

# **LAPORAN TUGAS AKHIR**

## **PERENCANAAN KONTEN INSTAGRAM**

**@PERTAMINAJABODE UNTUK MENINGKATKAN**

***AWARENESS* PERIODE JANUARI – JUNI 2026**

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Ahli Madya



**Disusun oleh:**

**Muhammad Daffa Wildan**

**2370404086**

**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF**

**JURUSAN KOMUNIKASI**

**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA**

**2026**

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perencanaan Konten Instagram @pertaminajabode untuk meningkatkan *awareness* periode Januari – Juni 2026  
Penulis : Muhammad Daffa Wildan  
NIM : 2370404086  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari ~~Senin~~ tanggal 22 Juli 2026.

Disahkan oleh: *Rabu*  
Ketua Penguji



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

NIP. 198605092019032011

Anggota 1



Dhiyaa Thurfa Hlaa, S.P., M.Si.

NIP. 199709112025062014

Anggota 2



Omar Yusuf M.M

NUPN 9900979905

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Komunikasi



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

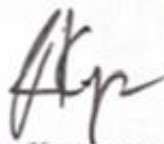
NIP. 197106062006041001

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul : Perancangan Strategi Konten Media Sosial Instagram Untuk  
Meningkatkan Brand Awareness Pada Akun @Pertaminajabode  
Nama : Muhammad Daffa Wildan  
NIM : 2370404086  
Program Studi : Komunikasi  
Jurusan : Periklanan  
Tahun Akademik : 2025/2026

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.  
Ditandatangani di ..~~29 Karta~~.., ..~~30 Juli~~.. 2026.

Pembimbing I



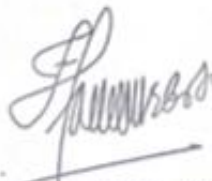
Rizky Kertanegara M.Si  
NUPTK.9447761662131482

Pembimbing II



Omar Yusuf SE. 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 : Muhammad Daffa Wildan  
NIM : 2370404086  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: *Perancangan Strategi Konten Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada Akun @Pertaminajabode*

**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, 11 Juni 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Daffa Wildan  
NIM 2370404086



## PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Muhammad Daffa Wildan  
NIM : 2370404086  
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:  
*Perancangan Strategi Konten Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada Akun @Pertaminajabode* 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, 10 Juni 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Daffa Wildan  
2370404086

## ABSTRAK

Media sosial Instagram menjadi salah satu media yang efektif untuk meningkatkan *awareness* perusahaan. Tugas Akhir ini bertujuan mengetahui perencanaan konten Instagram pada akun @pertaminajabode menggunakan teori AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Metode yang digunakan adalah observasi partisipatif dan studi pustaka. Observasi dilakukan selama penulis menjalankan peran sebagai Sosial Media *Specialist* di Pertamina Patra Niaga Sales Area Jabode. Hasil menunjukkan akun @pertaminajabode memperoleh 114.037 tayangan, menjangkau 22.729 akun, 4.593 kunjungan profil, serta peningkatan 589 pengikut. Hasil tersebut menunjukkan strategi konten berbasis AISAS mampu meningkatkan *awareness* akun Instagram secara bertahap dan organik.

**Kata kunci:** strategi konten, Instagram, AISAS, *awareness*

*Instagram is one of the most effective social media platforms for raising corporate awareness. This final project aims to examine Instagram content planning for the @pertaminajabode account using the AISAS theory (Attention, Interest, Search, Action, Share). The methods used were participatory observation and a literature review. The observation was conducted while the author served as a Social Media Specialist at Pertamina Patra Niaga's Jabode Sales Area. The results show that the @pertaminajabode account garnered 114,037 views, reached 22,729 accounts, received 4,593 profile visits, and gained 589 new followers. These results indicate that an AISAS-based content strategy can gradually and organically increase the Instagram account's brand awareness.*

**Keywords:** content strategy, Instagram, AISAS, *awareness*

## **PRAKATA**

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Allah Yang Maha Esa dan Nabi Muhammad SAW., karena telah memberikan berkat berupa kesehatan, kekuatan, kemampuan, dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan penuh. Tujuan dari penulisan 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).

Laporan TA 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. Dwi Riyono ST, M. Ak, Ph. D selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif dan Pembimbing dalam penyusunan laporan ini.
2. Mawan Nugraha S.Si, M. Acc, Ph.D, selaku Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Komunikasi.
4. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn. selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Rizky Kertanegara M.S,i selaku Dosen pembimbing 1 penulis yang dengan sabar membimbing serta mengarahkan penulis sampai penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
7. Omar Yusuf SE. MM. Selaku dosen pembimbing II penulis yang dengan sabar membimbing serta mengarahkan penulis dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
8. Para staf Jurusan Komunikasi dan seluruh civitas akademika Politeknik Negeri Media Kreatif atas dukungan administrasi dan fasilitas yang diberikan.

9. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat tanpa henti dalam setiap proses kehidupan penulis.
10. Jihan Nadin Amirah yang selalu menjadi tempat cerita penulis selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini.
11. Seluruh staff Pertamina Patra Niaga *Sales Area* Jabode yang penulis jadikan objek penulisan dalam Tugas Akhir ini. Serta seluruh rekan rekan Pertamina *Regional Jawa Bagian Barat* terkait yang mendukung penulis dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
12. Teman teman Amative Visual yang membantu penulis selama mengerjakan Tugas Akhir ini.
13. Seluruh teman teman Kapal 23 yang meyemangati penulis dalam mengerjakan Tugas Akhir ini.
14. Keluarga besar Rumah jihan yang menjadi tempat cerita penulis dikala penulis sedang jenuh.
15. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Periklanan angkatan 2023 yang telah bersama-sama melewati berbagai proses pembelajaran selama 3 tahun terakhir. Penulis menyadari bahwa laporan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca maupun pihak-pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 07 Juni 2026

A handwritten signature in black ink, featuring a stylized 'D' and 'W' with a star-like symbol above the 'D'.

Muhammad Daffa Wildan



## DAFTAR ISI

|                                                                   |     |
|-------------------------------------------------------------------|-----|
| LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....                               | ii  |
| LEMBAR PEESETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....                        | iii |
| PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS<br>PLAGIARISME..... | iv  |
| PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....                           | v   |
| ABSTRAK .....                                                     | vi  |
| PRAKATA.....                                                      | vii |
| DAFTAR ISI.....                                                   | ix  |
| DAFTAR TABEL .....                                                | xi  |
| DAFTAR GAMBAR .....                                               | xii |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                           | 1   |
| A. Latar Belakang .....                                           | 1   |
| B. Identifikasi Masalah .....                                     | 4   |
| C. Batasan Masalah.....                                           | 4   |
| D. Rumusan Masalah .....                                          | 5   |
| E. Tujuan Penulisan.....                                          | 5   |
| C. Manfaat Penulisan.....                                         | 5   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                                      | 7   |
| A. Komunikasi Pemasaran.....                                      | 7   |
| B. Media sosial .....                                             | 9   |
| D. Instagram.....                                                 | 11  |
| E. Perencanaan Konten.....                                        | 14  |
| F. <i>Awareness</i> .....                                         | 20  |
| G. KPI .....                                                      | 20  |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                                   | 22  |
| A. Data Perusahaan .....                                          | 22  |
| B. Teknik Pengumpulan Data.....                                   | 27  |
| C. Ruang Lingkup.....                                             | 29  |
| D. Langkah Kerja.....                                             | 30  |
| BAB IV PEMBAHASAN.....                                            | 33  |
| A. Gambaran Umum Permasalahan.....                                | 33  |
| B. Analisis STP.....                                              | 34  |

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| C. Penyusunan <i>Content Pillar</i> .....        | 36 |
| D. Alur Kerja.....                               | 38 |
| E. Analisis AISAS .....                          | 45 |
| E. Hasil Perencanaan Konten .....                | 62 |
| F. Hasil <i>awareness</i> @pertaminajabode ..... | 67 |
| BAB V PENUTUPAN.....                             | 69 |
| A. Kesimpulan .....                              | 69 |
| B. Saran.....                                    | 69 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                             | 72 |
| LAMPIRAN.....                                    | 74 |

## DAFTAR TABEL

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| Tabel 1 Hasil Perencanaan Konten 1 ..... | 62 |
| Tabel 2 Hasil Perencanaan Konten 2 ..... | 64 |
| Tabel 3 Hasil Perencanaan Konten 3 ..... | 66 |
| Tabel 4 Hasil <i>awareness</i> .....     | 67 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1 Logo Perusahaan .....                             | 22 |
| Gambar 2 Struktur Perusahaan.....                          | 24 |
| Gambar 3 Perancangan <i>Content Plan</i> .....             | 38 |
| Gambar 4 Refrensi <i>Content</i> .....                     | 40 |
| Gambar 4 <i>Deck</i> ide konten.....                       | 41 |
| Gambar 5 Pembuatan <i>editorial plan</i> .....             | 42 |
| Gambar 6 <i>review content</i> .....                       | 42 |
| Gambar 7 Feedback Revisi .....                             | 43 |
| Gambar 8 Penjadwalan Konten.....                           | 44 |
| Gambar 9 Analisis Performa Konten .....                    | 45 |
| Gambar 10 <i>Content Plan Attention</i> Bulan Januari..... | 46 |
| Gambar 11 <i>Content Plan</i> Periode Februari.....        | 48 |
| Gambar 12 <i>Content Plan Periode Maret</i> .....          | 50 |
| Gambar 13 <i>Content Plan</i> Periode April.....           | 53 |
| Gambar 14 <i>Content Plan</i> Periode Mei.....             | 56 |
| Gambar 15 <i>Content Plan</i> Periode Juni.....            | 59 |