

LAPORAN TUGAS AKHIR

PERENCANAAN KONTEN KREATIF BERBASIS PENDEKATAN *MARKETING FUNNEL* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* *TICKETING DIGITAL* PADA AKUN INSTAGRAM @Infotiket_id

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Ahli Madya



Disusun oleh

ALIFIA TISA RAMADHANI

NIM: 2370404012

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

2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perencanaan Konten Kreatif Berbasis Pendekatan *Marketing Funnel* Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Ticketing Digital Pada Akun Instagram @infotiket_id

Penulis : Alifia Tisa Ramadhani

NIM : 2370404012

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, tanggal 8 Juli 2026.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,


Rizky Kertanegara, S.S., M.Si.
NUPTK. 9447761662131482

Anggota 1


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

Anggota 2


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

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi


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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul : Perencanaan Konten Kreatif Berbasis Pendekatan Marketing
Funnel untuk Meningkatkan Brand Awareness Ticketing
Digital Pada Akun Instagram @infotiket_id

Nama : Alifia Tisa Ramadhani

NIM : 2370404012

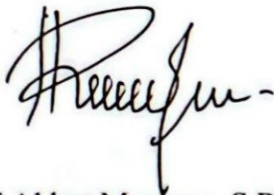
Program Studi : Komunikasi

Jurusan : Periklanan

Tahun Akademik : 2025/2026

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 11 Juni 2026

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Omar Yusuf, S.E., M.M.
NUPN. 9900979905

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 : Alifia Tisa Ramadhani
NIM : 2370404012
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: *Perencanaan Konten Kreatif Berbasis Pendekatan Marketing Funnel untuk Meningkatkan Brand Awareness Ticketing Digital Pada Akun Instagram @infotiket_id* 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, 8 Juli 2026

Yang menyatakan,



Alifia Tisa Ramadhani
NIM 2370404012

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Alifia Tisa Ramadhani
NIM : 2370404012
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:

Perencanaan Konten Kreatif Berbasis Pendekatan Marketing Funnel untuk Meningkatkan Brand Awareness Ticketing Digital Pada Akun Instagram @infotiket_id beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

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 sebagaipemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 8 Juli 2026

Yang menyatakan,



Alifia Tisa Ramadhani
NIM 2370404012

ABSTRACT

This final project discusses the design of creative content for the Instagram account @Infotiket_id to increase brand awareness. Info Tiket is a digital ticketing platform developed from Safar Friendly, which previously focused on Muslim religious events. Unlike Safar Friendly, Info Tiket covers a wider range of events such as music, concerts, tourism, seminars, and sports, and can also function as an event organizer. This requires a more structured content strategy. Instagram, as a visual based social media platform, is considered effective for delivering brand messages. The design process includes analysis, planning, implementation, and evaluation stages using a marketing funnel approach consisting of awareness, interest, consideration, and conversion. Implementation is carried out through the creation of creative content, while evaluation uses Instagram Insights to measure performance. The results show an increase in reach and engagement, indicating that this strategy can improve the brand awareness of @Infotiket_id.

Keywords: *creative content, Instagram, brand awareness, marketing funnel, ticketing digital, info tiket*

ABSTRAK

Tugas akhir ini membahas perencanaan konten kreatif pada akun Instagram @Infotiket_id untuk meningkatkan *brand awareness*. Info Tiket merupakan platform *ticketing* digital yang dikembangkan dari Safar Friendly yang berfokus pada event kajian muslim. Berbeda dengan Safar Friendly, Info Tiket memiliki cakupan event lebih luas seperti musik, wisata, seminar, dan sebagainya. Hal ini menuntut strategi konten yang lebih terarah. Instagram sebagai media sosial berbasis visual dinilai efektif dalam menyampaikan pesan brand. Proses perancangan dilakukan melalui tahap analisis, perencanaan, *implementasi*, dan evaluasi dengan pendekatan marketing funnel yang meliputi *awareness*, *consideration*, dan *conversion*. *Implementasi* dilakukan melalui pembuatan konten kreatif dan menggunakan Instagram *Insights* untuk mengukur hasil performa. Hasil menunjukkan adanya peningkatan jangkauan dan interaksi, sehingga strategi ini mampu meningkatkan *brand awareness* @infotiket_id secara efektif.

Kata kunci: *konten kreatif, Instagram, brand awareness, marketing funnel, ticketing digital, Info Tiket*

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 dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3 Program Studi Periklanan Jurusan Komunikasi Politeknik Negeri Media Kreatif. Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *Social Media Specialist* Yayasan Insan Madina. Tugas akhir ini, penulis beri judul “Perencanaan Konten Kreatif Berbasis Pendekatan *Marketing Funnel* untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Akun Instagram @Infotiket_id”.

Laporan Tugas Akhir 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. Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang;
2. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D., sebagai Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif;
3. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D., sebagai Wakil Direktur Bidang Akademik;
4. Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M., Ketua Jurusan Komunikasi;
5. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi;
6. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan;
7. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom., Sekretaris Program Studi Periklanan;
8. Rizki Akbar Mustopa, S.Pd., Gr., M.Pd., sebagai Pembimbing 1 Laporan Praktik Industri dan Tugas Akhir;
9. Omar Yusuf, M.M, sebagai Pembimbing 2 Tugas Akhir;
10. Orang tua dan keluarga penulis yang telah membantu dalam dan mendukung penuh penulis selama menempuh Pendidikan di Politeknik Negeri Media Kreatif.;

11. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Media Kreatif;
12. Seluruh karyawan Yayasan Insan Madina yang sudah membantu dalam kegiatan Praktik Industri;
13. Raifandy R yang telah memberi dukungan emosional kepada penulis dari masa Sekolah Dasar hingga saat ini;
14. Kepada sahabat penulis “MyMo” (Dara, Silvi, Tiara dan Dayme) yang telah berjuang bersama selama masa perkuliahan;
15. Sahabat penulis sejak Sekolah Menengah Pertama (Melisa, Almasah, Aida, Putri, dan Delvina) selaku sahabat dari penulis yang selalu bantu dan mendukung secara emosional.

Jakarta, 15 Juli 2026

Yang menyatakan,



Alifia Tisa Ramadhani

NIM 2370404012

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS & BEBAS PLAGIARISME	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penulisan.....	5
F. Manfaat Penulisan.....	5
1. Bagi Penulis	5
2. Bagi Politeknik Negeri Media Kreatif.....	6
3. Bagi Masyarakat	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Komunikasi Pemasaran.....	7
B. Media Baru	8
1. Definisi Media Baru	8
2. Fungsi Media Baru.....	8
C. Media Sosial	9
1. Definisi Media Sosial	9
2. Fungsi Media Sosial	9
3. Instagram sebagai Media Pemasaran	12
D. <i>Brand Awareness</i>	13
1. Pengertian <i>Brand Awareness</i>	13

2. Indikator Brand Awareness.....	14
E. <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> (STP).....	16
1. <i>Segmentation</i>	17
2. <i>Targeting</i>	17
3. <i>Positioning</i>	17
F. <i>Marketing Funnel</i>	18
1. Pengertian <i>Marketing Funnel</i>	18
2. Tahapan Marketing Funnel	19
BAB III METODE PELAKSANAAN	22
A. Data dan Objek Tugas Akhir.....	22
B. Teknik Pengumpulan Data.....	23
1. Studi Pustaka	23
2. Observasi	24
3. Wawancara	25
C. Ruang Lingkup	25
1. Peran Penulis	25
2. Kategori Karya	26
3. Ide Kreatif.....	26
D. Langkah Kerja	27
1. Praproduksi	28
2. Produksi	29
3. Pascaproduksi	31
BAB IV PEMBAHASAN	33
A. Analisis Situasi Instagram Info Tiket.....	33
B. Proses Perencanaan Konten Instagram Infotiket_id	34
1. Pra Produksi.....	35
2. Produksi	57
3. Pasca Produksi	60
C. Indikator Keberhasilan <i>Marketing Funnel</i>	65
BAB V	74
D. Kesimpulan	74
E. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Media Sosial yang banyak digunakan di Indonesia Oktober 2025.....	1
Gambar 2 Marketing Funnel	19
Gambar 3 Logo Info Tiket.....	24
Gambar 4 Langkah Kerja.....	28
Gambar 5 Engagement Rate Awal.....	34
Gambar 6 Bagan Alur Kerja	35
Gambar 7 Analisis Konten Sebelum Dikelola Penulis	43
Gambar 8 Content Plan & Content Pillar	44
Gambar 9 Persetujuan Ide Konten.....	55
Gambar 10 Pembuatan Konten Visual	57
Gambar 11 Persetujuan dan Revisi Konten	58
Gambar 12 Pengunggahan Konten.....	59
Gambar 13 Insight Performa @infotiket_id	60
Gambar 14 Mountly Meeting	61
Gambar 15 Engagement Rate Sebelum Ada Penulis.....	65
Gambar 16 Engagement Rate Sesudah Ada Penulis.....	65
Gambar 17 Perbandingan Views	67
Gambar 18 Perbandingan Reach	68
Gambar 19 Perbandingan Interaction	69

DAFTAR TABLE

Table 1 Analisis STP	37
Table 2 Analisis Kompetitor	38
Table 3 Analisis SWOT	40
Table 4 Marketing Funnel Awareness	47
Table 5 Marketing Funnel Consideration	50
Table 6 Marketing Funnel Conversion.....	54
Table 7 Kategori Followers Akun Instagram @infotiket_id.....	66
Table 8 Event Organizer Interest	71
Table 9 KPI Perusahaan.....	72
Table 10 Kesimpulan Perbandingan Matriks.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Ringkasan Wawancara	80
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup	82
Lampiran 3 Lembar Bimbingan Pembimbing 1	85
Lampiran 4 Lembar Bimbingan Pembimbing 2	86
Lampiran 5 Surat Keterangan Magang	87
Lampiran 6 Dokumentasi Terkait Tugas Akhir	88
Lampiran 7 Lembar Hasil Plagiarisme	90
Lampiran 8 Sertifikat Kompetensi	91