

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KONTEN INSTAGRAM
BERBASIS MODEL AISAS UNTUK MENINGKATKAN
SOCIAL MEDIA AWARENESS IZZYTRACK

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



Disusun Oleh:
Muhammad Arsyah Padischa Adji
2370404084

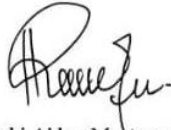
PROGRAM STUDI PERIKLANAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : PERANCANGAN KONTEN INSTAGRAM
BERBASIS MODEL AISAS UNTUK
MENINGKATKAN SOCIAL MEDIA
AWARENESS IZZYTRACK
Penulis : Muhammad Arsyia Padischa Adji
NIM : 2370404084
Program Studi : Periklanan (Konsentrasi: 6)
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di
kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari rabu tanggal 15 Juli 2026

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Rizki Akbar Mustopa, M.Pd.
NIP. 199304272024061001

Anggota 1



Dhiyaa Thurfah Ilaa, S.P., M.Si.
NIP. 199709112025062014

Anggota 2



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

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Instagram untuk Meningkatkan Sosial Media
Awarness Izzytrack
Penulis : Muhammad Arsyia Padischa Adji
NIM : 2370404084
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan. Ditanda tangani di
Jakarta, 10 Juni 2026

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Pahala Basuki, M.I.Kom

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 : Muhammad Arsyia Padischa Adji
NIM : 2370404084
Program Studi : Periklanan (Konsentrasi 6)
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2023-2024

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: **PERANCANGAN KONTEN INSTAGRAM BERBASIS MODEL AISAS UNTUK MENINGKATKAN SOCIAL MEDIA AWARENESS IZZYTRACK.**

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 sebenarbenarnya.

Jakarta, 15 Juli 2026

Yang menyatakan,

Muhammad Arsyia Padischa Adji
NIM: 2370404084

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Muhammad Arsyia Padischa Adji
NIM : 2370404084
Program Studi : Periklanan (Konsentrasi 6)
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2023-2024

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: **PERANCANGAN KONTEN INSTAGRAM BERBASIS MODEL AISAS UNTUK MENINGKATKAN SOCIAL MEDIA AWARENESS IZZYTRACK**. 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 sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 15 Juli 2026
Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a red revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '1000', 'METERAI', and 'TEMPEL'. A serial number 'A23A0X023502814' is visible at the bottom of the stamp.

Muhammad Arsyia Padischa Adji
NIM: 2370404084

ABSTRAK

Instagram merupakan salah satu media komunikasi pemasaran digital yang digunakan perusahaan untuk membangun hubungan dengan audiens. IzzyTrack sebagai penyedia layanan *GPS tracker* memanfaatkan Instagram untuk meningkatkan *social media awareness*. Namun, aktivitas akun yang tidak konsisten menyebabkan rendahnya eksposur konten kepada audiens. Tugas Akhir ini bertujuan merancang konten Instagram untuk meningkatkan *social media awareness* akun Instagram IzzyTrack. Metode yang digunakan meliputi observasi, studi pustaka, dan dokumentasi. Proses perancangan dilakukan melalui analisis STP, *competitive review*, penyusunan *content pillar*, *content planning*, *content calendar*, serta penerapan model AISAS. Hasil perancangan menghasilkan tiga *content pillar*, yaitu edukasi, promosi, dan interaktif. Berdasarkan hasil evaluasi Instagram *Insights*, konten yang menerapkan AISAS menunjukkan performa yang lebih baik pada indikator *reach*, *profile visits*, *shares*, dan *saves*. Dengan demikian, perancangan konten Instagram dapat mendukung peningkatan *social media awareness* akun Instagram IzzyTrack.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Instagram, Content Pillar, AISAS, Social Media Awareness.*

ABSTRACT

Instagram is one of the digital marketing communication platforms used by companies to build relationships with their audiences. IzzyTrack, a GPS tracking service provider, utilizes Instagram to increase social media awareness. However, inconsistent account activity resulted in low content exposure to audiences. This final project aims to design Instagram content to improve the social media awareness of the IzzyTrack Instagram account. The methods used in this project include observation, literature study, and documentation. The content planning process involved STP analysis, competitive review, content pillar development, content planning, content calendar preparation, and AISAS model implementation. The results produced three main content pillars: educational, promotional, and interactive content. Based on Instagram Insights evaluation, content that applied the AISAS model achieved better performance in reach, profile visits, shares, and saves. Therefore, Instagram content planning can support the improvement of social media awareness for the IzzyTrack Instagram account.

Keywords: *Digital Marketing, Instagram, Content Pillar, AISAS, Social Media Awareness.*

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Konten Instagram Berbasis Model AISAS untuk Meningkatkan *Social Media Awareness* IzzyTrack”. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III serta memperoleh gelar A.Md.I.Kom (ahli madya ilmu komunikasi).

Penyusunan Tugas Akhir ini dilakukan berdasarkan hasil kegiatan magang yang penulis jalani, dengan fokus pada perancangan konten Instagram sebagai upaya meningkatkan *Social Media Awareness* IzzyTrack. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini terdapat berbagai kendala, namun berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir Ini tidak akan selesai tanpa ada dorongan dan dukungan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta;
2. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D. sebagai Wakil Direktur Bidang Akademik dan Kerja Sama;
3. Dr. Ir. Cholid Mawardi, S.Kom., M.T. sebagai Wakil Direktur Bidang Perencanaan, Keuangan, dan Umum;
4. Dr. Dayu Sri Herti, S.Pd., M.Sn. sebagai Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan dan Alumni;
5. Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M., sebagai Ketua Jurusan Komunikasi;
6. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi;
7. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan;

8. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., Selaku Seketaris Program Studi Periklanan dan Dosen pembimbing 1 Tugas Akhir;
9. Pahala Basuki, M.I.Kom., Dosen pembimbing 2 Tugas Akhir;
10. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan, serta civitas akademika Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah memberikan ilmu, pelayanan, dan dukungan selama penulis menempuh masa perkuliahan;
11. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan Tugas Akhir ini;
12. Teman-teman grup “Funalitycs” yang selalu menemani penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik;
13. Ayu Eka Septyana, selaku partner setia penulis yang selalu mendukung, mendo’akan, memotivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan Tugas Akhir ini;
14. Orang-orang terdekat penulis yang selalu hadir memberikan dukungan, doa, serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.

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

Jakarta, 12 Juni 2026

Penyusun,



Muhammad Arsy Padischa Adji

NIM. 2370404084

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PENGESAHAN 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 TABEL.....	XI
DAFTAR GAMBAR	XII
BAB I PENDAHULUAN	13
A. Latar Belakang	13
B. Identifikasi Masalah	15
C. Batasan Masalah	15
D. Rumusan Masalah	16
E. Tujuan Penulisan	16
F. Manfaat Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
A. Komunikasi Pemasaran	18
1. Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	18
2. Fungsi Komunikasi Pemasaran	18
B. Pemasaran Digital.....	18
1. Peran Pemasaran Digital dalam Strategi Pemasaran.....	19
2. Media Sosial sebagai Kanal Pemasaran Digital.....	19
C. Media Sosial	19
1. Fungsi Media Sosial dalam Pemasaran Digital.....	20
2. Jenis Media Sosial.....	20
D. Instagram.....	20
1. Fitur Instagram	20

2. Instagram Sebagai Media Pemasaran.....	22
3. Instagram <i>Insights</i>	22
E. <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP)</i>	23
1. <i>Segmenting</i>	23
2. <i>Targeting</i>	23
3. <i>Positioning</i>	23
F. <i>Content Pillar</i>	23
1. Jenis <i>Content Pillar</i>	24
2. Fungsi <i>Content Pillar</i>	25
3. <i>Content Planning</i>	25
4. <i>Content Calendar</i>	25
G. Model AISAS.....	26
1. <i>Attention</i>	26
2. <i>Interest</i>	27
3. <i>Search</i>	27
4. <i>Action</i>	27
5. <i>Share</i>	27
H. <i>Social Media Awareness</i>	28
1. <i>Reach</i>	28
2. <i>Impressions</i>	29
3. <i>Profile Visits</i>	29
4. <i>Shares</i>	30
5. <i>Saves</i>	30
6. <i>Followers Growth</i>	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A. Profil Perusahaan.....	32
B. Ruang Lingkup	33
1. Kategori Karya	33
2. Peran Penulis	34
C. Teknik Pengumpulan Data	34
1. Observasi.....	34
2. Studi Pustaka.....	35
3. Dokumentasi	35
D. Langkah Kerja	36

1. Analisis Situasi.....	36
2. Analisis STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>)	36
3. <i>Competitive Review</i>	36
4. Perancangan Konten.....	36
5. Implementasi Konten	37
6. Evaluasi Konten	37
BAB IV PEMBAHASAN.....	38
A. Analisis Situasi.....	38
B. Analisis STP	40
C. <i>Competitive Review</i>	42
1. MCEasy.....	42
2. TransTRACK	43
3. Cartrack	43
4. Hasil <i>Competitive Review</i>	44
D. Proses Perancangan Konten Instagram Berbasis Model AISAS untuk Meningkatkan <i>Social Media Awareness</i> IzzyTrack	45
1. Pra Produksi	45
2. Produksi	46
3. Pasca Produksi	47
E. Penerapan Model AISAS dalam Perancangan Konten.....	49
F. Hasil Pekerjaan	53
1. <i>Top Content</i>	53
2. Pengukuran <i>Social Media Awareness</i> Akun Instagram IzzyTrack	54
3. Konten Berdasarkan <i>Content Pillar</i>	56
BAB V PENUTUP.....	58
A. Simpulan	58
B. Saran	59
1. Saran Untuk Politeknik Negeri Media Kreatif.....	59
2. Saran bagi Pengelola Media Sosial Perusahaan B2B	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Analisis STP	39
Tabel 4. 2 Konten AISAS	48
Tabel 4. 3 Penjelasan Penerapan Model AISAS	49
Tabel 4. 4 Perbandingan Konten	53
Tabel 4. 5 Performa Akun Instagram	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo IzzyTrack	31
Gambar 4. 1 Profile Instagram IzzyTrack	37
Gambar 4. 2 Konten AISAS	48
Gambar 4. 3 Top Content	52
Gambar 4. 4 Konten AISAS	53
Gambar 4. 5 Konten Tanpa AISAS	53
Gambar 4. 6 Educational Content	55
Gambar 4. 7 Promotional Content	56
Gambar 4. 8 Interactive Content	56