

**LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
MALVE *CLINIC* DENGAN METODE *AISAS* UNTUK
MENINGKATKAN *AWARENESS***

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



Disusun Oleh:

GENDIS MAHESWARI

NIM: 2370404051

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

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Media Sosial Instagram Malve Clinic
dengan Metode AISAS untuk Meningkatkan Awareness

Penulis : Gendis Maheswari

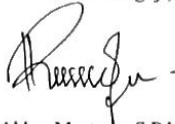
NIM : 2370404051

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas
Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa, 14 Juli 2026.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Rizki Akbar Mustopa, S.Pd., Gr., M.Pd.
NIP.199304272024061001

Anggota 1



Faika Amanda Rahardian, S.E., M.Com.

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

Judul Tugas Akhir : PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
MALVE CLINIC DENGAN METODE AISAS UNTUK
MEMBANGUN AWARENESS

Penulis : Gendis Maheswari

NIM : 2370404051

Program studi : Periklanan

Jurusan : komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 11 Juni 2026

Pembimbing 1



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

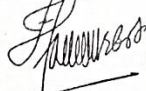
Pembimbing 2



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

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Periklanan



Zacnab, S.S., M.Si.

NIP. 199211132019032025

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR
DAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Gendis Maheswari
NIM	: 2370404051
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

**“PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MALVE CLINIC
MENGUNAKAN METODE AISAS UNTUK MEMBANGUN 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,




Gendis Maheswari

NIM. 2370404051

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Gendis Maheswari
NIM : 2370404051
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 MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MALVE CLINIC MENGGUNAKAN METODE AISAS UNTUK MEMBANGUN AWARENESS”

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,

Materai



Gendis Maheswari
NIM. 2370404051

ABSTRAK

Perkembangan media sosial menjadikan Instagram sebagai platform efektif dalam strategi pemasaran digital untuk meningkatkan *brand awareness*, khususnya bagi bisnis kecantikan seperti klinik kecantikan. Tingginya penggunaan Instagram serta perilaku konsumen *digital* yang bergantung pada media sosial sebagai sumber informasi kecantikan menjadikan pengelolaan konten yang sistematis sebagai kebutuhan penting bagi @malveclinic. Tugas akhir ini bertujuan merancang konten Instagram @malveclinic dengan metode AISAS guna menciptakan alur komunikasi yang lebih efektif sesuai kebutuhan audiens dan tujuan komunikasi klinik. Prosedur kerja terdiri dari tiga tahapan: tahap pra produksi mulai dari riset referensi dan *content planning* meliputi topik, *hook*, *caption*, *hashtag*, CTA, dan jadwal publikasi, tahap produksi *take content* berupa foto, video, serta desain dan *editing* konten, dan tahap pasca produksi revisi bersama mentor hingga publikasi konten final. Data diperoleh dari observasi langsung selama praktik kerja lapangan, riset kompetitor, serta analisis karakteristik audiens dan perilaku konsumen *digital* di industri kecantikan, yang menjadi dasar penentuan tema dan format konten. Hasil tugas akhir ini berupa rancangan konten Instagram @malveclinic yang mencakup konten edukasi, promosi, dan interaktif, dirancang sesuai karakteristik audiens dan perilaku konsumen digital guna mendukung peningkatan brand awareness klinik.

Kata kunci: Instagram, konten media sosial, AISAS, brand awareness, digital marketing

ABSTRACT

Perkembangan media sosial menjadikan Instagram sebagai platform efektif dalam strategi pemasaran digital untuk meningkatkan *brand awareness*, khususnya bagi bisnis kecantikan seperti klinik kecantikan. Tingginya penggunaan Instagram serta perilaku konsumen *digital* yang bergantung pada media sosial sebagai sumber informasi kecantikan menjadikan pengelolaan konten yang sistematis sebagai kebutuhan penting bagi @malveclinic. Tugas akhir ini bertujuan merancang konten Instagram @malveclinic dengan metode AISAS guna menciptakan alur komunikasi yang lebih efektif sesuai kebutuhan audiens dan tujuan komunikasi klinik. Prosedur kerja terdiri dari tiga tahapan: tahap pra produksi mulai dari riset referensi dan *content planning* meliputi topik, *hook*, *caption*, *hashtag*, CTA, dan jadwal publikasi, tahap produksi *take content* berupa foto, video, serta desain dan *editing* konten, dan tahap pasca produksi revisi bersama mentor hingga publikasi konten final. Data diperoleh dari observasi langsung selama praktik kerja lapangan, riset kompetitor, serta analisis karakteristik audiens dan perilaku konsumen digital di industri kecantikan, yang menjadi dasar penentuan tema dan format konten. Hasil tugas akhir ini berupa rancangan konten Instagram @malveclinic yang mencakup konten edukasi, promosi, dan interaktif, dirancang sesuai karakteristik audiens dan perilaku konsumen digital guna mendukung peningkatan brand awareness klinik.

Kata kunci: Instagram, konten media sosial, AISAS, brand awareness, digital marketing

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/Sarjana Terapan Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Laporan TA 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., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D. Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Imanuel Ronald David Mongkau, M.M., Ketua Jurusan Komunikasi.
4. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn. Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S., M.I.Kom., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom. Sekretaris Program Studi Periklanan.
7. Ifah Atur Kurniati, M.I.Kom. sebagai Dosen Pembimbing I.
8. Rona Agustin, M.I.Kom. sebagai Dosen Pembimbing II.
9. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
10. Kepada kedua orang tuaku tercinta, meskipun kita bukan keluarga yang terbiasa berbicara dari hati ke hati, penulis tahu bahwa dibalik keheningan itu tersimpan doa yang tak pernah putus untuk penulis. Penulis memahami dan merasakan bahwa dukungan yang kalian berikan selama ini hadir dalam bentuk yang berbeda, kalian mungkin tidak selalu mengucapkannya, tetapi tindakan dan keberadaan kalian adalah bukti kasih sayang yang tak terhingga. Setiap langkah dan pencapaian yang penulis raih, termasuk selesainya tugas akhir ini, adalah bagian dari doadan harapan kalian. Terimakasih atas segala pengorbanan, restu, dan kebahagiaan yang telah kalian berikan.

11. kepada sahabat-sahabat tercinta “Trio Kwek-Kwek” (Sofia dan Audy), perjumpaan kita dibangku perkuliahan merupakan anugerah yang tidak pernah disangka penulis sebelumnya. Kalian bukan sekedar teman seperjalanan, melainkan keluarga yang tumbuh dalam suka dan duka proses akademik maupun kehidupan pribadi. Kehadiran kalian selalu menjadi tempat berbagi cerita, pendengar setia, dan penopang semangat yang mampu menerima penulis apa adanya tanpa menghakimi. Terimakasih atas kenangan indah, setiap perjalanan hidup dan momen berharga yang telah kita lalui bersama.
12. kepada teman-teman terkasih penulis, Shifa, Ukhti, Titan, Avriel, Ardel, Devani, Laras, Asha, Isyana, Jason, dan teman-teman lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas segala nasihat, arahan, serta bantuan dengan tulus tanpa pamrih, dalam proses akademik maupun dalam kehidupan pribadi penulis. Di masa sulit kalian hadir sebagai penguat dan penunjuk arah. Terimakasih atas kepedulian, kesabaran, dan ketulusan yang selalu kalian berikan.
13. Kepada teman-teman *Advertising* kelas B angkatan 2023, terimakasih atas solidaritas dan kebersamaan yang tidak pernah terasa sendiri. Kita tumbuh bersama dalam proses yang panjang, saling menguatkan dalam keterbatasan, dan saling menjadi saksi bahwa setiap perjuangan selalu menemukan akhirnya.
14. *Last but not least*, terimakasih untuk Gendis Maheswari, diri penulis sendiri atas perjuangan yang mungkin tidak banyak terlihat oleh orang lain, atas mimpi tentang karir besar yang diam-diam kamu perjuangkan meskipun belum menjadi takdirmu untuk berjalan ke arah itu. Namun kamu membuktikan bahwa kamu mampu mengimbangi dengan baik dan menyelesaikan perjalanan ini tepat waktu. Setiap lelah, setiap air mata, dan setiap doa yang terucap dalam diam adalah bukti keteguhan hatimu. Kamu telah melakukan yang terbaik.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang meningkatkan untuk tugas akhir ini agar lebih bermanfaat bagi pembacanya.

Depok, 12 juli 2026

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'G' followed by a vertical line and a small flourish.

Gendis Maheswari
NIM. 2370404051

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penulisan	5
F. Manfaat Penulisan	6
a. Manfaat Bagi Politeknik Negeri Media Kreatif	6
b. Manfaat bagi Masyarakat	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Periklanan	7
B. Media Sosial.....	8
2.1 Jenis jenis Konten Media Sosial:	9
C. INSTAGRAM	12
1.1 Jenis fitur-fitur di Instagram	13
D. PROSES KREATIF	14
a. Content Creator	15
b. Brand Awareness	16
c. Metode AISAS	17
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	20
A. Data Perusahaan.....	20
1. Objek Penulisan.....	20

2. Data Penulisan.....	21
3. Instagram @malveclinic.....	22
B. Teknik Pengumpulan Data.....	23
1. Observasi.....	23
2. Wawancara.....	23
3. Studi Pustaka.....	23
C. Ruang Lingkup.....	24
1. Peran Penulis.....	24
2. Kategori Karya.....	25
3. Ide Kreatif.....	25
D. Langkah Kerja.....	26
1. Pra Produksi.....	26
2. Produksi.....	27
3. Pasca Produksi.....	27
BAB IV PEMBAHASAN.....	28
A. Gambaran umum.....	29
B. Alur Kerja Perancangan Konten Instagram.....	31
1. Persiapan.....	31
2. Pelaksanaan.....	39
3. Tahap Penyelesaian.....	45
C. Penerapan Metode AISAS.....	50
1. Analisis Konten Malve <i>Clinic</i> dengan Metode AISAS.....	50
D. Hasil Karya.....	53
a. Konten Promosi (<i>promotion</i>).....	54
b. Konten Edukasi.....	55
c. Konten Informasi.....	56
E. Performa Konten.....	57
a. Insight Akun Instagram @malveclinic.....	57
b. Top Content Akun Instagram @malveclinic.....	58
F. Penerapan Metode AISAS.....	60

BAB V PENUTUP	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran	63
a. Saran Bagi Politeknik Negeri Media Kreatif	63
b. Saran Bagi Masyarakat	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data pengguna sosial media klinik di indonesia kecantikan.....	2
Gambar 2 Pyramid of Awareness.....	16
Gambar 3 AISAS Model.....	17
Gambar 4 Logo Perusahaan.....	19
Gambar 5 Akun instagram Malve Clinic.....	21
Gambar 6 Konten Instagram malveclinic sebelum dikelola.....	23
Gambar 7 List Referensi konten untuk Malve Clinic.....	31
Gambar 8 data content planning selama satu bulan.....	32
Gambar 9 proses pengambilan gambar.....	35
Gambar 10 Proses pembuatan konten.....	37
Gambar 11 Proses editing.....	39
Gambar 12 tahap revisi konten yang akan di publikasi.....	41
Gambar 13 proses publikasi konten.....	42
Gambar 14 gambar feeds online glow dan insight konten.....	43
Gambar 15 cover reels reels ipl underarm dan insight konten.....	48
Gambar 16 cover reels NCTF undereye dan insight konten.....	49
Gambar 17 data perfoma konten sebelum dan sesudah.....	50
Gambar 18 Top Konten Instagram Malve Clinic.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis Metode AISAS.....	44
Tabel 2 Hasil Konten yang telah dibuat.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip wawancara.....	60
Lampiran 2 Biodata Mahasiswa.....	62
Lampiran 3 Surat Bebas Biaya Pendidikan.....	65
Lampiran 4 Kartu Bimbingan Tugas Akhir.....	66
Lampiran 5 Kartu Bimbingan Tugas Akhir.....	67
Lampiran 6 Surat Keterangan Praktik Industri.....	68
Lampiran 7 Dokumentasi Kegiatan Terkait Tugas Akhir.....	69
Lampiran 8 Dokumentasi Kegiatan Terkait Tugas Akhir.....	70
Lampiran 9 Dokumentasi Sidang Tugas Akhir.....	71