

LAPORAN TUGAS AKHIR

“PEMBUATAN KONTEN KREATIF UNTUK

MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA

INSTAGRAM DOLANESIA”

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Diploma Ahli Madya

(A.Md) Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

Rara Nurwidyaningtias

NIM : 20330120

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN PENERBITAN

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2023

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : "Pembuatan Konten Kreatif untuk Meningkatkan Brand Awareness pada Instagram Dolanesia"
Penulis : Rara Nurwidyaningtias
NIM : 20330120
Program Studi : Penerbitan
Jurusan : Periklanan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari ini *kamis*, tanggal *27 Juli 2023*

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,

Drs. Sudrujat, M.M
NIP. 196012221982031003

Anggota I

Ajenk Ningga Citra, M.Si.
NIDN. 0320118401

Anggota II

Zaenab, SS., M.Si
NIP. 199211132019032025

Mengetahui
Ketua Jurusan Penerbitan

Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : "Pembuatan Konten Kreatif Untuk Menciptakan Brand Awareness pada Instagram Dolanesia"
Penulis : Rara Nurwidyaningtias
NIM : 20330120
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Pencerbitan

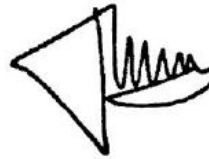
Tugas akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan. Ditandatangani di Jakarta, 21 Juli 2023 .

Pembimbing 1



Zaenab, SS., M.Si
NIP. 199211132019032025

Pembimbing 2



Martin Lukas

Mengetahui
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, SS., M.Si.
NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rara Nurwidyaningtias
NIM : 20330120
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2020

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
“Pembuatan Konten Kreatif untuk Meningkatkan Brand Awareness pada
Instagram Dolanesia”
**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, 21 Juli 2023

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a 5000 Rupiah Indonesian banknote. The signature is cursive and appears to read 'Rara Nurwidyaningtias'. The banknote features the Garuda Pancasila emblem and the serial number 008D8AKX510156741.

Rara Nurwidyaningtias

NIM : 20330120

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Rara Nurwidyaningtias
NIM : 20330120
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2020

demikian 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:

“Pembuatan Konten Kreatif untuk Meningkatkan Brand Awareness pada Instagram Dolanesia”

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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

Yang menyatakan,



Rara Nurwidyaningtias

NIM : 20330120

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : “Pembuatan Konten Kreatif untuk Meningkatkan Brand Awareness pada Instagram Dolanesia”

Penulis : Rara Nurwidyaningtias

Pembimbing I : Zaenab, S.S., M.Si

Pembimbing II : Martin Lukas

The tourism sector in Indonesia is one of the important sectors for economic growth in Indonesia, but it was hampered when the Covid-19 virus pandemic came. The use of the internet and social media has been widely used by the public, especially Instagram. PT Dolanesia Cipta Kreatif or briefly known as Dolanesia, aims to become a digital platform to support and promote Indonesian tourism to the entire community. Social Media Officer has an important role in managing social media accounts at PT Dolanesia Cipta Kreatif. Social Media Officers must be able to understand how social media content is created properly, manage the correct content using the features found on Instagram. The main objective of the author in this Final Project Report is to understand creative content creation and social media management for a Social Media Officer to create brand awareness in a company.

Keywords: Tourism, Dolanesia, Social Media, Instagram.

Sektor pariwisata di Indonesia menjadi salah satu sektor yang penting untuk pertumbuhan perekonomian di Indonesia, namun terjadi kehambatan ketika datangnya pandemi virus Covid-19. Penggunaan internet serta media sosial sudah banyak digunakan oleh masyarakat, terutama Instagram. PT. Dolanesia Cipta Kreatif atau secara singkat dapat dikenal Dolanesia, bertujuan menjadi sebuah platform digital untuk mendukung dan mempromosikan pariwisata Indonesia pada seluruh masyarakat. *Social Media Officer* memiliki peran penting dalam mengelola akun media sosial pada PT. Dolanesia Cipta Kreatif. *Social Media Officer* harus dapat memahami bagaimana konten media sosial itu dibuat dengan tepat, mengelola konten yang benar dengan menggunakan fitur-fitur yang terdapat pada Instagram. Adapun tujuan utama penulis dalam Laporan Tugas Akhir ini adalah untuk memahami pembuatan konten kreatif dan pengelolaan media sosial bagi seorang *Social Media Officer* untuk meningkatkan brand awareness pada sebuah perusahaan.

Kata kunci : Wisata, Dolanesia, Media Sosial, Instagram.

PRAKATA

Segala puja dan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan baik dan benar. Tujuan penulisan Laporan Tugas Akhir adalah salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma III (Tiga) pada Program Studi Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif. Judul yang penulis ambil pada Tugas Akhir ini yaitu “Pembuatan Konten Kreatif untuk Meningkatkan Brand Awareness pada Instagram Dolanesia”.

Dalam penulisan Laporan Tugas Akhir, penulis tak lepas dari bantuan dari pihak-pihak yang telah membantu, membimbing, memotivasi dari dukungan orang tua dan orang-orang terdekat yang disayangi dari awal hingga laporan ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan Laporan Tugas Akhir, kepada :

1. Kepada Mamah tercinta, Papah dan Keluarga tercinta yang telah memberikan motivasi, kasih sayang, kasih cinta dan doa-doa baik untuk penulis.
2. Dr. Tipri Rose Kartika, S.E., M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
3. Nova Darmanto, S. Sos., M.Si, Wakil Direktur Bidang Akademik.
4. Dr. Erlan Saefuddin, SS., M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan.
5. R. Sulistyio Wibowo, M.Sn Sekretaris Jurusan Penerbitan.
6. Zaenab, SS., M. Si, Koordinator Program Studi Periklanan

7. Bapak Martin Lukas selaku CEO PT. Dolanesia Cipta Kreatif dan Pembimbing Laporan Tugas Akhir
8. Miss Zaza selaku Pembimbing Akademis Penyusunan Laporan Tugas Akhir.
9. Para Dosen dan Staf Jurusan Periklanan serta karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama 3 (tiga) tahun penulis menempuh pendidikan di Program Studi Periklanan Polimedia.
10. Para Rekan pembuatan karya, Salsabila Bintang, Iymel, Exally Rara, Mufti, dan Insan.
11. Para Karyawan PT. Dolanesia Cipta Kreatif yang telah membantu dan membimbing selama penulis melakukan kegiatan pembuatan karya.
12. Kepada Sahabat penulis sejak awal, Lisa Amaliah Rizki yang telah membantu serta selalu memberikan motivasi untuk penulis untuk membuat Laporan ini.
13. Kepada Teman Seperjuangan sejak awal perkuliahan, Tika, Bintang, Nita, Njayetun, Aisa, Vina, dan Adel yang sudah membantu serta mendukung penulis selama pembuatan laporan ini.
14. Kepada Teman-Teman Seperjuangan sejak Sekolah Menengah Atas, Lina, Intan, Putri, Iza, Vania, Safa, dan juga Teman-Teman Diezscarcity.
15. Kepada Teman-Teman Moga Solid, Cipa, Renal, dan Anggoro.
16. Dan Kepada Teman-Teman Seperjuangan Periklanan 2020.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini. Maka dari itu penulis berharap terdapat Saran dan Kritik yang dapat lebih menyempurnakan Laporan Tugas Akhir ini.

Jakarta, 21 Juli 2023

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rara Nurwidyaningtias', written in a cursive style.

Rara Nurwidyaningtias

20330120

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penulisan	6
F. Manfaat Penulisan	6
G. Sistematika Penulisan	7
BAB II	9
A. Komunikasi	9
B. Media Komunikasi	10
1. Media Massa	10
2. Media Baru	10
C. Media Sosial	11
1. Definisi Media Sosial	11
2. Jenis Media Sosial	11
3. Fungsi Media Sosial	12
D. Instagram	13
1. Pengertian Instagram	13
2. Fitur Instagram	14
E. Konten	16
1. Konten Visual	17
2. Konten Audio Visual	21

F. Copywriting	24
1. Definisi <i>Copywriting</i>	24
2. Tahapan <i>Copywriting</i>	24
G. STP	26
H. SWOT	26
1. <i>Strengths</i> (Kekuatan)	27
2. <i>Weaknesses</i> (Kelemahan)	27
3. <i>Opportunities</i> (Peluang).....	27
4. <i>Threats</i> (Ancaman)	28
I. AISAS	28
1. <i>Attention</i>	28
2. <i>Interest</i>	29
3. <i>Search</i>	29
4. <i>Action</i>	29
5. <i>Share</i>	30
J. Brand Awareness	30
1. <i>Recall</i>	30
2. <i>Recognition</i>	31
3. <i>Purchase</i>	31
4. <i>Consumption</i>	31
BAB III	32
A. Data Perusahaan	32
1. Profil Perusahaan	32
2. Visi dan Misi Perusahaan	33
3. Struktur Organisasi	34
4. Lokasi Perusahaan	34
5. Layanan Perusahaan	34
6. Produk.....	35
7. <i>Partner</i>	37
8. <i>Klien</i>	37
B. Teknik Pengumpulan Data.....	38
1. Observasi	38

2. Studi Pustaka	39
C. Ruang Lingkup	39
1. Peran <i>Social Media Officer</i>	39
2. Pekerjaan Yang Dihasilkan.....	40
D. Langkah Kerja	40
1. Persiapan.....	40
2. Pelaksanaan.....	40
3. Evaluasi.....	41
BAB IV	42
A. Gambaran Umum Perusahaan	42
B. Gambaran Umum Pekerjaan.....	42
1. Struktur Tim.....	42
C. Alur Pekerjaan.....	43
1. Tahap Persiapan	43
2. Tahap Pelaksanaan.....	45
D. Analisis Instagram	47
1. Analisis Instagram Dolanesia.....	47
2. Analisis Instagram Kompetitor	48
E. Analisis Konten	49
1. Analisis Konten Visual	49
2. Analisis Konten Audio Visual.....	51
F. Analisis Copywriting	57
1. Pahami Product <i>Knowledge</i>	57
2. Tentukan Audiens	57
3. Menulis <i>Headline</i> yang Menarik	58
4. Gaya Bahasa	58
5. <i>Storytelling</i>	58
6. <i>Call To Action</i>	58
7. Melihat Kompetitor	59
8. Evaluasi.....	59
G. Analisis STP	59
1. Segmenting	60

2. Targeting	60
3. Positioning	60
H. Analisis SWOT	60
I. Analisis AISAS	64
J. Analisis Brand Awareness.....	67
K. Hasil Pekerjaan	69
1. Konten Visual	69
2. Konten Audio Visual	82
L. Komparasi	85
BAB V.....	87
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pertumbuhan Jumlah Pengguna Instagram secara Global.....	4
Gambar 2 Logo Perusahaan	32
Gambar 3 Struktur Perusahaan.....	34
Gambar 4 Produk Exclusive Photo Books	35
Gambar 5 Produk Exclusive Customized Envelop	36
Gambar 6 Produk e-Toll & ATM Card.....	36
Gambar 7 Exclusive Photo Print	36
Gambar 8 Exclusive Flip Book	37
Gambar 9 Partner Perusahaan	37
Gambar 10 Klien Perusahaan Government	37
Gambar 11 Klien Perusahaan Private.....	38
Gambar 12 Struktur Social Media Officer Intern.....	43
Gambar 13 Konten Plan Media Sosial Dolanesia	44
Gambar 14 Tampilan Dokumen Dolanesia	44
Gambar 15 Tampilan Dokumen Dolanesia	45
Gambar 16 Tampilan Dokumen Dolanesia	46
Gambar 17 Preview Mentor	46
Gambar 18 Pengunggahan Konten.....	47
Gambar 19 Instagram Dolanesa	48
Gambar 20 Instagram Indonesia Travel	48
Gambar 21 Ide atau Gagasan Kreatif	49
Gambar 22 Visualisasi Konten Visual.....	50

Gambar 23 Preview Mentor Konten Visual	50
Gambar 24 Final Artwork	51
Gambar 25 Logging Video.....	52
Gambar 26 Import Video	52
Gambar 27 Penyunting Proses Editing Video.....	53
Gambar 28 Transisi Video	53
Gambar 29 Penyesuaian Visual Video.....	54
Gambar 30 Penyuntingan Audio	54
Gambar 31 Efek Visual dan Grafis Video.....	55
Gambar 32 Mixing Audio Video.....	55
Gambar 33 Penyempurnaan dan Koreksi.....	56
Gambar 34 Output Video	56
Gambar 35 Penentuan Audiens	57
Gambar 36 Kompetitor Dolanesia	59
Gambar 37 Evaluasi Caption	59
Gambar 38 Accounts Reached Dolanesia.....	67
Gambar 39 Top Konten.....	67
Gambar 40 Akun Instagram Dolanesia.....	68
Gambar 41 Akun Instagram Dolanesia.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis SWOT	60
Tabel 2 Analisis AISAS	65
Tabel 3 Konten Visual Morotai	69
Tabel 4 Konten Visual Kepulauan Seribu	74
Tabel 5 Konten Visual Bromo.....	80
Tabel 6 Konten Visual Hari Besar.....	80
Tabel 7 Konten Audio Visual.....	82
Tabel 8 Komparasi Peran Social Media Officer.....	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Magang Industri.....	97
Lampiran 2 Dokumentasi Bimbingan	98