

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM MALVE.ID MENGUNAKAN MODEL AISAS UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT PADA AUDIENS

**Diajukan sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar ahli madya**



**Disusun oleh :
KEYLA FEBRIANA
NIM: 2370404064**

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

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM MALVE.ID
MENGUNAKAN MODEL AISAS UNTUK MENINGKATKAN
ENGAGEMENT PADA AUDIENS

Penulis : Keyla Febriana

NIM : 2370404064

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 Senin, 20 Juli 2026

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



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

Anggota 1



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

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 Malve.id Menggunakan Model AISAS untuk Meningkatkan *Engagement* pada Audiens**

Penulis : Keyla Febriana

NIM : 2370404064

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di *Jakarta*....., *8 Juli 2026*.....

Pembimbing 1



Rizki Akbar Mustopa, S.Pd., M.Pd.
NIP. 19934272024061001

Pembimbing 2



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

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN
BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Keyla Febriana
NIM : 2370404064
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

**“Pembuatan Konten Instagram Malve.id Menggunakan Model AISAS
untuk Meningkatkan *Engagement* pada Audiens”**

**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, 10 Juni 2026

Yang menyatakan,



Keyla febriana

NIM: 2370404064

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Keyla Febriana
NIM : 2370404064
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 Malve.id Menggunakan Model AISAS untuk Meningkatkan *Engagement* pada Audiens Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagaipemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Yang menyatakan,



Keyla Febriana
NIM : 2370404064

ABSTRACT

Social media has now shifted its function to become the primary search engine for consumers researching beauty services. As a provider of eyebrows, nails, eyelash extension, waxing, and spa services, Malvé utilizes Instagram @malve.id for promotion. However, its content tends to focus excessively on visual aesthetics while lacking essential information, thereby triggering hesitation among potential customers to make reservations. This final project aims to design a more functional Instagram content strategy for Malve.id using the AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) model. The research method involves direct observation and Instagram Insights analysis. The production process is divided into pre-production, production, and post-production stages. The results of the strategic implementation demonstrate a significant increase in audience response across likes, comments, shares, and saves metrics. This approach not only boosts the engagement rate but also effectively educates the audience regarding Malvé's service quality, while simultaneously proving the relevance of the AISAS model in digital beauty marketing.

Keywords: AISAS, Instagram Content, Engagement, Social Media, Beauty Industry, Malvé.

ABSTRAK

Media sosial kini beralih fungsi menjadi mesin pencari utama bagi konsumen untuk meriset layanan kecantikan. Sebagai penyedia jasa *eyebrows, nails, eyelash extension, waxing*, dan *spa*, Malvé memanfaatkan Instagram @malve.id untuk promosi. Namun, kontennya cenderung terlalu fokus pada estetika visual dan minim informasi, sehingga memicu keraguan calon pelanggan untuk reservasi. Tugas Akhir ini bertujuan merancang strategi konten Instagram Malve.id yang lebih fungsional menggunakan model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Metode penelitian melibatkan observasi langsung dan analisis *Instagram Insights*. Proses pengerjaan dibagi menjadi tahap praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Hasil penerapan strategi menunjukkan peningkatan respons audiens yang signifikan pada metrik *likes, comments, shares*, dan *saves*. Pendekatan ini tidak hanya menaikkan *engagement rate*, tetapi juga efektif mengedukasi audiens mengenai kualitas layanan Malvé, sekaligus membuktikan relevansi model AISAS dalam pemasaran digital kecantikan.

Kata Kunci: AISAS, Konten Instagram, *Engagement*, Media Sosial, Industri Kecantikan, Malvé.

PRAKATA

Puji syukur sedalam-dalamnya penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala limpahan rahmat, kekuatan, serta kesabaran luar biasa yang senantiasa menyertai setiap langkah perjalanan penulis. Berkat kemudahan dan keteguhan hati yang diberikan-Nya, penulis akhirnya dapat merampungkan penyusunan Laporan Tugas Akhir ini dengan sebaik-baiknya.

Laporan Tugas Akhir yang berjudul **“Pembuatan Konten Instagram Malve.id Menggunakan Model AISAS untuk Meningkatkan *engagement* pada Audiens”** ini merupakan hasil dari proses belajar, observasi, dan praktik lapangan yang penulis jalani selama masa perkuliahan. Penulisan laporan ini disusun secara sistematis sebagai salah satu syarat akademis yang wajib dipenuhi guna memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.) pada Program Studi Periklanan, Jurusan Komunikasi, di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta. Penulis menyadari bahwa karya ini bukan sekadar tugas akhir, melainkan wujud tanggung jawab intelektual atas ilmu yang telah didapatkan selama menempuh pendidikan di kampus tercinta.

Penulis menyadari bahwa Laporan Tugas Akhir ini tidak akan terselesaikan dengan optimal tanpa bantuan, bimbingan, serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya 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 dan Kerja Sama;
3. Dr. Ir. Cholid Mawardi, S.Kom., M.T., Wakil Direktur Bidang Perencanaan Keuangan dan Umum;
4. Dr. Dayu Sri Herti, S.Pd., M.Sn., Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan dan Alumni;
5. Imanuel Ronald David Mongkau, 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, S. Kom., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Periklanan dan dosen Pembimbing Tugas Akhir 2, yang telah memberikan kesabaran serta bimbingan teknis mendalam dalam penyusunan laporan ini;
9. Rizki Akbar Mustopa, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir 1, yang telah memberikan segala arahan, ilmu, dan koreksi berharga demi kesempurnaan laporan praktik penulis;
10. Zerika Yolanda sebagai pimpinan PT. MONO ESTETIKA GROUP;
11. Dhio Dwi Firmandha selaku Pembimbing Industri, yang telah memberikan bimbingan langsung, transfer ilmu, dan arahan praktis yang sangat bermanfaat di lapangan kerja;
12. para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini;
13. seluruh karyawan PT Mono Estetika Group atas keramahan, keterbukaan, serta kerja sama yang sangat hangat selama penulis berada di lingkungan kerja, sehingga penulis merasa menjadi bagian dari keluarga besar perusahaan;
14. keluarga Penulis yang telah memberikan motivasi dan semangat. serta motivasi moril maupun materiel yang selalu menyemangati langkah penulis;
15. teman-teman seperjuangan di Program Studi Periklanan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta angkatan 2023;
16. Salvia lyana selaku saudara kandung penulis, yang selalu memberikan dukungan moral, hiburan, dan kasih sayang persaudaraan yang tulus kepada penulis;

17. Gratio Tri Krisantoso selaku sahabat penulis, yang selalu setia menjadi pendengar yang baik serta siap memberikan bantuan dan semangat di setiap proses yang penulis lalui;
18. Empower group kelompok belajar sekaligus sahabat-sahabat perempuan seperjuangan di kelas, yang telah menjadi sistem pendukung luar biasa selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.

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

Jakarta, 3 Maret 2026

Penulis,

Keyla Febriana

NIM 2370404064

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
ABSTRAK.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
A. Identifikasi Masalah.....	6
B. Batasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penulisan.....	7
E. Manfaat Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Komunikasi Pemasaran digital	10
B. Hakikat dan Kriteria Konten	11
1. Definisi konten.....	11
2. Konten yang Berkualitas.....	12
3. Peran konten yang berkualitas	13
C. Model Perilaku Konsumen AISAS	14
D. <i>Engagement</i>	17
1. Pengertian <i>Engagement</i>	17
2. <i>Engagement Rate</i>	18
3. <i>Engagement rate by followers</i>	18
4. <i>Engagement Rate by Reach (ERR)</i>	20

BAB III METODE PELAKSANAAN.....	21
A. Data/Objek Penulisan.....	21
B. Teknik Pengumpulan Data Lapangan	26
1. Observasi Partisipan	26
2. Analisis Deskriptif Metrik Media Sosial	26
C. Langkah Kerja.....	26
2. Tahap Produksi (Pelaksanaan)	29
3. Tahap Pascaproduksi (Evaluasi)	30
BAB IV PEMBAHASAN.....	31
A. Kondisi awal	31
1. Profil akun Instagram malve.id.....	31
2. Analisis kondisi awal	32
B. Proses dan Hasil Pembuatan Konten Berbasis AISAS	35
1. Alur kerja	35
2. Penerapan model AISAS dalam konten instagram Malve.id	40
3. Hasil pekerjaan	47
C. Peningkatan <i>Engagement</i>	49
BAB V.....	57
A. KESIMPULAN.....	57
B. SARAN	58
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Instagram malve sebelum.....	32
Gambar 4. 2 Engagement Instagram Malve sebelum	33
Gambar 4. 3 Briefing terapis.....	35
Gambar 4. 4 Pengambilan Foto dan Video	36
Gambar 4. 5 Proses editing photo & Video	38
Gambar 4. 6 Evaluasi Engagement	39
Gambar 4. 7 Matrix sebelum rekonstruksi konten	50
Gambar 4. 8 Matrix sebelum rekonstruksi konten	51

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Penerapan Model AISAS Pilar konten Sales Activation	40
Tabel 4. 2 Penerapan Model AISAS Pilar konten Edukasi.....	42
Tabel 4. 3 Penerapan Model AISAS Pilar konten Promosi	44
Tabel 4. 4 Penerapan Model AISAS Pilar konten Hiburan	46
Tabel 4. 5 Hasil pekerjaan.....	48
Tabel 4. 6 Sebelum dan sesudah penerapan.....	52

DAFTAR BAGAN

Bagan 3. 1 Langkah kerja.....	27
-------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar riwayat hidup	63
Lampiran 2 Lembar pembimbing 1 Tugas Akhir	66
Lampiran 3 Lembar pembimbing 2 Tugas Akhir	67
Lampiran 4 Sertifikat Magang	68
Lampiran 5 Lembar Hasil Cek Plagiarisme	69
Lampiran 6 Dokumentasi kegiatan terkait Tugas Akhir	70
Lampiran 7 Dokumentasi Sisang Tugas Akhir	71