

LAPORAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN PEMBUATAN KONTEN TIKTOK @temanberibadah UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* HIJABERLIN

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Ahli Madya



Disusun Oleh:

SYAFRINA MARSYA DWIPUTRI

2370404143

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA

2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : Perancangan Pembuatan Konten TikTok @temanberibadah
Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Hijaberlin
Penulis : Syafrina Marsya Dwiputri
NIM : 2370404143
Prpgram 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:

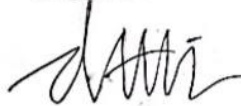
Ketua Penguji,



Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd

NIP. 196204291985012001

Anggota I



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

NIP. 199709112025062014

Anggota II



Pahala Basuki, M.I.Kom

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi



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

NIP. 197106062006041001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Syafrina Marsya Dwiputri
NIM : 2370404143
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di ...Jakarta..., 12 Juli 2026.....

Pembimbing I



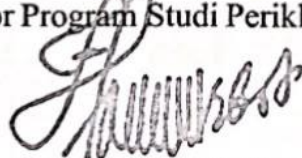
Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
NIP. 197508072009121001

Pembimbing II



Pahala Basuki, M. I.Kom

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Judul Tugas Akhir : Perancangan Pembuatan Konten TikTok @temanberibadah
Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Hijaberlin

Penulis : Syafrina Marsya Dwiputri

NIM : 2370404143

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2025/2026

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif Hak Bebas *Royalti Non Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)* atas karya ilmiah saya yang berjudul: Perancangan Pembuatan Konten TikTok @temanberibadah Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Hijaberlin

Dengan Hak bebas Royalti Non Eksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengali media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasi tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 14 Juli 2026

Yang menyatakan,



Syafrina Marsya Dwiputri

NIM. 2370404143

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Judul Tugas Akhir : Perancangan Pembuatan Konten TikTok @temanberibadah
Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Hijaberlin

Penulis : Syafrina Marsya Dwiputri

NIM : 2370404143

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Perancangan Pembuatan Konten Tiktok @temanberibadah Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Hijaberlin adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas plagiarisme

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh dan sebenar-benarnya

Jakarta, 14 Juli 2026

Yang menyatakan,



Syafrina Marsya Dwiputri

NIM. 2370404143

ABSTRACT

Many brands utilize TikTok as a marketing communication platform by creating creative and innovative content to attract audiences. However, Hijaberlin's brand awareness on TikTok still needs to be improved because its main account has not been optimal in reaching new audiences. This study aims to design and produce TikTok content as a marketing communication medium to increase Hijaberlin's brand awareness during the February–April 2026 period. The study applies the Segmentation, Targeting, and Positioning (STP) analysis and the AIDCA (Attention, Interest, Desire, Conviction, Action) model. Data were collected through observation, literature study, and documentation. The content creation process included content planning, content pillar development, content brief preparation, production, publishing, and content evaluation. The results showed an increase in post views from 49.7 thousand to 239.2 thousand and profile visits from 1.6 thousand to 4.6 thousand. These findings indicate that the design and production of TikTok content through the @temanberibadah account successfully increased Hijaberlin's brand awareness.

Keywords: TikTok, *Brand Awareness*, AIDCA, STP.

ABSTRAK

Berbagai brand berlomba-lomba memanfaatkan TikTok sebagai media komunikasi pemasaran dengan menghadirkan konten yang kreatif dan inovatif untuk menarik perhatian audiens. *Brand awareness* Hijaberlin pada platform TikTok perlu ditingkatkan karena akun utama belum optimal dalam menjangkau audiens baru. Tujuan dari penulisan ini merancang dan membuat content pada platform TikTok sebagai media komunikasi pemasaran Hijaberlin untuk meningkatkan *brand awareness* Hijaberlin pada periode Februari–April 2026. Teori yang digunakan model STP (*Segmenting, Targetting, Positioning*) dan model AIDCA (*Attention, Interest, Desire, Conviction, Action*). Metode pengumpulan data (observasi, studi pustaka, dan dokumentasi). Metode Penulisannya menggunakan pembuatan (project-based). Perancangan pembuatan konten tiktok @temanberibadah untuk meningkatkan *brand awareness* hijaberlin melalui proses penyusunan *content planning, content pillar, content brief*, proses produksi, publikasi, hingga evaluasi konten. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan jumlah tayangan postingan dari 49,7 rb menjadi 239,2 rb, tampilan profil 1,6 rb menjadi 4,6 rb. Artinya brand awareness akun TikTok @temanberibadah dapat meningkatkan *awareness* terhadap akun TikTok @temanberibadah.

Kata kunci: TikTok, *Brand Awareness*, AIDCA, STP.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul *“Perancangan Creative Content Tiktok @temanberibadah Untuk Memperkuat Brand Awareness Hijaberlin”* dengan baik.

Penyusunan tugas akhir ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada program studi yang penulis tempuh. Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

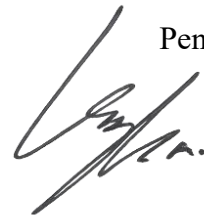
1. Dwi Riyono, ST., M.Ak., Ph.D., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif
2. Mawan Nugraha, S.Si., M.acc., Ph.D., Wakil Direktur 1 Bidang Akademik
3. Dr. Ir. Cholid Mawardi, S.Kom, M.T., Wakil Direktur 2 Bidang Akademik
4. Dr. Dayu Sri Herti, S.Pd., M.Sn., Wakil Direktur 3 Bidang Akademik
5. Immanuel Ronald David Mongkau, S.E.,M.M, Ketua Jurusan Komunikasi
6. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi
7. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum, sebagai Dosen Pembimbing Tugas Akhir 1 serta Dosen Pembimbing Praktik Industri
8. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
9. Pahala Basuki, M.I. Kom, sebagai Dosen Pembimbing Tugas Akhir 2
10. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
11. Kepada keluarga dan Orang Tua yang luar biasa dalam mendidik, mendukung, dan membiayai penulis, sehingga penulisan laporan ini dapat terselesaikan dengan baik.

12. Teman-teman seangkatan Program Studi Periklanan PoliMedia yang telah berjuang bersama-sama selama tiga tahun ini.
13. Kepada Beby, Brilly, Tria, Nayla, Rizka, Zahwa, Roslina, Cinta dan Syaufa yang sudah menemani, membantu dan menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
14. Kepada kucing penulis, Kaoskaki dan Miiw yang menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

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

Jakarta, 12 Juni 2026

Penulis,



Syafrina Marsya Dwiputri

NIM. 2370404143

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	5
F. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Komunikasi Pemasaran	7
B. Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran	8
C. Tiktok Sebagai Media Sarana Digital	9
D. Creative Content	
E. Model AIDCA	12

F. Brand Awareness	13
G. Pengertian Akun Proxy	15
H. Fungsi Akun Proxy	16
BAB III METODE PELAKSANAAN	17
A. Data Penulisan	17
B. Teknik Pengumpulan Data	22
C. Ruang Lingkup	25
D. Langkah Kerja	27
BAB IV	31
A. Gambaran Umum Pekerjaan	31
B. Analisis Target Audiens	36
C. Analisis STP	38
D. Proses Pembuatan Konten Pada Akun Proxy	41
E. Penerapan Metode AIDCA	49
F. Hasil Pekerjaan	56
G. Performa Akun	60
BAB V	65
A. Simpulan	65
B. Saran	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tingkatan Brand Awareness	17
Gambar 2 Logo Perusahaan	20
Gambar 3 Struktur Perusahaan	22
Gambar 4 Observasi	26
Gambar 5 Media Sosial Hijaberlin	39
Gambar 6 Kondisi Brand Awareness Hijaberlin	40
Gambar 7 Target Audiens Hijaberlin	44
Gambar 8 Mencari Referensi Konten	47
Gambar 9 Conten Brief	57
Gambar 10 Content Plan	59
Gambar 11 Produksi Shooting	60
Gambar 12 Editing Video	63
Gambar 13 Approval Konten	55
Gambar 14 Profil Akun Proxy	64
Gambar 15 Hasil Konten Proxy	66
Gambar 16 Performa Akun Proxy	67
Gambar 17 Perbandingan Insight akun Utama	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Target Audiens	37
Tabel 2 STP	38
Tabel 3 Penerapan AIDCA	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup	71
Lampiran 2 Lembar Kartu Bimbingan TA dengan Dosen I	73
Lampiran 3 Lembar Kartu Bimbingan TA dengan Dosen II	74
Lampiran 4 Surat Keterangan Praktik Industri	75
Lampiran 5 Dokumentasi Dengan Pembimbing	76
Lampiran 6 Dokumentasi Sidang	77
Lampiran 7 Dokumentasi Kegiatan PI	78
Lampiran 8 Sertifikat Uji Kompetensi	79
Lampiran 9 Lembar Hasil Cek Plagiarisme	80

