konten Fasilitas Perpustakaan MPR RI.....	92
Gambar 12. Konten Koleksi Buku Populer.....	93
Gambar 13. Konten Ajakan Memilih Buku.....	94
Gambar 14. Konten Edukasi Tata Tertib Pengembalian Buku.....	95
Gambar 15. Konten Dialog Aturan Peminjaman Buku.....	96
Gambar 16. Konten Ajakan Membaca Buku dan Pengenalan Lokasi Perpustakaan MPR RI.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Analisis konten sebelum penerapan AISAS.....	55
Tabel 2. Analisis konten setelah penerapan AISAS.....	57
Tabel 3. Analisis konten sebelum penerapan AISAS.....	62
Tabel 4. Analisis konten setelah penerapan AISAS.....	65
Tabel 5. Analisis konten sebelum penerapan AISAS.....	70
Tabel 6. Analisis konten setelah penerapan AISAS.....	71
Tabel 7. Alur Kerja Pembuatan Konten Reels Perpustakaan MPR RI.....	77
Tabel 8. Analisis Sebelum dan Sesudah Penerapan AISAS.....	83
Tabel 9. Analisis Brand Awareness sebelum penerapan AISAS.....	88
Tabel 10. Analisis Brand Awareness setelah penerapan AISAS.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip dan Dokumentasi Wawancara.....	109
Lampiran 2 Lembar Bimbingan Tugas Akhir 1.....	110
Lampiran 3 Lembar Bimbingan Tugas Akhir 2.....	111
Lampiran 4 Surat Keterangan Magang.....	112
Lampiran 5 Lampiran Cek Plagiarisme.....	113
Lampiran 6 Dokumentasi Bimbingan.....	114
Lampiran 7 Dokumentasi Sidang.....	115

