

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**“PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENCIPTAKAN  
*BRAND AWARENESS* PADA INSTAGRAM DOLANESIA”**

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya



**Disusun Oleh**

**Salsabila Bintang Maharani**

**NIM : 20330135**

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN**

**JURUSAN PENERBITAN**

**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF**

**JAKARTA**

**2023**

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Media Sosial Untuk Menciptakan  
*Brand Awareness* Pada Instagram Dolanesia.  
Penulis : Salsabila Bintang Maharani  
NIM : 20330135  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah di pertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu tanggal 26 Juli 2023

Disahkan oleh:  
Ketua Penguji,

**Drs. Sudrajat, M.M**  
NIP. 196012221982031003

Anggota 1

**Firda Nida Fauziyyah, S.I.Kom**

Anggota 2

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

Mengetahui, Ketua Jurusan Penerbitan

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

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Media Sosial Untuk Menciptakan Brand Awareness Pada Instagram Dolanesia.

Penulis : Salsabila Bintang Maharani

NIM : 20330135

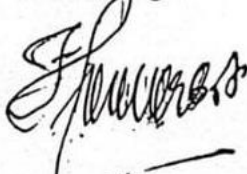
Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, Jumat, 21 Juli 2023

Pembimbing 1



Zaenab, S.S., M.Si

NIP.199211132019032025

Pembimbing 2

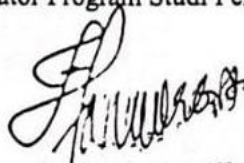


Martin Lukas

CEO PT Dolanesia Cipta Kreatif

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si

NIP.199211132019032025

## PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salsabila Bintang Maharani  
NIM : 20330135  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik 2020

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Pengelolaan Media Sosial Untuk Menciptakan *Brand Awareness* Pada Instagram Dolanesia adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme. semua data dan sumber telah dicantumkan sesuai ketentuan akademis.

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 sebenarnya.

Jakarta, 21 Juli 2023



Salsabila Bintang Maharani

NIM: 20330135

## PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Salsabila Bintang Maharani  
NIM : 20330135  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2020

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

"Pengelolaan Media Sosial Untuk Menciptakan *Brand Awareness* Pada Instagram Dolanesia" Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif 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, 21 Juli 2023



Salsabila Bintang Maharani  
NIM: 2033013



## ABSTRAK

*In today's digital era, social media has grown into a scourge of millennial life. Social media adorns almost all platforms in the business world, the world of information, and other lifestyles. Social media is like a necessity of life for millennials. Therefore, in this era of technological advancement, digital marketing plays an important role in launching a business. By using social media, such as the Instagram application, it is the main place to run a digital marketing. Digital marketing is one of the most effective ways used in the era of technological advances which are increasingly developing rapidly. Therefore, Dolanesia Travel uses the Instagram application to promote its services and products by using various features of Instagram itself, such as Instagram feeds, video reels, and Instagram stories. Then the purpose of this writing is how to manage Dolanesia Travel's Instagram indetermining what content will be created and published to the Dolanesia Instagram itself. The theory that the author will use is Brand Awareness, SWOT Analysis, and AISAS Analysis. In the discussion, the author first analyzes Instagram Dolanesia Travel itself and its competitors.*

**Keywords: Social Media, Instagram, Brand Awareness, SWOT Analysis, AISAS Analysis, Dolanesia Travel**

Dalam era digital seperti saat ini, media sosial tumbuh menjadi sebuah momok kehidupan milenial. Media sosial menghiasi hampir di seluruh platform baik dunia usaha, dunia informasi, hingga *lifestyle* lainnya. Media sosial sudah seperti kebutuhan hidup masyarakat milenial. Oleh karena itu di era kemajuan teknologi seperti sekarang ini, *digital marketing* memegang peranan penting dalam melancarkan suatu bisnis. Dengan menggunakan *social media*, seperti aplikasi *Instagram* itu merupakan wadah utama untuk menjalankan sebuah *digital marketing*. *Digital marketing* adalah salah satu cara yang sangat efektif digunakan dalam era kemajuan teknologi yang semakin hari semakin berkembang dengan cepat. Makadari itu Dolanesia Travel menggunakan aplikasi Instagram guna mempromosikan jasa dan produk produknya dengan menggunakan beragam macam fitur dari Instagram itu sendiri, misalnya feeds Instagram, video reels, dan Instagram story. Lalu tujuan dari penulisan ini adalah bagaimana cara pengelolaan pada Instagram Dolanesia Travel dalam menentukan konten konten apa yang akan dibuat dan dipublikasikan ke instragram dolanesia itu sendiri. Teori yang akan digunakan penulis merupakan Brand Awareness, Analisis SWOT, Analisis AISAS dan Strategi STP. Dalam pembahasannya penulis melakukan Analisa terlebih dahuluterhadap Instagram Dolanesia Travel itu sendiri dan kompetitor kompetitornya.

**Kata kunci : Media Sosial, Instagram, Brand Awareness, Analisis SWOT, Analisis AISAS, Dolanesia Travel**

## 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 salah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma /Sarjana(Tiga) Program Studi Periklanan Di Politenik Negeri Media Kreatif. Tugas Akhir ini berjudul “Pengelolaan Media Sosial Untuk Menciptakan *Brand Awareness* Pada Instagram Dolanesia”

Penulis menyadari, bahwa penulisan Tugas Akhir ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan, dorongan, serta bimbingan dari orang tua, dan kerabat terdekat 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. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Dosen pembimbing sekaligus Koordinator Program Studi Periklanan.
3. Bapak Martin Lucas selaku Pembimbing Perusahaan sekaligus CEO (Chief Executive Officer) PT Dolanesia Cipta Kreatif.
4. Nova Darmanto, M. Si., Wakil Direktur Bidang Akademik.
5. Dr. Erlan Saefuddin, SS., M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan.
6. R Sulistiyo Wibowo, S.Sn.,M.Sn., Sekretaris Jurusan Penerbitan.
7. Mung Na dan Sutrisno selaku orang tua saya, serta Andini dan Kayla selaku adik saya yang telah menyemangati, mendukung, serta selalu memberikan doa kepada saya agar dilancarkan dalam pembuatan laporan Praktik Industri dan Tugas Akhir.
8. Putri Natalie dan Rivi Fasya selaku sepupu saya yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat agar dilancarkan dan dimudahkan dalam pembuatan laporan Praktik Industri dan Tugas Akhir.

9. Kepada teman teman saya Rara Nurwidya, Nita Anggraeni, Kartika, Aisa Andini, Vina Oktavia, Adelia Syintia, dan Jaetun yang selalu membantu, mendukung, serta memberikan doa kepada saya agar dilancarkan dalam pembuatan laporan Praktik Industri dan Tugas Akhir dari awal masuk kuliah hingga lulus.
10. Rara, Anisa, Exally, Muft, Dan insan selaku teman teman di PT Dolanesia Cipta Kreatif yang selalu memberikan bantuan dan dukungan.
11. Teman Teman Angkatan Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah berjuang bersama sama selama 3 (tahun).
12. Muhammad Adam Rizky yang selalu memberikan semangat, doa, dan dukungan agar dimudahkan dan di lancarkan segala urusannya.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan perlupengembangan lebih lanjut. Maka dari itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saranyang membangun dari kesempurnaan penulis dimasa yang akan datang. Akhir kata penulis berharap penulisan tugas akhir ini dapat bermanfaat untuk pembaca sekalian, terutama untuk pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Komunikasi dan Periklanan.

Jakarta, 21 Juli 2023



Salsabila Bintang Maharani

NIM 20330135



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORIGINALITAS 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 GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penulisan.....	6
F. Manfaat Penulisan.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
A. Komunikasi.....	8
B. Media Komunikasi.....	9
C. Media Sosial.....	14
D. Instagram.....	17
E. Konten.....	19
F. Analisis SWOT.....	22
G. Model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share).....	23
<i>H. Brand Awareness</i> .....	<i>26</i>
<b>BAB III METODE PELAKSANAAN</b> .....	<b>28</b>
A. Data Perusahaan.....	28
B. Teknik Pengumpulan Data.....	32
C. Ruang Lingkup.....	33
D. Langkah Kerja.....	34
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b> .....	<b>36</b>
A. Gambaran Umum Perkerjaan.....	36
B. Alur Perkerjaan.....	38
1. Analisis Media Sosial Dolanesia.....	49
2. Analisis Media Sosial Komptitor Dolanesia (@indtravel).....	51
D. Analisis SWOT.....	52
E. Analisis Model AISAS.....	55
G. Komparasi Teori Dengan Praktik.....	59
H. Hasil Perkejaan.....	60
<b>BAB V</b> .....	<b>76</b>

<b>PENUTUP</b> .....	<b>76</b>
A. Simpulan .....	76
B. Saran .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>79</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo PT Dolanesia Cipta Kreatif .....	28
Gambar 2 Produk Buku <i>The New 10 Bali</i> .....	30
Gambar 3 <i>Exclusive Customized Envelop</i> .....	30
Gambar 4 <i>Prduk E Toll &amp; ATM Card</i> Dolanesia. ....	31
Gambar 5 <i>Exclusive Photo Print</i> .....	31
Gambar 6 <i>Exclusive Flip Book</i> .....	31
Gambar 7 Struktur Perusahaan PT Dolanesia Cipta Kreatif. ....	32
Gambar 8 Dolanesia Sosial Media Plan .....	38
Gambar 9 <i>Content</i> Strategi Dolanesia. ....	39
Gambar 10 <i>Screenshoot Zoom Meeting Brainstorming ide</i> .....	39
Gambar 11 <i>Calender Plan</i> Dolanesia.....	40
Gambar 12 Foto Dolanesia .....	41
Gambar 13 Foto Dolanesia .....	41
Gambar 14 Proses Pembuatan Konten Instagram Dolanesia. ....	42
Gambar 15 Proses Pengunggahan Konten Visual Instagram Dolanesia. ....	43
Gambar 16 Interaksi Dengan <i>Audience</i> di Instagram Dolanesia .....	44
Gambar 17 Kumpulan Video Dolanesia .....	44
Gambar 18 <i>New Project Editing Video</i> .....	45
Gambar 19 Proses Pengimporan Video .....	45
Gambar 20 Proses Pengimporan Video Ke Aplikasi <i>Editing Video</i> .....	46
Gambar 21 Proses <i>Adding Media</i> .....	46
Gambar 22 Proses <i>Adding Sound</i> .....	47
Gambar 23 Proses Penambahan Transisi Untuk Video .....	48
Gambar 24 Proses <i>Adding Text</i> Pada Video .....	48
Gambar 25 <i>Exporting Video</i> .....	49
Gambar 26 Akun Instagram dolanesia.travel. ....	50
Gambar 27 <i>Channel Youtube</i> Dolanesia .....	51
Gambar 28 Akun Instagram @indtravel .....	51
Gambar 29 <i>Youtube Channel</i> Indtravel .....	52
Gambar 30 Konten Visual Instagram Dolanesia .....	55
Gambar 31 <i>Caption</i> Konten Visual Instagram Dolanesia.....	56
Gambar 32 <i>Caption</i> Konten Visual Instagram Dolanesia 2. ....	57
Gambar 33 <i>Insight</i> Konten Visual Instagram Dolanesia. ....	57
Gambar 34 <i>Insight</i> pada Instagram Dolanesi. ....	58
Gambar 35 Sebelum Dan Sesudah Jumlah <i>Followers</i> Saat Penulis Bergabung .....	58
Gambar 36 Sebelum Dan Sesudah Jumlah <i>Reach</i> Saat Penulis Bergabung .....	59

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 <i>Timeline</i> Perkerjaan Pada Bulan Februari - April.....	36
Tabel 2 <i>Timeline</i> Perkerjaan Pada Bulan Mei - Juli.....	37
Tabel 3 <i>Key Performance Indicator (KIP)</i> .....	37
Tabel 4 <i>Copywriting</i> Caption Instagram Dolanesia.....	43
Tabel 5 Analisis SWOT Dolanesia dan @indtravel .....	52
Tabel 6 Komparasi Teori Dengan Praktik .....	60
Tabel 7 Hasil Perkerjaan Konten Visual Wakatobi .....	61
Tabel 8 Hasil Perkerjaan Konten Visual Belitung .....	65
Tabel 9 Hasil Perkerjaan Konten Visual Labuan Bajo .....	70
Tabel 10 Hasil Perkerjaan Konten Visual Hari Hari Besar.....	73