

LAPORAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KONTEN INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS @CELEBRITYFRESH_NTV

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya

(A.Md.IKom)



Disusun oleh:

Najwan Syauqi

Nim: 21330075

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Instagram
@CELEBRITYFRESH_NTV Untuk Meningkatkan Brand
Awareness
Penulis : Najwan Syauqi
NIM : 21330075
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

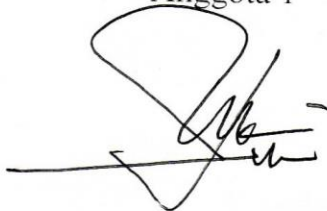
Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Jumat, tanggal 26 Juli 2024

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Zaenab, S.S., M.Si.
NIP 1992111320190320

Anggota 1



Muhammad Nur, M.Kom
NIDN.0320076604

Anggota 2



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

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefudin, M.Hum
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Instagram
@CELEBRITYFRESH_NTV Untuk Meningkatkan Brand
Awareness
Penulis : Najwan Syauqi
NIM : 21330075
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta 26 Juli 2024

Pembimbing I



Adryans., S.Si, M.Sn
NIP : 198510012019031004

Pembimbing II



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

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si
NIP.1992111320190320

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Najwan Syauqi
NIM : 21330075
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2023/2024

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: “Perancangan Konten Instagram @CELEBRITYFRESH_NTV Untuk 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, 26 Juli 2024

Yang menyatakan,



Najwan Syauqi
NIM: 21330075

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Najwan Syauqi
NIM : 21330075
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2023/2024

demi 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 @CELEBRITYFRESH_NTV Untuk Meningkatkan Brand Awareness" 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, 26 Juli 2024
Yang menyatakan



Najwan Syauqi
NIM: 21330075

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 untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma 3 Program Studi Periklanan Jurusan Komunikasi di Politeknik Negeri Media Kreatif dan meraih gelar A.Md.I.Kom (ahli madya ilmu komunikasi).

Laporan Praktik Industri ini tidak akan sesuai 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 .
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, S.Si., M.Si., Wakil Direktur I Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi.
4. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom Selaku Pembimbing II Tugas Akhir Penulis
5. Adryans., S .Si. M,Sn Selaku Pembimbing I Tugas Akhir Penulis
6. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
7. Keluarga yang senantiasa selalu mendukung dan memberikan semangat untuk menjalankan seluruh kegiatan perkuliahan.
8. Teman-teman se-angkatan Periklanan Polimedia sebagai teman seperjuangan.
9. Teman-teman Sahabatdotkom yang selalu membimbing penulis selama menjalani Praktik Industri
10. Teman-teman Nusantara TV yang menemani penulis menjalani Praktik Industri

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

Jakarta, 22 Mei 2024

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Najwan Syauqi', with a stylized flourish at the end.

Najwan Syauqi

NIM 2133005

ABSTRACT

This research examines the not optimal use of Instagram features such as Reels and carousels on @celebrityfresh_ntv, which aims to increase brand awareness of @celebrityfresh_ntv Instagram content by using the AISAS model (Attention, Interest, Search, Action, Share) introduced by Sugiyama and Andree. This model is more relevant in the digital era than the traditional AIDMA model. Although the implementation of the AISAS strategy proved to be effective in increasing brand awareness. Brand awareness, which includes levels from unaware of brand to top of mind, is the first step in building brand equity and customer loyalty. Using a qualitative approach that focuses on non-numerical data, this study analyses how Instagram content can increase consumers' brand recognition and understanding. The results show a significant increase in brand awareness, which is reflected in the increase in viewing hours and number of likes on @celebrityfresh_ntv content.

Keywords: *brand awareness, celebrityfresh_ntv, content strategy, theory AISAS*

Penelitian ini mengkaji terkait belum optimal memanfaatkan fitur Instagram seperti Reels dan carousel pada @celebrityfresh_ntv, yang bertujuan untuk meningkatkan brand awareness konten Instagram @celebrityfresh_ntv dengan menggunakan model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) yang diperkenalkan oleh Sugiyama dan Andree. Model ini lebih relevan di era digital dibandingkan model AIDMA tradisional. Meskipun penerapan strategi AISAS terbukti efektif dalam meningkatkan brand awareness. Brand awareness, yang mencakup tingkatan dari unaware of brand hingga top of mind, merupakan langkah awal membangun ekuitas merek dan loyalitas pelanggan. Metode pendekatan kualitatif yang berfokus pada data non-numerik, penelitian ini menganalisis bagaimana konten Instagram dapat meningkatkan pengenalan dan pemahaman konsumen terhadap merek. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dalam brand awareness, yang tercermin dari peningkatan jam tayang dan jumlah like pada konten @celebrityfresh_ntv.

Kata Kunci: brand awareness, strategy konten, model AISAS, celebrityfresh_ntv

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR	iv
DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
PRAKATA	vi
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	1
C. Batasan Masalah.....	2
D. Rumusan Masalah.....	2
E. Tujuan Penelitian.....	2
F. Manfaat Penelitian.....	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	3
A. Pengertian Komunikasi.....	3
B. Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	5
C. Pengertian Sosial Media	9
D. Pengertian Content Creator.....	13
E. Pengertian Content Pillar.....	16
F. Pengertian Segmentasi (STP).....	21
G. Model AISAS	24
H. Brand Awareness	26
BAB III METODE PELAKSANAAN	28
A. Data / Objek Penulisan.....	28
B. Teknik Pengumpulan Data	29
C. Ruang Lingkup.....	32
D. Langkah Kerja.....	33

BAB IV PEMBAHASAN	35
C. Analisis Alur Kerja	37
D. Analisis Konten Menggunakan Teori AISAS.....	39
E. Content Pillar	43
F. Content Plan	44
G. Insight Instagram	45
45	
H. Perbandingan Konten Sebelum dan Sesudah Ditangani Penulis	46
I. Hasil Kerja.....	49
J. Brand Awareness	51
K. Segmentasi	52
1. Segmenting (Segmentasi):.....	52
2. Targeting (Penargetan):.....	52
3. Positioning (Pemosisian).....	52
BAB V PENUTUP.....	53
A. Simpulan.....	53
B. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Wawancara	28
Tabel 2. Analisis Konten Menggunakan Teori AISAS	36
Tabel 3. Perbandingan Sebelum dan Sesudah	43
Tabel 4. Hasil Kerja	46
Tabel 5 . Brand Awarenees	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Contoh Format Konten Feed dan Reels	32
Gambar 2. Alur Kerja Produksi Konten @celebrityfresh_ntv	33
Gambar 3. Analisis Alur Kerja.....	37
Gambar 4. Content Pillar	43
Gambar 5. Content Plan	44
Gambar 6. Insight Instagram	45
Gambar 7. Perbandingan Konten Sebelum dan Sesudah Ditangani Penulis.....	46
Gambar 8. Hasil Kerja.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata.....	60
Lampiran 2. Salinan Lembar Pembimbingan 1	63
Lampiran 3. Salinan Lembar Pembimbingan 2	64
Lampiran 4. Sertifikat.....	65
Lampiran 5 . Dokumentasi	66
Lampiran 6 . Skrip Wawancara.....	68
Lampiran 7 . Bukti Wawancara Pembuatan Konten	69
Lampiran 8 . Hasil Cek Plagiarsme.....	70
Lampiran 9 . Sertifikat Kompetensi.....	71