

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN KONTEN EDUKATIF DAN INFORMATIF DI
INSTAGRAM @MALPELAYANANPUBLIK.KOTABEKASI
UNTUK MENINGKATKAN *AWARENESS* LAYANAN
DI MAL PELAYANAN PUBLIK KOTA BEKASI

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh
MOH. KHOIRUL FARIZI
NIM: 2370404076

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA
2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Edukatif dan Informatif di Instagram
@malpelayananpublik.kotabekasi untuk Meningkatkan
Awareness Layanan di Mal Pelayanan Publik

Penulis : Moh. Khoirul Farizi

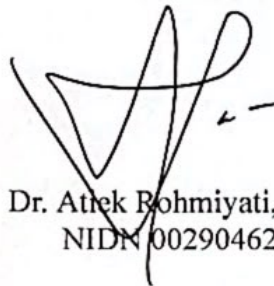
NIM : 2370404076

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

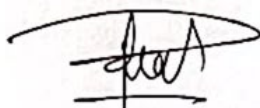
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa, tanggal 14 Juli 2026.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji



Dr. Atrek Bohmiyati, M.Pd.
NIDN 0029046206

Anggota I



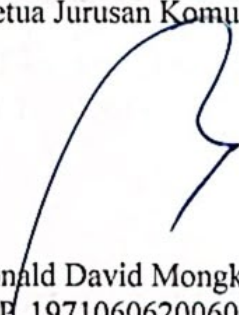
Pahala Basuki, S.Kom., M.I.Kom.

Anggota II



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

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



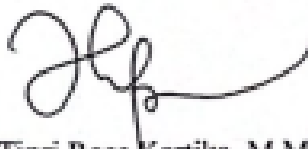
Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M.
NIP. 197106062006041001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Moh Khoirul Farizi
NIM : 2370404076
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

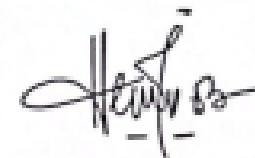
Tugas Akhir ini telah diperiksa dan di setujui untuk disidangkan.
Ditanda tangani di...~~Jakarta~~...12 Juni 2026...

Pembimbing I



Dr. Tipri Rose Kartika, M.M.
NIP 197606112009122002

Pembimbing II



Maya Puspita Dewi, S.Sos., M.M.
NIDN 0315027704

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, SS., M.Si
NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN *ORIGINALITAS* TUGAS AKHIR DAN BEBAS *PLAGIARISME*

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Moh Khoirul Farizi
NIM : 2370404076
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Pembuatan Konten Edukatif dan Informatif di Instagram @malpelayananpublik.kotabekasi untuk Meningkatkan Awareness Layanan di Mal Pelayanan Publik 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,



Moh Khoirul Farizi
NIM : 2370404076

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Moh Khoirul Farizi
NIM : 2370404076
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: "Pembuatan Konten Edukatif dan Informatif di Instagram @malpelayananpublik.kotabekasi untuk Meningkatkan Awareness Layanan di Mal Pelayanan Publik Kota Bekasi" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

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 sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 10 Juni 2026

Yang menyatakan,



Moh Khoirul Farizi
NIM: 2370404076

ABSTRAK

Bekasi Public Service Mall utilizes its Instagram account, @malpelayananpublik.kotabekasi, as a medium for delivering public service information. However, the content provided is still insufficiently informative, resulting in the public not being fully aware of the services available at the Bekasi Public Service Mall. Therefore, this paper aims to increase public awareness of the available services through the creation of educational and informative content on the Instagram account @malpelayananpublik.kotabekasi. The study applies the STP and AISAS models as its theoretical framework. Data were collected through (observation and literature review), while the writing method employed was a (project-based) approach. The content creation process included concept development, visual material collection, content production, review, and approval before publication on the Instagram account. The results showed that the number of views increased from 3,435 before the implementation of educational and informative content to 26,225 after its implementation. This increase in views indicates an improvement in public awareness. Therefore, the creation of educational and informative content on the Instagram account @malpelayananpublik.kotabekasi can increase public awareness of the services available at the Bekasi Public Service Mall.

Keywords: *Instagram, educational and informative content, awareness, Bekasi Public Service Mall*

Mal Pelayanan Publik Kota Bekasi memanfaatkan Instagram @malpelayananpublik.kotabekasi sebagai media penyampaian informasi layanan, namun kontennya masih kurang informatif sehingga masyarakat belum mengetahui seluruh layanan yang tersedia. di Mal Pelayanan Publik Kota Bekasi, sedangkan tujuan penulisan ini untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap layanan yang tersedia melalui pembuatan konten edukatif dan informatif di Instagram @malpelayananpublik.kotabekasi. Teori dalam penulisan menggunakan model STP dan AISAS. Metode pengumpulan data (observasi, studi pustaka). Dan metode penulisan menggunakan pembuatan (project-based). Pembuatan konten edukatif dan informatif melalui tahapan mulai dari pengajuan konsep, pengumpulan bahan visual, pembuatan konten, hingga proses review dan persetujuan, setelah disetujui dipublikasikan pada akun Instagram @malpelayananpublik.kotabekasi. Hasil tayangan sebelum penerapan konten edukatif dan informatif diperoleh 3.435, setelah diterapkan konten edukatif dan informatif diperoleh 26.225 tayangan. Jumlah tayangan tersebut menunjukkan adanya peningkatan tayangan, atau adanya peningkatan *awareness*. Artinya pembuatan konten edukatif dan informatif di instagram @malpelayananpublik.kotabekasi dapat meningkatkan *awareness* layanan di Mal Pelayanan Publik Kota Bekasi.

Kata kunci: Instagram, konten edukatif dan informatif, *awareness*, Mal Pelayanan Publik Kota Bekasi

PRAKATA

Puji syukur penulis ucapkan atas berkat dan rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir di Mal Pelayanan Publik Kota Bekasi. Tugas akhir ini ditulis dengan tujuan memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *Content Creator* yang telah membuat konten di Mal Pelayanan Publik Kota Bekasi. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul “Pembuatan Konten Edukatif dan Informatif di Instagram @malpelayananpublik.kotabekasi untuk Meningkatkan Awareness Layanan di Mal Pelayanan Publik”

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua individu yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan dorongan kepada penulis sepanjang perjalanan ini.

1. Dwi Riyono, ST., M.Ak., Ph.D., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif;
2. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D., Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Media Kreatif;
3. Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M., Ketua Jurusan Komunikasi;
4. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi;
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan;
6. Sartika Ekadyasa, S. Kom., M.I. Kom. Sebagai Sekretaris Program Studi Periklanan;
7. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Dosen Pembimbing 1 Tugas Akhir;
8. Maya Puspita Dewi, S.Sos., M.M. Dosen Pembimbing 2 Tugas Akhir;
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. Orang tua dan keluarga penulis yang telah membantu dan mendukung penuh penulis dalam berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif;
11. Nabila Ardiyan, Sebagai partner penulis yang senantiasa menemani, memberikan dukungan, semangat, serta bantuan kepada penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir ini. Terima kasih memberikan motivasi, serta selalu percaya dan mendukung penulis hingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan;
12. Verta *agency* dan merapat *agency* yang membantu dan menemani penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta;
13. Teman-teman perkuliahan penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta, yaitu Muhammad Ihsan, Akmal Rizal Zahir, Louie Attala Aswari, Maritza Wyaneth Andra W., Delia Anggita Sari dan Amalia Rahma Gunadi yang telah memberi dukungan dan semangat kepada penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta;

Penulis yakin masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun sangat untuk tugas akhir ini.

Jakarta, 14 Juli 2026



Moh Khoirul Farizi

Nim 2370404076

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	6
PRAKATA.....	7
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR TABEL.....	12
DAFTAR GAMBAR.....	13
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penulisan.....	5
F. Manfaat Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Komunikasi.....	8
1. Pengertian Komunikasi.....	8
2. Komunikasi Digital.....	9
3. Periklanan dalam Media Sosial.....	10
B. Media Sosial.....	11
1. Pengertian Media Sosial.....	11
2. Media Sosial untuk Komunikasi Publik dan Pemerintahan.....	12
3. Instagram.....	13
C. Konten Edukatif dan Informatif.....	14
1. Pengertian Konten Edukatif.....	14
2. Pengertian Konten Informatif.....	15
D. Awareness layanan di @mal.pelayananpublik.kotabekasi.....	16
1. Pengertian Awareness.....	16
2. Faktor Pembentuk Awareness.....	17
E. Layanan Publik.....	18
1. Pengertian Layanan Publik.....	18
2. Digitalisasi Layanan Publik.....	19
F. Segmentation Targeting Positioning (STP).....	21
1. Segmentation.....	21
2. Targeting.....	21
3. Positioning.....	22
G. AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share).....	22

1. Pengertian AISAS.....	22
2. Penerapan Model AISAS.....	23
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	25
A. Data / Objek Penulisan.....	25
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	25
2. Layanan Perusahaan.....	26
3. Struktur Perusahaan.....	28
B. Teknik Pengumpulan Data.....	28
1. Observasi.....	29
2. Studi Pustaka.....	30
C. Ruang Lingkup.....	31
1. Peran Penulis.....	31
2. Kategori Karya.....	31
3. Langkah Kerja.....	32
a. Tahap Praproduksi.....	32
b. Tahap Produksi.....	32
c. Tahap Pascaproduksi.....	33
BAB IV PEMBAHASAN.....	34
A. Gambaran Umum.....	34
B. Analisis STP.....	39
1. Analisis STP Instagram @malpelayananpublik.kotabekasi.....	39
2. Proses Pembuatan Konten.....	42
a. Tahap PraProduksi.....	43
b. Tahap Produksi.....	45
c. Tahap PascaProduksi.....	47
C. Hasil Karya.....	49
D. Penerapan AISAS pada Konten @malpelayananpublik.kotabekasi.....	52
E. Top Konten Penulis @malpelayananpublik.kotabekasi.....	58
1. Konten Terbaik 1.....	58
2. Konten Terbaik 2.....	60
F. Indikator Keberhasilan Penyampaian Informasi.....	61
G. Perbandingan Performa Konten.....	62
Sebelum.....	62
Sesudah.....	62
BAB V PENUTUP.....	65
A. Simpulan.....	65
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSAKA.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tabel STP @malpelayananpublik.kotabekasi.....	34
Tabel 2 Tabel perbandingan performa konten.....	55