

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PERENCANAAN KAMPANYE PADA INSTAGRAM UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* LINGOTALK**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Oleh
STEVEN MOZART ZAGOTO
NIM : 19033120

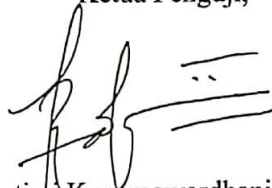
**PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA
KREATIF JAKARTA
2022**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perencanaan Kampanye Pada Instagram Untuk
Meningkatkan *Brand Awareness* LingoTalk
Penulis : Steven Mozart Zagoto
NIM : 19033120
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan


Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada Kamis, 28 Juli 2022

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,




Pratiwi Kusumowardhani, M.Ds
NIP. 198512082014042002

Anggota 1



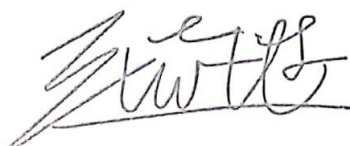
Zaenab, S.S., M.Si
NIP. 1992111320119032025

Anggota 2



Hawa Asma Ul Husna, S.Pd., M.Hum
NIP. 199110242019032027

Mengetahui,
Ketua Jurusan Penerbitan



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

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perencanaan Kampanye Pada Instagram Untuk
Meningkatkan *Brand Awareness* LingoTalk
Penulis : Steven Mozart Zagoto
NIM : 19033120
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan

Ditandatangani di ... *Jakarta, 23 Juni 2022*

Pembimbing I



Hawa Asma Ul Husna, S.Pd., M.Hum.
NIP. 199110242019032027

Pembimbing II



Ajenk Ningga Citra, M.Si.
NIP.

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zacnab, S.S., M.Si
NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Steven Mozart Zagoto
NIM : 19033120
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2021/2022

Dengan ini menyatakan bahwa Karya Tugas Akhir saya dengan judul “Perencanaan Kampanye Pada Instagram Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* LingoTalk” 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 saya buat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 23 Juli 2022

Yang menyatakan,



Steven Mozart Zagoto

NIM. 19033120

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Steven Mozart Zagoto
NIM : 19033120
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2021/2022

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: “Perencanaan Kampanye Pada Instagram Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* LingoTalk” 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, 23 Juni 2022

Yang menyatakan,



Steven Mozart Zagoto

NIM. 19033120

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Perencanaan Kampanye Pada Instagram Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* LingoTalk
Penulis : Steven Mozart Zagoto
Pembimbing I : Hawa Asma Ul Husna, S.Pd., M.Hum.
Pembimbing II : Ajenk Ningga Citra, M.Si.

The digital creative industry in Indonesia has attracted the attention of industry circles, such as local and non-local. Intense competition encourages service providers in the creative world to compete to become pioneers and the main choice of the services provided. This affects creative industries such as Advertising. Advertising is one of the fields in the creative industry that moves by relying on ideas and creativity in its manufacture. In the development of the creative industry in the advertising sector, LingoTalk is present as a foreign language learning service provider that aims to democratize access to applied knowledge through an efficient and comprehensive language learning journey. To achieve this goal, LingoTalk is actively involved in planning campaigns to create public awareness of LingoTalk. To plan the campaign, a Strategic Planner is needed. In writing this final project, the author is responsible for planning a campaign to raise public awareness.

Keywords: *Strategic Planner, LingoTalk, Advertising, Campaign*

Industri kreatif digital di Indonesia sudah sangat menarik perhatian di kalangan perindustrian, seperti local maupun non local. Persaingan yang ketat mendorong para penyedia jasa di dunia kreatif berlomba-lomba menjadi pionir dan pilihan utama dari jasa yang disediakan. Hal ini berpengaruh pada industri kreatif seperti Periklanan. Periklanan menjadi salah satu bidang dalam industri kreatif yang bergerak dengan mengandalkan ide dan kreativitas dalam pembuatannya. Dalam perkembangan industri kreatif di bidang periklanan, LingoTalk hadir sebagai penyedia jasa layanan pembelajaran bahasa asing yang bertujuan untuk mendemokratisasi akses ke pengetahuan terapan melalui perjalanan pembelajaran bahasa yang efisien dan menyeluruh. Untuk mencapai tujuan tersebut, LingoTalk bergerak aktif dalam merencanakan campaign untuk membuat awareness masyarakat terhadap LingoTalk. Untuk membuat perencanaan campaign tersebut, diperlukannya seorang Strategic Planner. Pada penulisan tugas akhir ini, penulis bertanggung jawab untuk merencanakan campaign guna mengawareness masyarakat.

Kata Kunci: *Strategic Planner, LingoTalk, Advertising, Campaign*

PRAKATA

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat serta hidayah-Nya yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan Karya Tugas Akhir ini dengan tepat waktu. Tujuan penulisan Karya Tugas Akhir untuk memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk menyelesaikan pendidikan Diploma-3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

Dalam Karya Tugas Akhir, penulis berperan sebagai *Strategic Planner* di LingoTalk, penulis menyusun laporan Karya Tugas Akhir berjudul “Perencanaan Kampanye Pada Instagram Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* LingoTalk”.

Karya Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M. Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
3. Drs. Benget Simamora, M.M. Wakil Direktur Bidang Akademik.
4. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum. Ketua Jurusan Penerbitan.
5. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn. Sekretaris Jurusan Penerbitan.
6. Zaenab, SS., M.Si Koordinator Program Studi Periklanan.
7. Bapak Andrea Benito selaku CEO LingoTalk yang telah menerima penulis melakukan Praktik Industri di LingoTalk.
8. Kak Cyrill selaku Pembimbing Perusahaan di LingoTalk.
9. Ms. Hawa Asma Ul Husna, S.Pd., M.Hum. selaku Pembimbing 1 dalam penyusunan laporan tugas akhir ini.
10. Ibu Ajenk Ningga Citra, M.Si. selaku Pembimbing 2 dalam penyusunan laporan tugas akhir.

11. Para staf Jurusan Penerbitan dan para karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan layanan administrasi kepada penulis selama di Politeknik Negeri Media Kreatif.
12. Rekan-rekan Angkatan 10 Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama selama tiga tahun.
13. Keluarga yang telah memberikan dukungan, motivasi, fasilitas, dan doa kepada penulis selama mengerjakan Tugas Akhir ini.
14. Serta kepada semua pihak yang telah membantu, yang tidak bisa disebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa hormat.

Karya Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan kinerja yang lebih baik pada masa yang akan datang. Semoga karya tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, *23 Juni 2022*

Penulis,



Steven Mozart Zagoto
NIM : 19033120

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iii
ABSTRAK	iv
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I.....	12
PENDAHULUAN.....	12
A. Latar Belakang.....	12
B. Identifikasi Masalah.....	16
C. Batasan Masalah	16
D. Rumusan Masalah	16
E. Tujuan Penulisan.....	17
F. Manfaat Penulisan	17
BAB II	18
TINJAUAN PUSTAKA	18
A. Komunikasi	18
B. Jenis Media Sosial.....	19
C. Media Baru.....	20
D. Media Sosial.....	21
1. Instagram	21
2. Fitur Instagram.....	21
C. Periklanan	23
D. Campaign.....	24
E. AISAS	25

F. SWOT	27
BAB III	29
METODE PELAKSANAAN	29
A. Data Perusahaan	29
1. Data Perusahaan / Objek Penulisan	29
2. Visi dan Misi	30
3. Struktur Perusahaan	30
B. Teknik Pengumpulan Data	33
1. Observasi	33
2. Studi Pustaka	33
C. Ruang Lingkup	34
1. Peran Penulis	34
2. Waktu dan Kegiatan	34
3. Ide Kreatif	34
D. Langkah Kerja	35
BAB IV	37
PELAKSANAAN	37
A. Data Perusahaan	37
1. Gambaran Umum Perusahaan	37
2. Gambaran Umum Pekerjaan	38
3. Media Strategic Planner	39
B. Alur Kerja Strategic Planner	40
C. Hasil Pekerjaan	48
D. Analisis Penulis	52
1. Brand Awareness	56
2. AISAS	56
3. Analisis SWOT	58
G. Tindak Lanjut Aktivasi	65
BAB V	xii
Penutup	xii
A. Simpulan	xii
B. Saran	xiii
DAFTAR PUSTAKA	xiv

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Statistik Data Indonesia.....	13
Gambar 2 Statistik DataIndonesia	14
Gambar 3 AISAS	25
Gambar 4 Logo Perusahaan	29
Gambar 5 Struktur Perusahaan.....	30
Gambar 6 Struktur Tim	35
Gambar 7 Peserta Campaign Festival Anak Cerdas.....	54
Gambar 8 Peserta Campaign Festival Anak Cerdas (<i>Extended</i>)	55
Gambar 9 Alur Kerja	40
Gambar 10 Alur Kerja Pra Produksi	41
Gambar 11 Alur Kerja	41
Gambar 12 Deck Campaign.....	43
Gambar 13 Alur Kerja Produksi	43
Gambar 14 Kebutuhan Campaign.....	45
Gambar 15 Visual Konten Campaign.....	45
Gambar 16 Visual Pengumuman Pemenang Campaign	46
Gambar 17 Visual Pengumuman Pemenang Campaign	47
Gambar 18 Kerja Produksi	47
Gambar 19 Hasil Pekerjaan	48
Gambar 20 Hasil Pekerjaan	49
Gambar 21 Hasil Pekerjaan	50
Gambar 22 Pekerjaan.....	50
Gambar 23 Hasil Pekerjaan	51
Gambar 24 Hasil Pekerjaan	51
Gambar 25 Hasil Pekerjaan	52
Gambar 26 Visual Campaign.....	57
Gambar 27 Data Campaign.....	61
Gambar 28 Data Campaign.....	61
Gambar 29 Data <i>Campaign</i>	62
Gambar 30 Data <i>Campaign</i>	63
Gambar 31 Data <i>Campaign</i>	63
Gambar 32 Data Campaign.....	64

DAFTAR TABEL

Table 1 STP LingoTalk.....	38
Table 2 Analisis Penulis.....	53
Table 3 Analisis SWOT LingoTalk	58
Table 4 Analisis SWOT Kompetitor.....	58
Table 5 Implementasi Teori ke dalam <i>campaign</i>	60
Table 6 Perbandingan	66
Table 7 Jadwal Posting <i>Campaign</i>	66