

LAPORAN TUGAS AKHIR

PENGEMBANGAN KONTEN DENGAN PENDEKATAN AIDA UNTUK MENINGKATKAN AWARENESS PADA INSTAGRAM @JHONSA.PS

**Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya**



**Disusun Oleh :
ARMANSYAH
NIM : 2370404022**

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

LAPORAN TUGAS AKHIR

PENGEMBANGAN KONTEN DENGAN PENDEKATAN AIDA UNTUK MENINGKATKAN AWARENESS PADA INSTAGRAM @JHONSA.PS

**Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya**



**Disusun Oleh :
ARMANSYAH
NIM : 2370404022**

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

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : **PENGEMBANGAN KONTEN DENGAN PENDEKATAN AIDA UNTUK MENINGKATKAN *AWARENESS* PADA INSTAGRAM @JHONSA.PS**

Penulis : **Armansyah**

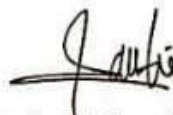
NIM : **2370404022**

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 Jumat, 10 Juli 2026

Disahkan Oleh:
Ketua Penguji



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

Anggota 1



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

Anggota 2



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

Mengetahui:
Ketua Jurusan Komunikasi



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : PERENCANAAN STRATEGI KONTEN
DENGAN PENDEKATAN *AIDA* UNTUK
MENINGKATKAN *AWARENESS* PADA
INSTAGRAM @JHONSA.PS

Penulis : Armansyah

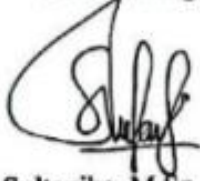
NIM : 2370404022

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 12 Juni 2026

Pembimbing 1



Sifa Sultanika, M.Sn.
NIP: 199406252022032017

Pembimbing 2



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

Mengetahui:

Koordinator Program Studi Periklanan



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

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Armansyah
NIM : 2370404022
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

“PERENCANAAN STRATEGI KONTEN DENGAN PENDEKATAN *AIDA*
UNTUK MENINGKATKAN *AWARENESS* PADA INSTAGRAM
@JHONSA.PS”

adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.

Bilamana pada kemudian hari di temukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia di tuntutan dan di proses sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 12 Juni 2026

Penulis,



Armansyah

NIM: 2370404022

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Armansyah
NIM : 2370404022
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Nonesklusif (*Non-Exclusive Royalty- Free right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul “PERENCANAAN STRATEGI KONTEN DENGAN PENDEKATAN *AIDA* UNTUK MENINGKATKAN *AWARENESS* PADA INSTAGRAM @JHONSA.PS”.

Dengan Hak Bebas Royalti Nonesklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Jakarta, 12 Juni 2026

Penulis,



Armansyah

NIM: 2370404022

ABSTRACT

This study analyzes Instagram content on the @jhonsa.ps account and develops it using the AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) approach to increase awareness of the Jhonsa brand. A descriptive qualitative method was used, with data collected through observation, documentation, and literature study. Findings show that content previously uploaded on @jhonsa.ps lacked a consistent visual identity and content variety, resulting in suboptimal awareness. Content development involved establishing a consistent visual identity (color palette, typography, design style) and creating varied content, including educational, product, event documentation, and collaboration content. During April-July 2026, account performance improved: followers grew from 954 to 1,207 (26.5%), reach averaged +128.0%, impressions averaged +28.8%, and profile activity and visits grew by 33.8% and 35.2% respectively. AIDA-based content development supported by a consistent visual identity effectively expanded reach and strengthened awareness, serving as a reference for other SMEs managing social media.

Keywords: content development, instagram, AIDA approach, awareness, Jhonsa

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis konten Instagram pada akun @jhonsa.ps dan mengembangkannya menggunakan pendekatan AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) untuk meningkatkan *awareness* merek Jhonsa. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil menunjukkan bahwa konten yang sebelumnya diunggah pada @jhonsa.ps belum memiliki identitas visual yang konsisten dan variasi konten yang terbatas, sehingga *awareness* belum optimal. Pengembangan konten dilakukan dengan menyusun identitas visual konsisten (*color palette*, tipografi, gaya desain) serta mengembangkan variasi konten edukasi, produk, dokumentasi *event*, dan kolaborasi. Pada periode April-Juli 2026, performa akun meningkat: pengikut bertambah dari 954 menjadi 1.207 (26,5%), *reach* rata-rata +128,0%, *impressions* rata-rata +28,8%, serta *profile activity* dan *profile visit* masing-masing tumbuh 33,8% dan 35,2%. Pengembangan konten berbasis AIDA yang didukung identitas visual konsisten terbukti memperluas jangkauan dan memperkuat *awareness*, serta dapat menjadi referensi bagi UMKM lain dalam mengelola media sosial.

Kata Kunci: pengembangan konten, instagram, pendekatan AIDA, *awareness*, Jhonsa

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan jalan yang luas untuk penulis untuk menyatukan pikiran dan perasaannya dalam menjalankan perannya sebagai mahasiswa yang menuangkan seluruh tenaganya dalam pelaksanaan praktik industri dan penulisan lembaran-lembaran yang berisikan laporan praktik industri.

Penulis akan memberikan gambaran kegiatan praktik industri yang dijalani selama enam bulan lamanya di PT Jhonsa Production Sportindo sebagai *Social Media Intern*. Penulis turut ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada individu yang telah memberikan dukungan kepada penulis, sekali lagi, terima kasih banyak kepada:

1. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Mawan Nugraha, Ph.D, Wakil Direkrur Bidang Akademik Politeknik Negeri Media Kreatif.
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., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Periklanan.
7. Sifa Sultanika, M.Sn., Selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir.
8. Dhiyaa Thurfah Ilaa, S.P., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Praktik Industri.
9. Seluruh dosen dan tenaga pendidikan, beserta civitas Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah membantu, melayani, dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Media Kreatif.
10. Mama Sari, Bapak Kisto, Mba Dinda, dan Acel yang telah mendukung dan mendoakan penulis selama masa perkuliahan.
11. Bapak Deni Yoeswin Mesyal dan seluruh staf serta keluarga yang telah memberikan dukungan kepada penulis selama menempuh magang di PT Jhonsa Production Sportindo

12. Kepada pemilik NIM 2394406014 yang selalu memberikan dukungan, perhatian, semangat, dan kesabaran dari awal masa perkuliahan. Terima kasih karena telah menjadi salah satu sumber motivasi penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan sebaik-baiknya.
13. Teman-teman Prodi Periklanan yang saling memberikan dukungan satu sama lain dan membantu penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif.
14. Rekan-rekan organisasi UKM mahasiswa Polimedia yang telah memberikan pengalaman kepada penulis dalam berorganisasi di lingkungan Politeknik Negeri Media Kreatif.

Penulis yakin masih banyak kurangnya baik saat melakukan praktik industri maupun pembuatan laporan praktik industri. Semoga laporan praktik industri ini bisa memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca. Semoga penulis dapat melakukan yang lebih baik lagi. Demikian yang penulis dapat sampaikan, penulis mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 10 Juli 2026

Penulis,

Armansyah

NIM: 2370404022

DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRACT.....	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penulisan.....	8
F. Manfaat Penulisan.....	8
1. Manfaat bagi Penulis	8
2. Manfaat bagi Politeknik Negeri Media Kreatif.....	9
3. Manfaat bagi Masyarakat.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Komunikasi Pemasaran Digital.....	10
B. Media Sosial	13
1. Definisi Media Sosial	13
2. Instagram	15

C. Analisis Target Audience dengan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>)	19
1. <i>Segmenting</i>	19
2. <i>Targeting</i>	20
3. <i>Positioning</i>	20
D. Pengembangan Konten	20
1. Tujuan Pengembangan Konten	22
2. Unsur Pengembangan Konten.....	23
E. Identitas Visual	24
2. Unsur-unsur Identitas Visual	26
F. Variasi Konten	28
G. Penyampaian Pesan Komunikasi.....	29
H. <i>Awareness</i>	30
1. Indikator <i>Awareness</i> pada Media Sosial.....	31
I. Pendekatan AIDA	32
1. <i>Attention</i>	33
2. <i>Interest</i>	34
3. <i>Desire</i>	34
4. <i>Action</i>	34
J. <i>Key Performace Indikator</i> (KPI) Matriks Sosial Media	35
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	38
A. Data Perusahaan	38
1. Profil Perusahaan.....	38
2. Profil Produk Perusahaan.....	39
3. Profil Instagram @jhonsa.ps.....	41
B. Metode Pelaksanaan.....	42
C. Teknik Pengumpulan Data	43
1. Observasi	43
2. Dokumentasi	44
3. Studi Pustaka.....	44

D. Ruang Lingkup	45
1. Peran Penulis.....	45
2. Kategori Karya	46
3. Ide Kreatif	47
E. Langkah Kerja <i>Social Media Intern</i>	49
1. Praproduksi	49
2. Produksi	49
3. Pascaproduksi	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Analisis Situasi	52
1. Gambaran Umum Jhonsport	52
2. Produk dan layanan	54
3. Instagram	54
B. Analisis STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>).....	55
1. <i>Segmenting</i>	56
2. <i>Targeting</i>	58
3. <i>Positioning</i>	58
C. Proses Pengembangan Konten.....	58
1. Tahap Praproduksi.....	58
2. Tahap Produksi.....	60
3. Tahap Pascaproduksi	67
D. Penerapan AIDA dalam Konten.....	69
E. Komparasi Konten Sebelum dan Sesudah Ditangani	71
1. Rancangan Color Pallete.....	71
2. Pengembangan Identitas Visual	73
3. Pengembangan Variasi Konten	75
F. Peningkatan Performa Akun.....	79
1. Perbandingan Pertumbuhan <i>Followers</i>	80
2. Peningkatan Performa Akun	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
A. Kesimpulan.....	85

B. Saran	86
1. Saran kepada PT Jhonsa Production Sportindo	86
2. Saran kepada Politeknik Negeri Media Kreatif	88
3. Saran kepada Masyarakat	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Instagram	3
Gambar 3. 1 Logo PT Jhonsa Production Sportindo	38
Gambar 3. 2 Logo Jhonsport.....	39
Gambar 3. 3 Profil Instagram@jhonsa.ps	41
Gambar 3. 4 Langkah Kerja	49
Gambar 4. 1 Logo Jhonsport.....	52
Gambar 4. 2 Profil Instagram	55
Gambar 4. 3 Mencari Referensi	59
Gambar 4. 4 Foto Produk.....	60
Gambar 4. 5 Foto Produk.....	61
Gambar 4. 6 Aplikasi Canva	61
Gambar 4. 7 Ukuran Artboard	62
Gambar 4. 8 Memasukan Foto Produk.....	63
Gambar 4. 9 Memasukan Teks Informasi	65
Gambar 4. 10 Menyimpan Desain.....	66
Gambar 4. 11 Upload Konten.....	67
Gambar 4. 12 Pembuatan Caption.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Mahasiswa	89
Lampiran 2. Lembar Bimbingan TA Dosen Pembimbing 1	90
Lampiran 3. Lembar Bimbingan TA Dosen Pembimbing 2	91
Lampiran 4. Sertifikat Praktik Industri	92
Lampiran 5. Hasil Cek Plagiarisme	94
Lampiran 6. Dokumentasi dengan Pembimbing	95
Lampiran 7. Dokumentasi Kegiatan	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 <i>Key Performace Indikator</i> (KPI) Matriks.....	36
Tabel 4. 1 Tabel Produk dan Layanan	54
Tabel 4. 2 Penerapan Metode AIDA	69
Tabel 4. 3 <i>Color Palette</i>	72
Tabel 4. 4 Tampilan <i>Feeds</i> Sebelum dan Sesudah Penanganan.....	73
Tabel 4. 5 Pengembangan Variasi Konten	75
Tabel 4. 6 Perbandingan <i>Followers</i>	80
Tabel 4. 7 Peningkatan Performa Akun.....	84
Tabel 4. 8 Matriks KPI Peningkatan Performa Akun.....	84