

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN KONTEN KREATIF PADA**

**INSTAGRAM @INNOLIFE\_VERPLUS UNTUK MEMBENTUK**

***BRAND AWARENESS***

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh  
Gelar Ahli Madya Komunikasi



**Disusun Oleh:**  
**ARLINDA SELISTIAWATI BRAMUDA**  
**NIM: 21330017**

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN**  
**JURUSAN KOMUNIKASI**  
**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF**  
**JAKARTA**  
**2024**

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Kreatif Pada Instagram  
@innolife\_verplus Untuk Membentuk *Brand Awareness*  
Penulis : Arlinda Selistiawati Bramuda  
NIM : 21330017  
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 2024

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,

Andriyana, S.Pd., M.Pd.

NIP. 199312162020121007

Anggota 1

  
Dr. Hilwan Arif  
NUPM. 99030050083

Anggota 2

  
Zaenab, M.Si  
NIP.199211132019032025

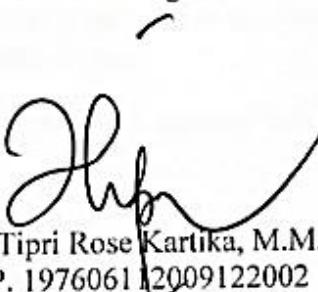
## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : "Perancangan konten kreatif pada Instagram @innolive\_verplus untuk meningkatkan *Brand Awareness*"  
Penulis : Arlinda Selistiawati Bramuda  
NIM : 21330017  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditanda tangani di Jakarta, ..... 9 Januari 2024

Pembimbing 1



Dr. Tipri Rose Kartika, M.M.  
NIP. 197606112009122002

Pembimbing 2



Qmar Yusuf, M.M  
NUPN. 9900979905

Mengetahui,  
Koordinator Prodi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si.

NIP. 199211132019032025

## PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arlinda Selistiawati Bramuda  
NIM : 21330017  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi  
Tahun Akademik : 2023-2024

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: “Perancangan konten kreatif pada Instagram @innolife\_verplus untuk membentuk *Brand Awareness*” adalah **original, belum pernah dibuat oleh pihak lain dan bebas dari plagiarism.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 19-08-2024

Yang menyatakan,



Arlinda Selistiawati Bramuda

NIM: 21330017

## PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Arlinda Selistiawati Bramuda  
NIM : 21330017

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2023 – 2024

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty – Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul “Perancangan konten kreatif pada Instagram @innolife\_verplus untuk membentuk *Brand Awareness*”

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif 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,<sup>19-08-</sup> 2024

Yang menyatakan,



Arlinda Selistiawati Bramuda

NIM: 21330017

## ABSTRAK

Judul Tugas Akhir

Perancangan Konten Kreatif Pada Instagram  
@innolife\_verplus Untuk Membentuk *Brand Awareness*

Pembimbing 1

: Dr. Tipri Rose Kartika, SE., M.M.

Pembimbing 2

: Omar Yusuf, M.M.

*As a Social Media Specialist, the writer is responsible for creating a creative content strategy to build brand awareness for the Instagram account @innolife\_verplus from January 2024 to April 2024. The identified issues include a lack of engaging content variety, inconsistent layout and font sizes, and suboptimal content design, which have hindered the development of brand awareness. To address these challenges, the implementation of creative content design was applied to establish brand awareness. The strategies involved using SWOT analysis and STP for data collection to ensure that the content is relevant, appropriate, and engaging for the audience. Additionally, the AISAS communication model (Attention, Interest, Search, Action, Share) was utilized. The creative content design incorporates content pillars focusing on education, entertainment, and promotion to enhance brand awareness on Instagram @innolife\_verplus. Overall, this final project aims to resolve these issues by emphasizing the application of these models, resulting in content that is not only attractive but also informative. It is expected to raise public awareness and interest in the content presented on Instagram @innolife\_verplus..*

*Keyword:* Social Media, Creative Content, Brand Awareness, SWOT, STP, AISAS

Peran penulis sebagai Sosial Media Specialist yaitu bertanggung jawab dalam membuat perancangan konten kreatif untuk membentuk brand awareness Instagram @innolife\_verplus dari Januari 2024 hingga April 2024. Masalah yang diidentifikasi meliputi kurangnya variasi konten yang menarik, tata letak dan ukuran font yang tidak beraturan, serta perancangan konten yang belum optimal mengakibatkan belum terbentuknya brand awareness. Untuk mengatasi ini, diterapkan penggunaan perancangan konten kreatif agar terbentuknya brand awareness, teori SWOT, STP untuk pengumpulan data agar konten yang dibuat relevan, sesuai dan menarik bagi audiens, dan menggunakan model komunikasi yaitu, AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share). Perancangan konten kreatif dengan menggunakan content pillar edukasi, entertaining, dan juga promotion akan terbentuknya brand awareness pada Instagram @innolife\_verplus. Secara keseluruhan, tugas akhir ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan dengan penekanan pada penerapan model, sehingga konten yang dihasilkan tidak hanya menarik tetapi juga informatif. dan diharapkan dapat membentuk kesadaran dan minat publik terhadap konten yang disajikan pada Instagram @innolife\_verplus.

Kata Kunci: Media Sosial, Konten Kreatif, *Brand Awaareness*, SWOT, STP, AISAS

## **PRAKATA**

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Magang Industri ini dengan baik. Tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah memenuhi salah satu syarat persyaratan bagi mahasiswa dapat menyelesaikan Pendidikan Diploma-3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

Dalam Tugas Akhir ini , penulis berperan sebagai *Social Media Specialist* di Frayn Creative Agency yang bertanggung jawab mengelola akun Instagram Innolife Verplus. Penulis beri judul “Perancangan konten kreatif pada Instagram @innolive\_verplus untuk membentuk *Brand Awareness*”.

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. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif, sekaligus sebagai Dosen Pebimbng I
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti,Wakil Direktur Bidang Akademik
3. Dr. Erlan Saefruddin, M.Hum.,Ketua Jurusan Komunikasi
4. R. Sulistyo Wibowo, M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi
5. Zaenab, S.S., M.Si.,Koordinator Program Studi Periklanan
6. Ahsan Al Kindi S.S, sebagai Pembimbing Praktik Industri
7. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah memberikan pelayanan selama menjadi mahasiswa selama tiga tahun
8. Rekan- rekan selama magang di Frayn Creative Agency
9. Keluarga yang senantiasa mendukung sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik
10. Teman- teman, khususnya Angkatan 2021 prodi Periklanan

11. Risya, Niken, Selvi dan Salma, teman SMA yang selalu memberikan dukungan penuh, sehingga penulis selalu bersemangat untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
12. Kirei, Sophie dan Ridha yang senantiasa memberikan dukungan dari masa perkuliahan hingga akhir.
13. Jafar Umar Yahya, yang menjadi teman hidup penulis sejak SMP hingga sekarang yang tentunya sangat memiliki peran penting yang selalu memberikan *support* untuk bisa memotivasi penulis agar bisa menyelesaikan tepat waktu.
14. Abun Sungkar, yang telah menjadi motivator untuk semangat menjalani selama proses pelaksanaan Praktik Industri sampai menyelesaikan pembuatan Tugas Akhir.

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

Jakarta, 1 Agustus 2024

Penulis,



Arlinda Selistiawati Bramuda

NIM 2133001

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A.    Latar Belakang .....	1
B.    Identifikasi Masalah .....	3
C.    Batasan Masalah.....	3
D.    Rumusan Masalah .....	4
E.    Tujuan Penulisan .....	4
F.    Manfaat Penulisan.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
A.    Komunikasi .....	6
B.    Periklanan .....	7
C.    Media Sosial.....	9
D.    Instagram.....	11
E.    Konten.....	13
F.    Konten Kreatif.....	14
G.    Social Media Specialist .....	19
H.    Brand Awareness .....	19
I.    SWOT .....	21
J.    AISAS .....	22
K.    STP .....	24
<b>BAB III METODE PELAKSANAAN.....</b>	<b>26</b>
A.    Data Perusahaan .....	26

B.	Teknik Pengumpulan Data .....	29
C.	Ruang Lingkup.....	29
D.	Langkah Kerja.....	31
<b>BAB IV PEMBAHASN.....</b>		<b>33</b>
A.	Gambaran Umum Perusahaan .....	33
B.	Gambaran Umum Pekerjaan .....	35
C.	Alur Pekerjaan.....	35
D.	Analisis dari Penulis.....	42
E.	Analisis STP (Segmentation, Targeting, Positioning).....	46
F.	Analisis SWOT .....	48
G.	Analisis Konten.....	50
H.	Analisis AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share).....	53
I.	Komparasi Praktik dengan Teori .....	56
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>59</b>
A.	Kesimpulan .....	59
B.	Saran .....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>62</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>64</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1 <i>Insight Instagram @innolife_verplus pada Desember 2023 dan April 2024</i> .....	42
Tabel 2 Kompetitor .....	46
Tabel 3 Analisis SWOT.....	48
Tabel 4 Analisis <i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i> .....	53
Tabel 5 Komparasi dengan Peta Okupasi Nasional .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Pengguna Instagram.....	1
Gambar 2 Produk Innolife Verplus .....	2
Gambar 3 Piramida Brand Awareness.....	20
Gambar 4 Segmentation, Targeting, Positioning .....	24
Gambar 5 Logo Frayn.id.....	26
Gambar 6 Struktur Perusahaan .....	28
Gambar 7 Langkah Kerja .....	31
Gambar 8 Logo PT Anugerah Mas Internasional .....	33
Gambar 9 Akun Instagram @innolife_verplus .....	34
Gambar 10 Alur Pekerjaan.....	35
Gambar 11 Weekly Meeting dengan Tim Sosial Media.....	36
Gambar 12 Editorial plan.....	37
Gambar 13 Content Brief.....	38
Gambar 14 Preview hasil editorial plan .....	38
Gambar 15 Schedule konten Instagram @innolife_verplus .....	40
Gambar 16 Uploading konten Instagram @innolife_verplus .....	40
Gambar 17 Membuat story Instagram @innolife_verplus.....	41
Gambar 18 Feeds Instagram @innolife_verplus.....	43
Gambar 19 Feeds Instagram @innolife_verplus.....	44
Gambar 20 Feeds Instagram @innolife_verplus.....	45
Gambar 21 Konten Edukasi .....	51
Gambar 22 Konten Marketing .....	52
Gambar 23 Konten Hari Peringatan.....	52
Gambar 24 Konten Entertainment .....	53

## **DAFTAR LAMPIRAN**

DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWA.....	64
PROGRAM STUDI PERIKLANAN, JURUSAN KOMUNIKASI.....	64
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF .....	64
SURAT LEMBAR PEMBIMBING TA .....	67
SERTIFIKAT MAGANG INDUSTRI.....	69
DOKUMENTASI FOTO KEGIATAN TERKAIT .....	70
TUGAS AKHIR.....	70
DOKUMENTASI SIDANG TUGAS AKHIR.....	72
LEMBAR HASIL CEK PLAGIARISME.....	73
SERTIFIKAT KOMPETENSI .....	74