

**LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL
@ESENA.ORGANIZER BERBASIS AISAS
DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
Gelar (A.Md) Ahli Madya Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh:
MUMTAZ UMayroH
NIM: 2370404098**

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

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Media Sosial @esena.organizer
Berbasis AISAS dalam Upaya Meningkatkan
Brand Awareness
Penulis : Mumtaz Umayroh
NIM : 2370404098
Program Studi : Periklanan (Konsentrasi: D3)
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji
Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari
.....Rabu....., tanggal 22 Juli 2024

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,


Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum.
NIP. 197508072009121001

Anggota 1


Dhiyaa Thurfah Ilaa, S.P., M.Si.
NIP Anggota 1

Anggota 2


Rona Agustin, M.I.Kom
NIP 199408182025062007


Mengetahui, Ketua
Jurusan Komunikasi

Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M.
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perencanaan Konten Media Sosial @esena.organizer
Berbasis AISAS dalam Upaya Meningkatkan
Brand Awareness
Penulis : Mumtaz Umayroh
NIM : 2370404098
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 12 Juni 2026

Pembimbing 1



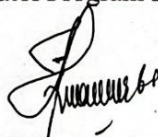
Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M
NIP. 198605092019032011

Pembimbing 2



Rona Agustin, M.I.Kom
NIP. 199408182025062007

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 : Mumtaz Umayroh
NIM : 2370404098
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
Pembuatan Konten Media Sosial @esena.organizer Berbasis AISAS dalam
Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*
**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, 16 Juli 2026

Yang menyatakan,



Mumtaz Umayroh
NIM: 2370404098

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Mumtaz Umayroh
NIM : 2370404098
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 Media Sosial @esena.organizer Berbasis AISAS dalam Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*

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 sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 16 Juli 2026

Yang menyatakan,



Mumtaz Umayroh
NIM: 2370404098

ABSTRAK

PT Sari Nusantara Abadi utilizes Instagram and TikTok through the @esena.organizer account as marketing communication media. However, the company's social media activities have not been supported by a structured content creation process, resulting in suboptimal dissemination of service information and efforts to build brand awareness. This Final Project aims to describe the process of creating AISAS-based social media content to support the improvement of PT Sari Nusantara Abadi's brand awareness. The theories applied in this study include social media content creation, the AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) model, and brand awareness. The implementation methods consisted of digital observation and literature review. The content creation process was carried out through the stages of pre-production, production, and post-production, including STP analysis, the preparation of content planning, content pillars, content briefs, captions, content editing, and publication on Instagram and TikTok. The results indicate that the implementation of the AISAS model in educational, promotional, and entertainment content produced a more structured content creation process, improved the consistency of social media publication, supported the enhancement of brand awareness as indicated by increased reach and impressions, and increased audience engagement through interactions such as likes, comments, shares, and saves. Therefore, AISAS-based social media content creation can support the improvement of PT Sari Nusantara Abadi's brand awareness through more targeted marketing communication.

Keywords: *Social Media Content Creation, AISAS, Brand Awareness, Instagram, TikTok*

PT Sari Nusantara Abadi memanfaatkan Instagram dan TikTok melalui akun @esena.organizer sebagai media komunikasi pemasaran. Namun, aktivitas media sosial perusahaan belum didukung oleh proses pembuatan konten yang terstruktur sehingga penyampaian informasi mengenai layanan perusahaan serta upaya membangun *brand awareness* belum optimal. Tugas Akhir ini bertujuan mendeskripsikan proses pembuatan konten media sosial berbasis AISAS dalam upaya mendukung peningkatan *brand awareness* PT Sari Nusantara Abadi. Teori yang digunakan meliputi teori pembuatan konten media sosial, model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*), dan *brand awareness*. Metode pelaksanaan yang digunakan adalah observasi digital dan studi pustaka. Proses pembuatan konten dilakukan melalui tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi yang meliputi analisis STP, penyusunan *content planning*, *content pillar*, *content brief*, *caption*, proses *editing* konten, hingga publikasi pada media sosial Instagram dan TikTok. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa penerapan AISAS pada konten edukasi, promosi, dan hiburan menghasilkan proses pembuatan konten yang lebih terstruktur, meningkatkan konsistensi publikasi konten, serta mendukung peningkatan *brand awareness* yang ditunjukkan melalui peningkatan *reach* dan *impression*, serta meningkatkan *engagement* audiens melalui interaksi berupa *likes*, *comments*, *shares*, dan *saves*. Dengan demikian, pembuatan konten

media sosial berbasis AISAS dapat mendukung upaya peningkatan *brand awareness* PT Sari Nusantara Abadi melalui komunikasi pemasaran yang lebih terarah.

Kata kunci: Pembuatan Konten, AISAS, Kesadaran Merek, Instagram, TikTok

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Proposal Laporan Tugas Akhir yang berjudul:

“Pembuatan Konten Media Sosial @esena.organizer Berbasis AISAS dalam Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*.”

Tujuan dari penulisan Proposal tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mengikuti mata kuliah tugas akhir pada Program Studi Periklanan Jurusan Komunikasi di Politeknik Negeri Media Kreatif dan meraih gelar A.Md.I.Kom (ahli madya ilmu komunikasi) sebagai syarat kelulusan jenjang D3 (Diploma 3).

Dalam tugas akhir ini peran penulis adalah sebagai *Creative Digital Marketing* yang bertugas dalam membantu merancang kebutuhan konten media sosial, yang meliputi penyusunan *content plan*, pengembangan ide konten, hingga proses publikasi milik @esena.organizer.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak akan berhasil tersusun dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, dengan penuh hormat, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyelesaian tugas akhir ini kepada:

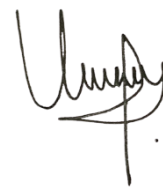
1. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D. Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M., Ketua Jurusan Komunikasi.
4. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Periklanan.
7. Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M., Dosen pembimbing 1, yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi selama proses penulisan Tugas Akhir.

8. Rona Agustin, M.I.Kom., Dosen pembimbing 2, yang telah memberikan dukungan dan inspirasinya, pandangan dan perspektif yang diberikan telah memperkaya proses penulisan Tugas Akhir.
9. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
10. Orang tua dan Keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan moral dan materiil serta doa yang tiada henti dalam proses pembelajaran di Politeknik Negeri Media Kreatif.
11. Sahabat-sahabat di masa perkuliahan yang telah membantu menyemangati penulis dan memberikan motivasi sepanjang proses tugas akhir ini.
12. Para karyawan di PT Sari Nusantara Abadi yang telah menerima penulis selama Praktik Industri.
13. Muhammad Amarullah, penulis mengucapkan terima kasih atas segala doa, dukungan, motivasi, serta kesediaannya menemani dan berjuang bersama selama menjalani masa perkuliahan hingga proses penyusunan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

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

Jakarta, 28 Juni 2026

Penulis,



Mumtaz Umayroh

NIM 2370404098

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penulisan	6
F. Manfaat Penulisan	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Komunikasi Pemasaran Digital.....	8
B. Media Sosial.....	10
C. <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> (STP)	14
D. Perencanaan Konten (<i>Content Planning</i>).....	15
E. AISAS	17
F. Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	20
G. Engagement.....	25
BAB III METODE PELAKSANAAN	27
A. Data Perusahaan	27
B. Teknik Pengumpulan Data	31
C. Ruang Lingkup.....	32
D. Langkah Kerja.....	33
BAB IV PEMBAHASAN.....	36
A. Gambaran Umum Objek Pekerjaan	36
1. Profil PT Sari Nusantara Abadi.....	36
2. Media Sosial @esena.organizer	37
3. Kondisi Media Sosial Sebelum Perencanaan Konten	37
B. Proses Pembuatan Perencanaan Konten.....	38
1. Alur Kerja.....	38

2.	Hasil Kerja	67
C.	AISAS	74
1.	Penerapan AISAS pada Konten Edukasi	75
2.	Penerapan AISAS pada Konten Promosi	80
3.	Penerapan AISAS pada Konten Hiburan	85
D.	Brand Awareness	90
1.	Upaya Peningkatan <i>Brand Awareness</i>	90
2.	Hasil <i>Views</i> dan <i>Likes</i>	93
BAB V PENUTUP		100
A.	Kesimpulan	100
B.	Saran	101
DAFTAR PUSTAKA		104
LAMPIRAN		108

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Ringkasan Hasil Analisis Kompetitor.....	42
Tabel 2 Pembagian Content Pillar @esena.organizer.....	48
Tabel 3 Caption Konten Maret 2026.....	53
Tabel 4 Analisis Penerapan AISAS pada Konten Edukasi	77
Tabel 5 Analisis Penerapan AISAS pada Konten Promosi.....	82
Tabel 6 Analisis Penerapan AISAS pada Konten Hiburan.....	87
Tabel 7 Perbandingan Indikator Brand Awareness Sebelum dan Sesudah Pembuatan Konten	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pengguna Internet di Indonesia 2025	1
Gambar 2 Pengguna Media Sosial di Indonesia 2025	2
Gambar 3 AISAS Model	18
Gambar 4 Piramida Brand Awareness	21
Gambar 5 Logo PT Sari Nusantara Abadi	27
Gambar 6 Struktur PT Sari Nusantara Abadi	30
Gambar 7 <i>List</i> Kompetitor PT Sari Nusantara Abadi	39
Gambar 8 List Kompetitor PT Sari Nusantara Abadi	39
Gambar 9 <i>Content Calendar</i> PT Sari Nusantara Abadi	45
Gambar 10 Content Brief @esena.organizer	51
Gambar 11 Editing Konten Instagram	60
Gambar 12 Editing Konten 16 April 2026	61
Gambar 13 Editing Konten Tiktok 17 April 2026	62
Gambar 14 Editing Konten TikTok 30 April 2026	63
Gambar 15 Approval konten	65
Gambar 16 <i>Content Carousel</i> 5 Maret 2026 Slide 1-4	68
Gambar 17 Content Carousel 5 Maret 2026 Slide 5-8	69
Gambar 18 Content Feeds 17 Maret 2026	71
Gambar 19 Konten Video 10 April 2026	73
Gambar 20 Konten Edukasi Strategi Mengelola Anggaran Gathering Kantor April 2026	75
Gambar 21 Insight Postingan Konten Edukasi April 2026	76

Gambar 22 Konten Promosi Rekomendasi Lokasi Outbound di Bogor Maret 2026	80
Gambar 23 Insight Postingan Konten Promosi Maret 2026	81
Gambar 24 Konten Hiburan Tipe-Tipe Karyawan Menjelang Lebaran Maret 2026	85
Gambar 25 Insight Postingan Konten Hiburan Maret 2026.....	86
Gambar 26 Grafik Instagram	91
Gambar 27 Grafik TikTok	92
Gambar 28 Analisis Views dan Likes Instagram Februari 2026	93
Gambar 29 Analisis Views dan Likes TikTok Februari 2026	94
Gambar 30 Analisis Views dan Likes Instagram Maret 2026	95
Gambar 31 Analisis Views dan Likes TikTok Maret 2026	96
Gambar 32 Analisis Views dan Likes Instagram April 2026	97
Gambar 33 Analisis Views dan Likes TikTok April 2026	98

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWA.....	108
SALINAN LEMBAR PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR.....	111
SERTIFIKAT PRAKTIK INDUSTRI.....	113
DOKUMENTASI FOTO KEGIATAN TERKAIT TUGAS AKHIR.....	114
LEMBAR HASIL CEK PLAGIARISME.....	115
SERTIFIKAT KOMPETENSI.....	116