

LAPORAN TUGAS AKHIR

PENERAPAN STRATEGI *CONTENT MARKETING EDUTAINMENT* PADA PLATFORM INSTAGRAM @arlineprima UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* TEVYN PUMP.

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh

LYNDRA RIVAN KHULAFUR RASYIDIN

NIM : 2370404068

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA

2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Penerapan Strategi Content Marketing Edutainment Pada Platform Instagram @arlineprima untuk Membangun Brand Awareness Tevyn Pump.
Penulis : Lyndra Rivan Khulafaur Rasyidin
NIM : 2370404068
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~~..., Tanggal ~~30 Juli 2026~~

Disahkan oleh:

Ketua Penguji

Putri Surya Cempaka, S.Hum., M.Si.

NIP. 199312202019032026

Anggota 1

Omar Yusuf M.M.

NUPN. 9900979905

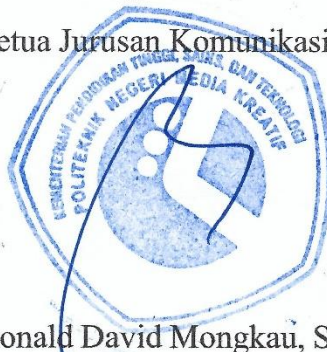
Anggota 2

Zaenab, S.S., M.Si.

NIP. 199211132019032025

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi



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

NIP. 197106062006041001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Penerapan Strategi Content Marketing Edutainment Akun
Instagram @arlineprima Untuk Membangun Brand Awareness
Penulis : Lyndra Rivan Khulafaur Rasyidin
NIM : 2370404068
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan
Ditanda tangani di Jakarta, 12 Juni 2026

Pembimbing 1



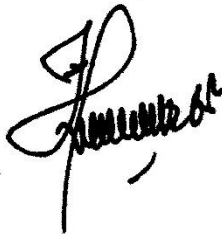
Zaenab, S.S., M.Si
NIP. 199211130190320025

Pembimbing 2



Firda Nida Fauziyyah, S.I.Kom

Mengetahui
Koordinator Program Studi
Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si
NIP. 199211130190320025

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lyndra Rivan Khulafaur Rasyidin
NIM : 2370404068
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

Dengan menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

“Penerapan Strategi Content Marketing Edutainment Pada Platform Instagram @arlineprima untuk Membangun Brand Awareness Tevyn Pump”

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, 20 Juli 2026



Lyndra Rivan Khulafaur Rasyidin

NIM: 2370404068

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Lyndra Rivan Khulafaur Rasyidin
NIM : 2370404068
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: “*Penerapan Strategi Content Marketing Edutainment Pada Platform Instagram @arlineprima untuk Membangun Brand Awareness Tevyn Pump*”

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, 20 Juli 2026



Lyndra Rivan Khulafaur Rasyidin

NIM: 2370404068

ABSTRACT

Instagram is an effective digital communication platform for conveying information to the public. The Instagram account @arlineprima, owned by PT Arline Prima Mandiri, a Business-to-Business (B2B) company providing industrial pump solutions, had previously only around 10 followers due to monotonous content that focused solely on product showcases without any clear content strategy. This final project aims to describe the implementation of an edutainment-based content marketing strategy on the @arlineprima Instagram account and to analyze its role in building the company's brand awareness. The theories used include digital marketing, content marketing, edutainment content, the STP model (Segmentation, Targeting, Positioning), and the AISAS model (Attention, Interest, Search, Action, Share). The research methods employed include observation, interviews, literature review, and hands-on practice in content planning and production. The content management process consists of pre-production, production, and post-production stages, carried out through three content pillars: Technical Education, Entertainment & Trends, and Moments & Engagement. The results of the discussion indicate that edutainment content combining educational and entertaining elements is capable of increasing audience attention and engagement, as reflected in the growth of followers from around 10 to more than 100, along with increased reach, impressions, and engagement, with AI-animated Technical Education content achieving the best performance. Thus, the implementation of an edutainment content marketing strategy on the @arlineprima Instagram account can effectively support the improvement of brand awareness for PT Arline Prima Mandiri.

Keywords: *content marketing, edutainment, Instagram, brand awareness, AISAS.*

ABSTRAK

Instagram merupakan media komunikasi digital yang efektif untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Akun Instagram @arlineprima milik PT Arline Prima Mandiri, perusahaan penyedia solusi pompa industri berbasis *Business-to-Business* (B2B), sebelumnya hanya memiliki sekitar 10 *followers* akibat konten yang monoton dan hanya berorientasi pada *showcase* produk tanpa adanya strategi konten yang jelas. Tugas akhir ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan strategi *content marketing* berbasis *edutainment* pada akun Instagram @arlineprima serta menganalisis perannya dalam membangun *brand awareness* perusahaan. Teori yang digunakan meliputi *digital marketing*, *content marketing*, konten *edutainment*, model STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*), dan model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Metode pelaksanaan dilakukan melalui observasi, wawancara, studi pustaka, serta praktik langsung dalam perencanaan dan pembuatan konten. Proses pengelolaan konten terdiri atas tahap praproduksi, produksi, dan pascaproduksi, yang dijalankan melalui tiga pilar konten, yaitu Edukasi Teknis, Hiburan & Tren, serta Momen & *Engagement*. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa konten *edutainment* yang menggabungkan unsur edukasi dan hiburan mampu meningkatkan perhatian dan keterlibatan audiens, yang tercermin dari peningkatan jumlah *followers* dari sekitar 10 menjadi lebih dari 100, disertai peningkatan *reach*, *impressions*, dan *engagement*, dengan konten Edukasi Teknis berbasis animasi AI mencatat performa terbaik. Dengan demikian, penerapan strategi *content marketing edutainment* pada akun Instagram @arlineprima dapat secara efektif mendukung peningkatan *brand awareness* PT Arline Prima Mandiri.

Kata kunci: *content marketing, edutainment, Instagram, brand awareness, AISAS.*

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan kemudahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “*Penerapan Strategi Content Marketing Edutainment* pada Platform Instagram untuk Membangun *Brand Awareness* Tevyn Pump.” Laporan ini disusun sebagai salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan Pendidikan Diploma 3 Program Studi Periklanan, Jurusan Ilmu Komunikasi, di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai Social Media Specialist yang telah merancang dan mengimplementasikan strategi konten kreatif berbasis edutainment pada media sosial Instagram akun @arlineprima milik PT Arline Prima Mandiri. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan Tugas Akhir berjudul “*Penerapan Strategi Content Marketing Edutainment* pada Platform Instagram untuk Membangun *Brand Awareness* Tevyn Pump” Dalam proses penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyelesaian karya ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D, selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Mawan Nugraha S.Si., M.Acc., Ph.D. selaku Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Media Kreatif.
3. Immanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Komunikasi.
4. Zaenab, S.S., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Periklanan sekaligus Pembimbing I dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.
5. Firda Nida Fauziyyah, S.I.Kom. selaku Pembimbing II dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.

6. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Program Studi Periklanan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan bekal berharga selama masa perkuliahan.
7. Youngky Pratama Atmadinata, S.Kom. Selaku Pembimbing Industri yang juga membantu penulis dalam menyusun Laporan ini.
8. PT Arline Prima Mandiri beserta seluruh jajaran yang telah memberikan kepercayaan dan kesempatan kepada penulis untuk merancang strategi konten Instagram @arlineprima sebagai objek Tugas Akhir ini.
9. Keluarga tercinta Ayah, Bunda, dan Ketiga adik tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral, dan semangat kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.
10. Keluarga Oma Asni, yang telah mendukung dan memberikan motivasi kepada penulis selama pendidikan.
11. Teman-teman seperjuangan Program Studi Periklanan yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta kebersamaan selama masa perkuliahan dan proses penyusunan laporan.

Penulis menyadari bahwa Laporan Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan evaluasi dan perbaikan di masa mendatang. Penulis berharap Laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini.

Jakarta, 12 Juni 2026

Penulis,

Lyndra Rivan Khulafaur Rasyidin

NIM: 2370404068

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	i
PERSETUJUAN SIDANG 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
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penulisan	5
F. Manfaat Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. <i>Digital Marketing</i>	8
B. <i>Content Marketing</i>	8
C. Konten Kreatif	10
D. Konten Edutainment	13
E. Model STP (Segmentation, Targeting, Positioning).....	13
F. Model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share).....	14
G. <i>Brand Awareness</i>	15
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	17
A. Objek Penulisan	17
B. Teknik Pengumpulan Data	19
C. Ruang Lingkup	21
BAB IV PEMBAHASAN.....	26

A.	Gambaran Umum.....	26
B.	Gambaran Umum Pekerjaan.....	29
C.	Analisis	30
D.	Proses Pengelolaan / Implementasi Strategi	42
E.	Hasil Karya	48
F.	Performa / Evaluasi.....	50
BAB V	PENUTUP.....	56
A.	Kesimpulan	56
B.	Saran	57
DAFTAR PUSTAKA.....		60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Arline Prima Mandiri.....	17
Gambar 2 Struktur Perusahaan	18
Gambar 3 Langkah Kerja.....	22
Gambar 4 Akun Instagram @arlineprima Sebelum Dikelola Penulis	26
Gambar 5 Konten Instagram @arlineprima Sebelum Dikelola	27
Gambar 6 Data Usia Pengikut.....	31
Gambar 7 Alur Kerja Pengelolaan Konten	42
Gambar 8 Proses Konsultasi Konten kepada Pembimbing Magang	43
Gambar 9 Content Calendar @arlineprima	44
Gambar 10 Proses Editing Konten pada Aplikasi CapCut	46
Gambar 11 Proses Pembuatan Cover Konten pada Aplikasi Canva.....	46
Gambar 12 Pengajuan Approval.....	47
Gambar 13 Hasil Karya Konten Edukasi AI Sumber: Instagram @arlineprima.....	48
Gambar 14 Hasil Karya Konten Reels Sumber: Instagram @arlineprima	49
Gambar 15 Hasil Karya Konten Momen Sumber: Instagram @arlineprima.....	49
Gambar 16 Pertumbuhan Akun Instagram Sumber: Instagram @arlineprima.....	50
Gambar 17 Data Reach dan Impression Sumber: Instagram @arlineprima.....	51
Gambar 18 Konten Dengan Performa Terbaik Sumber: Instagram @arlineprima	52