

LAPORAN TUGAS AKHIR
STRATEGI *COPYWRITING* DALAM MENINGKATKAN
***BRAND AWARENESS* INSTAGRAM BUKADONASI 2023**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh:
ARYA NUGROHO
NIM: 20330032

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir :” STRATEGI *COPYWRITING* DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
INSTAGRAM BUKADONASI 2023”
Penulis : Arya nugroho
NIM : 2033002
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada 25 Juli 2023

Disahkan oleh :
Ketua Penguji,



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

Anggota 1



Ni Made Widiastuti, M.Sn
NIDN 0028099301

Anggota 2



Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom
NIP. 1988122220122006

Mengetahui,
Ketua Jurusan Penerbitan,



Dr. Erlan Saefuddin M. Hum
NIP. 19750807200912

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir :” STRATEGI *COPYWRITING* DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
INSTAGRAM BUKADONASI 2023”

Penulis : Arya nugroho

NIM : 2033002

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta 21 Juli 2023

Pembimbing 1



Suratni, S.S., M.Hum

NIP. 1983102420009122002

Pembimbing 2

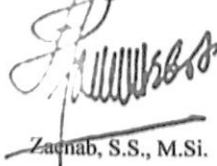


Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom

NIP. 1999005232019031012

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si.

NIP. 199211132019032025

**PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS
PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arya nugroho
NIM :20330032
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2022-2023

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: 'Strategi copywriting dalam meningkatkan brand awareness Instagram Bukadonasi' 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,



Arya Nugroho

Arya nugroho

NIM: 20330032

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Arya nugroho
NIM :20330032
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2022-2023

Demi pengembangan demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: 'Strategi copywriting dalam meningkatkan brand awareness Instagram Bukadonasi'

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif 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, 19 Juli 2023

Yang menyatakan,



Arya nugroho

NIM: 20330032

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Strategi *copywriting* dalam meningkatkan *brand awareness* Instagram Bukadonasi
Penulis : Arya nugroho
Pembimbing I : Suratni,S.S.,M.Hum
Pembimbing II : Dyama Khazim Setyadi,S.E.,M.I.Kom

This Final Project delves into the significance of copywriting strategy in boosting Bukadonasi's brand awareness on Instagram. The aim of this study is to elucidate effective strategies through observation, literature review, and interviews conducted with the marketing team and the audience. Key factors taken into account encompass the ability to identify trends, select relevant content ideas, ensure content writing effectiveness, and employ appropriate captions. The findings contribute to the development of a copywriting strategy aimed at elevating Bukadonasi's brand awareness on social media.

Keywords: copywriter, brand awareness, content, copywriting

Tugas Akhir ini membahas pentingnya strategi *copywriting* dalam meningkatkan *brand awareness* Instagram Bukadonasi, penulisan ini bertujuan untuk menjelaskan strategi efektif melalui observasi, studi pustaka, dan wawancara dengan tim pemasaran dan audiens. Faktor kunci yang dipertimbangkan meliputi kemampuan membaca tren, pemilihan ide konten yang relevan, efektivitas penulisan isi konten, dan penggunaan caption yang tepat. Hasilnya berkontribusi pada pengembangan strategi *copywriting* untuk meningkatkan *brand awareness* Bukadonasi di media sosial.

Kata kunci: *copywriter, brand awareness, konten, copywriting*

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 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *Copywriter* di Bukadonasi yang berfokus pada mengerjakan konten Instagram. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul: “Strategi *copywriting* dalam meningkatkan *brand awareness* Instagram Bukadonasi”

Laporan TA ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, MM. selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Nova Darmanto, M.Si, Wakil Direktur Bidang Akademik
3. Dr. Erlan Saefuddin, SS., M.Hum selaku Ketua Jurusan Penerbitan.
4. R. Sulistyowibowo, M.Sn. Sekretaris Jurusan Penerbitan
5. Zaenab, S.S., M.Si koordinator Program Studi Periklanan
6. Suratni, S.S., M.Hum pembimbing Tugas Akhir 1
7. Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom pembimbing Tugas Akhir 2
8. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah banyak membantu dari awal perkuliahan sampai sekarang.
9. Orang tua yang senantiasa mendukung dengan memberikan semangat, do'a, dalam menjalankan kegiatan selama kuliah.

10. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
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. Sahabat-sahabat penulis yang telah membantu, berdiskusi serta memberikan semangat.

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

Jakarta, 21 Juli 2023

Penulis,



Arya Nugroho

20330032

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS	iv
PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang	1
B. Identifikasi masalah	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan penulisan	4
F. Manfaat Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Brand awareness.....	6
B. Segmentation-Targeting-Positioning (STP).....	7
C. Attention-Interest-Desire-Action (AIDA).....	8
D. Media Baru (New Media)	9
E. Media Sosial Instagram.....	10
F. Copywriting	12
BAB III METODE PELAKSANAAN	16
A. Data Penulisan.....	16
1. Visi dan misi.....	17
2. Struktur Perusahaan.....	17

B. Teknik Pengumpulan Data.....	18
1. Observasi	19
2. Studi Pustaka	19
3. Wawancara	18
C. Ruang lingkup	20
1. Peran Penulis	20
2. Kategori Karya	20
3. Ide Kreatif.....	21
D. Langkah kerja.....	21
1. Praproduksi.....	22
2. Produksi.....	22
3. Pascaproduksi	22
E. <i>Key Performance Indicator (KPI)</i>	23
F. <i>Timeline</i>	23
BAB IV PEMBAHASAN	24
A. Gambaran Umum Kerja	24
B. Analisis STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>)	28
C. Analisis SWOT	30
D. Analisis top konten Instagram.....	36
E. Analisis AIDA.....	40
BAB V PENUTUP	47
A. Simpulan	47
B. Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Feeds Instagram Bukadonasi Desember 2022	2
Gambar 2 Logo perusahaan Bukadonasi	16
Gambar 3 Struktur perusahaan Bukadonasi	17
Gambar 4 Contoh karya	21
Gambar 5 Langkah Kerja	21
Gambar 6 <i>Profile</i> Instagram Bukadonasi	25
Gambar 7 <i>Engagement</i> Instagram Bukadonasi Bulan Desember 2022	26
Gambar 8 <i>Engagement</i> Instagram Bukadonasi Bulan Juli 2023	26
Gambar 9 Konten Instagram Bukadonasi	30
Gambar 10 Konten Instagram Bukadonasi	32
Gambar 11 Konten Instagram Bukadonasi	34
Gambar 12 <i>Reach</i> Per Postingan	36
Gambar 13 <i>Reach</i> Per Postingan	37
Gambar 14 <i>Reach</i> Per Postingan	38
Gambar 15 <i>Reach</i> Per Postingan	39
Gambar 16 Contoh Konten Efektif	40
Gambar 17 Contoh Konten Yang Kurang Efektif	43