

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**PERANCANGAN KONTEN PADA INSTAGRAM RODJO IGA**  
**REMPAH GUNA MENINGKATKAN *AWARENESS***

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh  
gelar Ahli Madya



**Oleh:**  
**HARIS LEGOWO**  
**NIM: 21330035**

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

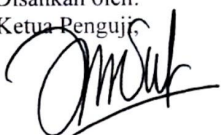
## LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

### LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : "Perancangan Konten Pada Instagram Rodjo Iga  
Rempah Guna Meningkatkan Awareness"  
Penulis : Haris Legowo  
NIM : 21330035  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa, tanggal 16 Juli 2024

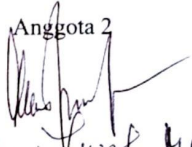
Disahkan oleh:  
Ketua Penguji

  
(Dr. Handika Dany R, M.S.)  
NIP. 199410152019032015

Anggota 1

  
(Sartika Ekadraya, M.I.Kom)  
NIP. 198812222020122006

Anggota 2

  
(Annisa Nur Hafidha, M.P.)  
NIP. 99090979905

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Komunikasi

  
Dr. Prhan Saetuddin, S.S., M.Hum.  
NIP. 197508072009121001

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

### LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Pada Instagram Rodjo Iga Rempah Guna Meningkatkan *Awareness*.

Penulis : Haris Legowo

NIM : 21330035

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di *Jakarta*, ...*5 Juli 2024*

Pembimbing I

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

Pembimbing II

Omar Yusuf., S.E., M.M.  
NIP. 9900979905

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi Periklanan

Zaenab, S.S., M.Si  
NIP.199211132019032025

# PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

## PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Haris Legowo  
NIM : 21330035  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi  
Tahun Akademik : 2023/2024

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul “Perancangan Konten Pada Instagram Rodjo Iga Rempah Guna Meningkatkan 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, 05 Juli 2024

Yang menyatakan,



10000  
REPUBLIK INDONESIA  
METRAIR  
TEMPEL  
20158FALX284077712

Haris Legowo

NIM. 21330035

## PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

### PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Haris Legowo  
NIM : 21330035  
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 Royalti - Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Perancangan Konten Pada Instagram Rodjo Iga Rempah Guna Meningkatkan 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, 05 Juli 2024

Yang menyatakan,



Haris Legowo

NIM. 2133003

## ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : “Perancangan Konten Pada Instagram Rodjo Iga Rempah Guna Meningkatkan Awareness”  
Pembimbing 1 : Dr. Erlan Saefuddin., S.S., M.Hum.  
Pembimbing 2 : Omar Yusuf, S.E., M.M

*Poorly planned content design is often a problem for brands. This issue is especially crucial for brands that want to grow on social media, including Rodjo Iga Rempah. Proper content design can help increase awareness of Rodjo Iga Rempah so that the brand can be better known to the wider community. In addition, content design can also help increase audience engagement because the content created will be better prepared. The author uses several theories, one of which is AISAS, in designing good and proper content, so that it can result in an increase in the number of profile activity by 221.9% and followers by 13.2%.*

***Keywords : Content Design, Awareness, Rodjo Iga Rempah***

Perancangan konten yang kurang persiapan kerap kali menjadi permasalahan bagi suatu brand. Permasalahan ini merupakan hal yang sangat penting jika brand ingin berkembang terutama pada media sosial. Tidak terkecuali Rodjo Iga Rempah. Perancangan konten yang baik dan benar dapat membantu untuk meningkatkan *awareness* Rodjo Iga Rempah sehingga brand dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas. Selain itu, perancangan konten juga dapat membantu meningkatkan interaksi dengan audiens karena konten yang dibuat akan lebih dipersiapkan. Penulis menggunakan beberapa teori, salah satunya adalah AISAS dalam perancangan konten yang baik dan benar, sehingga dapat menghasilkan peningkatan jumlah *profile activity* sebesar 221,9% dan followers sebesar 13,2%.

**Kata kunci: Perancangan Konten, Awareness, Rodjo Iga Rempah**

## **PRAKATA**

Dengan mengucapkan kalimat syukur kepada Allah Tuhan Yang Maha Esa penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Adapun tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma 3/Sarjana Terapan Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Tugas akhir ini berjudul “Proses Perancangan Konten Pada Instagram Rodjo Iga Rempah Guna Meningkatkan Awareness”

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. Ibu Dr. Tipri Rose Kartika, SE., M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik
3. Bapak Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi sekaligus Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini
4. Bapak R Sulistyو Wibowo, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Ibu Zaenab, S.S., M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Bapak Omar Yusuf, S.E., MM, Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan juga masukan kepada penulis untuk bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
8. DOMA Creative Agency yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk ikut serta dalam program Praktik Industri.

9. Ibu dan keluarga penulis yang sudah menemani serta memberikan dukungan maupun doa, agar dapat memudahkan penulis untuk menyelesaikan Laporan Tugas Akhir.
10. Sahabat-sahabat penulis, Yang sudah menemani serta memberikan semangat pada penulis untuk bisa menyelesaikan Laporan Tugas Akhir.
11. Rekan-rekan Angkatan Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama- sama selama tiga tahun.

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

Jakarta, 05 Juli 2024



Haris Legowo  
NIM. 21330035

## DAFTAR ISI

|                                                                   |           |
|-------------------------------------------------------------------|-----------|
| LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....                                | i         |
| LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....                        | ii        |
| PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS<br>PLAGIARISME..... | iii       |
| LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....                     | iv        |
| ABSTRAK.....                                                      | v         |
| PRAKATA.....                                                      | vi        |
| DAFTAR ISI.....                                                   | viii      |
| DAFTAR TABEL.....                                                 | x         |
| DAFTAR GAMBAR.....                                                | xi        |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                              | xii       |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                     | <b>1</b>  |
| A. Latar Belakang.....                                            | 1         |
| B. Identifikasi Masalah.....                                      | 4         |
| C. Pembatasan Masalah.....                                        | 4         |
| D. Rumusan Masalah.....                                           | 5         |
| E. Tujuan Penulisan Tugas Akhir.....                              | 5         |
| F. Manfaat Penulisan Tugas Akhir.....                             | 5         |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                               | <b>7</b>  |
| A. Konsep Komunikasi.....                                         | 7         |
| B. Konsep Periklanan.....                                         | 8         |
| C. Analisis SWOT.....                                             | 8         |
| D. Segmentasi, Targeting, dan Positioning.....                    | 10        |
| E. Awareness.....                                                 | 11        |
| F. Product Life Cycle.....                                        | 12        |
| G. AISAS.....                                                     | 14        |
| H. Perancangan Konten.....                                        | 16        |
| I. Marketing Mix.....                                             | 17        |
| <b>BAB III METODE PELAKSANAAN.....</b>                            | <b>21</b> |
| A. Data/Objek Penulisan.....                                      | 21        |
| 1. Profil Perusahaan.....                                         | 21        |
| 2. Visi dan Misi Perusahaan.....                                  | 21        |

|                                                     |           |
|-----------------------------------------------------|-----------|
| B. Teknik Pengumpulan Data.....                     | 22        |
| C. Ruang Lingkup.....                               | 23        |
| 1. Peran Penulis.....                               | 23        |
| 2. Kategori Karya.....                              | 23        |
| 3. Ide Kreatif.....                                 | 24        |
| D. Langkah Kerja.....                               | 24        |
| 1. Persiapan.....                                   | 25        |
| 2. Pelaksanaan.....                                 | 25        |
| 3. Evaluasi.....                                    | 26        |
| <b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>                       | <b>27</b> |
| A. Gambaran Umum Permasalahan.....                  | 27        |
| B. Analisis Marketing.....                          | 29        |
| 1. Analisis SWOT.....                               | 29        |
| 2. Analisis STP.....                                | 30        |
| 3. Analisis Brand Awareness.....                    | 32        |
| 4. Analisis Product Life Cycle.....                 | 33        |
| 5. Analisis Marketing Mix.....                      | 35        |
| C. Tahapan Perancangan Konten Rodjo Iga Rempah..... | 36        |
| 1. Tahap Persiapan.....                             | 36        |
| 2. Tahap Pelaksanaan.....                           | 41        |
| 3. Tahap Evaluasi.....                              | 42        |
| D. Bentuk Perancangan Konten.....                   | 43        |
| 1. Feeds Instagram.....                             | 43        |
| 2. Interactive Story.....                           | 46        |
| 3. Penerapan Model AISAS.....                       | 47        |
| 4. Hasil Content Performance.....                   | 48        |
| 5. Top Content.....                                 | 50        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>                           | <b>52</b> |
| A. Kesimpulan.....                                  | 52        |
| B. Saran.....                                       | 53        |
| 1. Saran bagi Penulis.....                          | 53        |
| 2. Saran bagi Politeknik Negeri Media Kreatif.....  | 53        |
| 3. Saran bagi Masyarakat.....                       | 53        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                          | <b>55</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                | <b>57</b> |

## **DAFTAR TABEL**

|                                                 |    |
|-------------------------------------------------|----|
| Tabel 1 Sasaran Pelanggan Rodjo Iga Rempah..... | 27 |
| Tabel 2 Analisis SWOT.....                      | 30 |
| Tabel 3 Analisis STP.....                       | 31 |
| Tabel 4 Analisis Marketing Mix.....             | 35 |
| Tabel 5 Content Pillar.....                     | 37 |
| Tabel 6 Penerapan Model AISAS.....              | 47 |
| Tabel 7 Content Performance.....                | 48 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| Gambar 1 Logo Rodjo Iga Rempah.....              | 2  |
| Gambar 2 Model SMCR.....                         | 7  |
| Gambar 3 SWOT.....                               | 8  |
| Gambar 4 Analisis Awareness 1.....               | 11 |
| Gambar 5 AISAS Model.....                        | 14 |
| Gambar 6 Logo DOMA Creative Agency.....          | 21 |
| Gambar 7 Perancangan Konten Instagram.....       | 23 |
| Gambar 8 Monthly Reporting.....                  | 24 |
| Gambar 9 Workflow.....                           | 25 |
| Gambar 10 Instagram Rodjo Iga Rempah.....        | 28 |
| Gambar 11 Reels Instagram Rodjo Iga Rempah.....  | 28 |
| Gambar 12 Analisis Awareness 2.....              | 32 |
| Gambar 13 Konten Advertising.....                | 33 |
| Gambar 14 Konten Promotion.....                  | 34 |
| Gambar 15 Hasil Riset Konten.....                | 37 |
| Gambar 16 Rancangan Konten Feeds.....            | 39 |
| Gambar 17 Interactive Story.....                 | 40 |
| Gambar 18 Scheduling Sederhana.....              | 41 |
| Gambar 19 Postingan Rodjo Iga Rempah.....        | 42 |
| Gambar 20 Monthly Report Rodjo Iga Rempah 1..... | 43 |
| Gambar 21 Konten Entertainment.....              | 44 |
| Gambar 22 Konten Product.....                    | 44 |
| Gambar 23 Konten Education.....                  | 45 |
| Gambar 24 Konten Conversion.....                 | 45 |
| Gambar 25 Konten Interactive Story.....          | 46 |
| Gambar 26 Top Content Rodjo Iga Rempah.....      | 50 |
| Gambar 27 Hasil Top Content.....                 | 51 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|                                           |    |
|-------------------------------------------|----|
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWA.....       | 57 |
| SALINAN LEMBARAN PEMBIMBINGAN TA.....     | 60 |
| SERTIFIKAT MAGANG INDUSTRI.....           | 62 |
| SURAT KETERANGAN PENGGUNAAN KARYA.....    | 63 |
| DOKUMENTASI FOTO TERKAIT TUGAS AKHIR..... | 64 |
| LEMBAR HASIL CEK PLAGIARISME.....         | 67 |
| SERTIFIKAT KOMPETENSI.....                | 68 |