

LAPORAN TUGAS AKHIR
Strategi Manajemen Konten Instagram Ultrachem Construction
Chemical Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh
CANTIKA FEBRIANI
NIM: 2030039

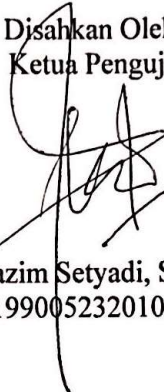
PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2023

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Manajemen Konten Instagram Ultrachem
Construction Chemical Untuk Meningkatkan
Brand Awareness
Penulis : Cantika Febriani
NIM : 20330039
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir
di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Jumat, tanggal 28 Juli 2023

Disahkan Oleh:
Ketua Penguji,



Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom
NIP. 1990052320109031012

Anggota 1



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Anggota 2



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

Mengetahui,
Ketua Jurusan Penerbitan



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Manajemen Konten Instagram Ultrachem
Construction Chemical Untuk Meningkatkan
Brand Awareness
Penulis : Cantika Febriani
NIM : 20330039
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

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

Pembimbing I



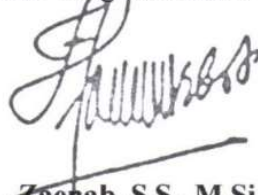
Diah Amelia, S.Hum
NIP.198006212014042001

Pembimbing II



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

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cantika Febriani
NIM : 20330039
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2023

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
Strategi Manajemen Konten Instagram Ultrachem Construction Chemical Untuk
Meningkatkan *Brand 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, 21 Juli 2023

Yang menyatakan,



Cantika Febriani

NIM. 20330039

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Cantika Febriani
NIM : 20330039
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2023

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:

Strategi Manajemen Konten Instagram Ultrachem Construction Chemical Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif 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, 21 Juli 2023

Yang menyatakan,



Cantika Febriani

NIM. 20330039

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Strategi Manajemen Konten Instagram *Ultrachem Construction Chemical* untuk meningkatkan *Brand Awareness*
Penulis : Cantika Febriani
Pembimbing 1 : Diah Amelia, S.Hum
Pembimbing 2 : Hawa Asma ul Husna, S.Pd., M.Hu

The number of Internet users at the beginning of 2023 has increased by 233.73 million. This happened because the number of social media users continued to increase by 89.15%. Ultrachem Construction Chemical is a construction chemical products company that was founded in 2,000, but requires brand awareness on Instagram social media. Therefore, the purpose of this writing is to know how to do Ultrachem Construction Chemical's Instagram content strategy to increase brand awareness. During this writing brand awareness theory, STP Analysis, SWOT Analysis, AISAS Model, social media, Instagram, and content marketing frameworks are used. The results showed that Ultrachem Construction Chemical's Instagram content management strategy to increase brand awareness.

Keywords: Ultrachem Construction Chemical, Social Media Manager, Instagram, Social Media.

Jumlah pengguna Internet pada awal tahun 2023 mengalami kenaikan sebesar 233,73 juta. Hal ini terjadi karena jumlah pengguna media sosial terus meningkat sebanyak 89,15%. *Ultrachem Construction Chemical* adalah perusahaan produk kimia konstruksi yang berdiri pada tahun 2.000, namun memerlukan brand awareness pada media sosial Instagram. Maka dari itu tujuan dari penulisan ini adalah mengetahui cara melakukan strategi konten Instagram *Ultrachem Construction Chemical* untuk meningkatkan kesadaran merek. Selama penulisan ini teori kesadaran merek, Analisis STP, Analisis SWOT, Model AISAS, media sosial, Instagram, dan kerangka pemasaran konten digunakan. Hasil penelitian menunjukkan cara strategi manajemen konten Instagram *Ultrachem Construction Chemical* untuk meningkatkan kesadaran merek.

Kata kunci: Ultrachem Construction Chemical, Manager Media Sosial, Instagram, Media Sosial.

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 memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3/Sarjana Terapan Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Laporan 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 pihak-pihak yang terlibat dalam penulisan laporan ini kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Nova Darmanto S.Sos., M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.M, Hum, Ketua Jurusan Penerbitan.
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn, Sekretaris Jurusan Penerbitan.
5. Zaenab, S.S., M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Diah Amelia, S.Hum., M.Si, Dosen Pembimbing I.
7. Hawa Asma ul Husna, S.Pd., M.Hum, Dosen Pembimbing II.
8. Fadhlan Hamidi, S.I.A, M.M sebagai Pimpinan Perusahaan Digital Krew.
9. Rossita Dewi, S.Hum sebagai Pembimbing Perusahaan Digital Krew.
10. Tiara Pratiwi S.M sebagai Junior Social Media Manager.
11. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
12. Digital Krew yang telah menerima penulis melakukan laporan tugas akhir.
13. Orang tua yang telah merawat, membimbing dan memberi pelajaran sejak kecil hingga bisa duduk dibangku perkuliahan.
14. Bunga dan Abbi yang telah menghibur selama menyusun tugas akhir.
15. Mohammad Entol Rizky Muslimin yang telah menemani dan memberikan semangat kepada penulis selama menyusun laporan tugas akhir.
16. Della, Naura, Rohima, via, denisa yang telah berjuang bersama dan menemani penulis selama menyusun laporan tugas akhir.

17. Teman-teman magang Digital Krew yang telah memberikan semangat kepada penulis selama menyusun laporan tugas akhir.
18. Teman-teman satu pembimbing yang telah berjuang bersama selama menyusun laporan tugas akhir.
19. Kakak tingkat Program Studi Periklanan yang telah memberikan semangat kepada penulis selama menyusun laporan tugas akhir.
20. Seluruh teman-teman Program Studi Periklanan angkatan-11, khususnya kelas B yang telah berjuang bersama selama 3 tahun Pendidikan.

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

Jakarta, 21 Juli 2023

Yang menyatakan,



Cantika Febriani

NIM. 20330039

DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penulisan.....	7
F. Manfaat Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	9
B. STP.....	12
C. SWOT	13
D. AISAS	16
E. Media Sosial.....	17
F. Instagram.....	19
G. <i>Content Marketing Framework</i>	22
H. <i>Social Media Manager</i>	24
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	26

A. Data Perusahaan	26
B. Teknik Pengumpulan Data	29
C. Ruang Lingkup	30
D. Langkah Kerja	31
E. KPI (<i>Key Performance Indicator</i>)	32
F. <i>Timeline</i>	33
BAB IV PEMBAHASAN.....	34
A. Gambaran Umum	34
B. Analisis STP <i>Ultrachem Construction Chemical</i>	36
C. SWOT <i>Ultrachem Construction Chemical</i>	37
D. Analisis <i>Performance Instagram Ultrachem Construction Chemical</i>	42
E. AISAS <i>Ultrachem Construction Chemical</i>	46
F. <i>Content Marketing Framework</i>	51
G. Komperasi Teori dan Praktik	55
BAB V PENUTUP.....	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Standar kompetensi kerja nasional Indonesia	25
Tabel 2 <i>Key Performance Indicator</i>	32
Tabel 3 <i>Timeline</i>	33
Tabel 4 kehadiran dan aktivitas kompetitor	40
Tabel 5 Strategi konten dan komunikasi kompetitor	40
Tabel 6 Engagement media sosial Instagram kompetitor	41
Tabel 7 Komparasi Berdasarkan Teori dengan Praktik	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2023	2
Gambar 2 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia Tahun 2023.....	3
Gambar 3 Sebelum penulis manajemen Instagram <i>Ultrachem Construction Chemical</i>	5
Gambar 4 Jangkauan Sebelum penulis manajemen Instagram <i>Ultrachem Construction Chemical</i>	5
Gambar 5 Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	10
Gambar 6 Tiga Elemen dalam Strategi Pemasaran.....	12
Gambar 7 Analisa SWOT	13
Gambar 8 Model AISAS.....	16
Gambar 9 Empat Langkah <i>Content Marketing Framework</i>	23
Gambar 10 Logo <i>Ultrachem Construction Chemicals</i>	26
Gambar 11 Struktur <i>Ultrachem Construction Chemicals</i>	27
Gambar 12 Langkah Kerja.....	31
Gambar 13 Produk <i>Ultrachem Construction Chemical</i>	34
Gambar 14 Media sosial Instagram <i>Ultrachem Construction Chemical</i>	35
Gambar 15 Komentar Instagram Sika.....	41
Gambar 16 Komentar Instagram <i>Ultrachem</i>	42
Gambar 17 Kenaikan pengikut media sosial Instagram <i>Ultrachem Construction Chemical</i>	43
Gambar 18 Jangkauan media sosial Instagram <i>Ultrachem Construction Chemical</i>	43
Gambar 19 Interaksi media sosial Instagram <i>Ultrachem Construction Chemical</i>	44
Gambar 20 Kunjungan profil media sosial Instagram <i>Ultrachem Construction Chemical</i>	44
Gambar 21 Konten dengan jangkauan tertinggi.....	45
Gambar 22 Konten dengan interaksi tertinggi	45
Gambar 23 Contoh penerapan model AISAS langkah <i>Attention</i>	47
Gambar 24 Contoh penerapan model AISAS langkah <i>Interest</i>	48

Gambar 25 Contoh penerapan model AISAS langkah <i>Search</i>	49
Gambar 26 Contoh penerapan model AISAS langkah <i>Action</i>	50
Gambar 27 Contoh penerapan model AISAS langkah <i>Share</i>	51
Gambar 28 Strategi konten <i>Ultrachem Construction Chemical</i>	52
Gambar 29 <i>Building Relationships</i> konten <i>Ultrachem Construction Chemical</i> ...	53
Gambar 30 <i>Conversion</i> konten <i>Ultrachem Construction Chemical</i>	54
Gambar 31 <i>Building Loyalty</i> konten <i>Ultrachem Construction Chemical</i>	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswi	62
Lampiran 2 Lembar Pembimbingan I Tugas Akhir	63
Lampiran 3 Lembar Pembimbingan II Tugas Akhir.....	64
Lampiran 4 Dokumentasi Bimbingan	65
Lampiran 5 Sertifikat Praktik Industri	66
Lampiran 6 Dokumentasi foto kegiatan terkait dengan tugas akhir	67