

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERENCANAAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@TRLIndonesia 2023

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh:

AHMAD SYAFIQ AL-FAQIH

20330013

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN PENERBITAN

POLITEKNIK MEDIA KREATIF

JAKARTA

2023

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perencanaan Konten Media Sosial Instagram
@TRLIndonesia 2023
Penulis : Ahmad Syafiq Al-Faqih
NIM : 20330013
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada 2 Agustus 2023

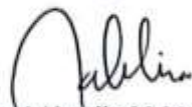
Disahkan oleh

Ketua Penguji



Zaehab, S.S., M.Si
NIP.199211132019032025

Anggota 1



Nurul Akmalia, M. Med. Kom
NIP.199102282019032015

Anggota 2



Drs. Sudrajat, M.M
NIP.19601221982031003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Penerbitan



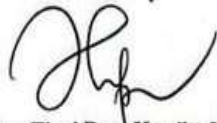
Dr. Erlan Saefuddin, SS., M.Hum.,
NIP.197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perencanaan Konten Media Sosial
Instagram @TRLIndonesia 2023
Penulis : Ahmad Syafiq Al Faqih
NIM : 20330013
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditanda tangani di Jakarta, 28 Juli 2023

Pembimbing 1



Dr. Tipri Rose Kartika, M.M
NIP. 197600611200912

Pembimbing 2



Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom
NIP. 199005232019031012

Mengetahui,

Koordinator Program Studi



Zaenab, S.S., M.Si

NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Syafiq Al Faqih

NIM : 20330013

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tahun Akademik : 2022-2023

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: “Perencanaan Konten Media Sosial Instagram @TRLIndonesia 2023” 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 sebenarnya.

Jakarta, 26 Juli 2023



Ahmad Syafiq Al Faqih
NIM. 20330013

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Ahmad Syafiq Al Faqih
NIM : 20330013
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2022-2023

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 Konten Media Sosial Instagram @TRLIndonesia2023” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, 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 2023

Ahmad Syafiq Al Faqih
NIM. 20330013

ABSTRAK

The use of plastic generally has a negative impact on the environment which must be borne by nature because of the existence of plastic waste, STP is used to promote brands to consumers and help the marketing team to determine the company's position. AISAS can also be interpreted as a sequence of interactions between the product or service being sold and the customer. A strategic planning method that evaluates the factors that influence marketing objectives, namely strengths, weaknesses, opportunities and threats. In understanding a clear workflow in creating content, a clear workflow is needed, so that later the content created can find out which content flow has problems. content preparation, publishing, evaluation. To find out how Content Planning for Instagram Social Media @TRLIndonesia 2023.

Keywords : *Instagram, Social Media, Social Media Officer.*

Penggunaan plastik pada umumnya berdampak negatif terhadap lingkungan yang harus ditanggung alam karena keberadaan sampah plastik, STP digunakan untuk mempromosikan merek kepada konsumen dan membantu tim pemasaran untuk menentukan posisi perusahaan. AISAS juga dapat diartikan sebagai urutan interaksi antara produk atau jasa yang dijual dan pelanggan. Metode perencanaan strategis yang mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian tujuan, yaitu kekuatan (Strengths), kelemahan (weakness), peluang (opportunities), dan Ancaman (Threats). Dalam memahami alur kerja yang jelas dalam pembuatan konten sangat diperlukannya alur kerja yang jelas, agar nantinya konten yang di buat dapat mengetahui alur pembuatan konten mana yang memiliki masalah. persiapan konten, publish, evaluasi. Untuk mengetahui bagaimana Perencanaan Konten Media Sosial Instagram @TRLIndonesia 2023.

Kata kunci: *Instagram, Social Media, Social Media Officer.*

PRAKATA

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT karena berkatrahmat 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 MediaKreatif Jakarta.

Dalam Karya Tugas Akhir, penulis berperan sebagai *Social Media Officer* yang telah melakukan pembuatan konten kreatif pada Instagram TRL Indonesia. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan Karya Tugas Akhir berjudul “Perencanaan Konten Media Sosial Instagram @TRLIndonesia”

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. Tuhan yang Maha Esa, karena rahmat dan karunia-Nya yang berlimpah kepada penulis, sehingga dapat diberi kelancaran dalam penyusunan tugas akhir ini.
2. Orang Tua penulis, Ibu Nurhasanah yang telah mendukung secara moril, materi, dan memberikan doa tiada henti demi kelancaran penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
3. Keluarga tercinta yang tiada hentinya memberikan doa, dukungan, perhatian, serta kasih sayang.
4. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M, selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif, sekaligus pembimbing 1 dari penulis yang sudah bisa mencapai titik saat ini.
5. Nova Darmanto M,si, selaku Wakil Direktur Bidang Akademik
6. Zaenab, S.S., M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan.
7. Dr. Erlan Saefuddin, SS., M.Hum., selaku Ketua Jurusan Penerbitan.
8. Dyama Khazim, M.I.Kom. selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan juga masukan kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas

Akhir ini.

9. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menepuh Pendidikan di sini.
10. Miftahul Jannah Selaku Pembimbing Perusahaan di Adconomic.
11. H. Maimunah, Nenek dari penulis yang telah memberikan dukungan moral maupun materil kepada penulis.
12. Drs. H. Abdul Holik, Uwa dari penulis yang telah membantu dan membiayai kuliah penulis.
13. Mustikawati, Spd., Tante dari penulis telah memberikan motivasi, support baik biaya maupun waktu hingga proses penyusunan tugas akhir ini.
14. Keluarga Haji Musa dan Keluarga besar H. Muhidin membantu biaya kuliah dan mendoakan penulis tiada henti kelancaran dalam penusunan Tugas Akhir.
15. Putri Saniah AZ Zahra, Kekasih penulis yang telah memberikan masukan, Doa serta semangat dan menghibur penulis.
16. Ihsan Maulan S.kom, Abang dari penulis yang sudah meminjamkan laptop dalam penyusunan tugas akhir ini sampai selesai.
17. Sahabat-sahabat penulis, yang sudah menemani serta memberikan semangat pada penulis untuk bisa menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
18. 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, 26 Juli 2023

Penulis



Ahmad Syafiq Al Faqih

NIM:20330013

DAFTAR ISI

LEMBARAN PENGASAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR	iv
DAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI	ix
BAB I.....	1
LATAR BELAKANG.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penulisan.....	5
F. Manfaat Penulisan.....	5
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSAKA.....	7
A. Komunikasi	7
B. Media Sosial	10
C. <i>STP (Segmentasi, Targeting, Positioning)</i>	14
D. <i>Metode AISAS</i>	15
E. <i>Analisis SWOT</i>	18
F. <i>Content Metrics</i>	20
BAB III	23
METODE PELAKSANAAN.....	23
A. Data Perusahaan.....	23
B. Teknik Pengumpulan Data	27
C. <i>Ruang Lingkup</i>	28
D. Langkah Kerja	30
BAB IV.....	33
PEMBAHASAAN	33
A. <i>Gambaran Umum Pekerjaan</i>	33

<i>B. STP TRL Indonesia</i>	39
<i>C. SWOT TRL Indonesia</i>	41
D. AISAS TRL Indonesia	43
<i>E. Analisis Konten Metrick</i>	48
PENUTUP	59
<i>A. Simpulan</i>	59
<i>B. Saran</i>	60
DAFTAR PUSTAKA	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data pengguna Instagram 2023.....	3
Gambar 2. Data Formula AISAS	16
Gambar 3. Logo Adconomic Digital Advertising Agency	23
Gambar 4. Logo TRL Indonesia.....	24
Gambar 5. Struktur Organisasi Adconomic	25
Gambar 6. Langkah Kerja	30
Gambar 7. <i>Editorial Plan</i> Konten <i>Feed</i>	34
Gambar 8. Hasil konten <i>feed</i>	34
Gambar 9. <i>Editorial Plan</i> Konten <i>Story</i>	35
Gambar 10. <i>Editor Plan</i> Konten <i>Story</i>	36
Gambar 11. Mencari referensi desain Instagram	37
Gambar 12. Mencari referensi desain Instagram	37
Gambar 13. Hasil mengunggah konten <i>feed</i>	38
Gambar 14. Hasil mengunggah konten <i>Story</i>	39
Gambar 15. Contoh penerapan model AISAS tahap <i>attention</i>	44
Gambar 16. Contoh penerapan Model AISAS Tahap <i>Interest</i>	45
Gambar 17. Contoh Penerapan Model	46
Gambar 18. Contoh Penerapan Model AISAS Tahap <i>Action</i>	47
Gambar 19. Contoh Penerapan Model AISAS Tahap <i>Share</i>	48
Gambar 20. Contoh konten dengan kategori <i>specific</i>	49
Gambar 21. Contoh konten dengan kategori <i>Achievable</i>	49
Gambar 22. Contoh konten dengan kategori <i>Educate</i>	50
Gambar 23. Contoh Konten dengan kategori <i>entertain</i>	51
Gambar 24. Contoh Konten dengan kategori <i>entertain</i>	51
Gambar 25. Dengan jangkauan dan jumlah <i>Impresi</i> banyak.....	53
Gambar 25. Dengan jumlah <i>engagement</i> tertinggi	54

DAFTAR TABEL

Table 1 Teori STP Brand TRL Indonesia	40
Table 2 SWOT TRL Indonesia	41
Table 3 Analisis SWOT competitor berdasarkan Engagement Rate.....	42
Table 4 Gambaran konten TRL Indonesia terbaik	55
Table 5 Komparasi Praktik Dengan Teori	57