

LAPORAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT
TERHADAP KAMPANYE JARVIS
PADA INSTAGRAM BPSDMI

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh
ANNISA RIMA AMALIA
NIM: 20330029

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2023

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam
Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Terhadap Kampanye
Jarvis Pada Instagram BPSDMI

Penulis : Annisa Rima Amalia

NIM : 20330029

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir
di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada hari Senin, tanggal 31 Juli

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



Ingrid Veronica Kusumawardani, S.S., M.Pd

NIDN. 0022027006

Anggota 1



Jefri Rahmadian, M.Kom

NIDN. 0328087601

Anggota 2



Anindita Budi Astuti, S.E, M.M

NIP. 198103052008122001

Mengetahui

Ketua Jurusan



Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum

NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Terhadap Kampanye Jarvis Pada Instagram BPSDMI
Penulis : Annisa Rima Amalia
NIM : 20330029
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada hari Senin, tanggal 31 Juli 2023.

Tugas akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 24 Juli 2023

Pembimbing 1



Anindita Budi Astuti, S.E, M.M

NIP. 198103052008122001

Pembimbing 2



Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB

NIP. 0704050023

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 : Annisa Rima Amalia
NIM : 20330029
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2020

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
“Perancangan Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kesadaran
Masyarakat Terhadap Kampanye Jarvis Pada Instagram BPSDMI”
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,



Annisa Rima Amalia

NIM :20330029

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Annisa Rima Amalia
NIM : 20330029
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2020

demi 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:

“Perancangan Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Terhadap Kampanye Jarvis Pada Instagram BPSDMI”

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,



Annisa Rima Amalia

NIM: 20330029

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Perancangan Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Terhadap Kampanye Jarvis Pada Instagram BPSDMI
Penulis : Annisa Rima Amalia
Pembimbing I : Anindita Budi Astuti, S.E.,M.M
Pembimbing II : Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB

Jarvis is a program under the Ministry of Industry under the auspices of BPSDMI. Consisting of vocational schools and polytechnics with various advantages, it is unfortunate that the community is not aware enough of the presence of these schools. BPSDMI uses several media as a means of promotion, including Instagram. The use of Instagram as a form of communication and promotion has not been optimal. Therefore, the purpose of this paper is to describe the task of social media specialists in designing marketing communication strategies on BPSDMI's Instagram to increase public awareness of the Jarvis program. The data collection methods used are interviews, observations, and literature reviews. The result of the design was increased public awareness of Jarvis' campaign through Instagram. The increase can be seen based on the increase in the number of followers and audience engagement with BPSDMI's Instagram during the campaign.

Key words: Social media specialist, Campaign, Promotion, Instagram

Jarvis merupakan program di bawah Kementerian Perindustrian yang dinaungi oleh BPSDMI. Terdiri dari SMK dan Politeknik dengan berbagai keunggulan, sangat disayangkan masyarakat belum cukup sadar akan kehadiran sekolah tersebut. BPSDMI menggunakan beberapa media sebagai sarana promosi, tak terkecuali Instagram. Penggunaan Instagram sebagai bentuk sarana komunikasi dan promosi belum optimal. Oleh sebab itu, tujuan penulisan ini adalah mendeskripsikan tugas *social media specialist* dalam perancangan strategi komunikasi pemasaran pada instagram BPSDMI guna meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap program Jarvis. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dan tinjauan pustaka. Hasil dari dari perancangan tersebut adalah meningkatnya kesadaran masyarakat pada kampanye Jarvis melalui Instagram. Peningkatan dapat dilihat berdasarkan kenaikan pada jumlah pengikut dan keterlibatan audiens dengan instagram BPSDMI selama kampanye berjalan.

Kata kunci: Social media specialist, Kampanye, Promosi, Instagram

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.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *social media specialist* telah membuat strategi promosi Kampanye Jarvis 2023. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul “Perancangan Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Terhadap Kampanye Jarvis Pada Instagram BPSDMI”.

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 banyak kepada:

1. Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis diberikan kemudahan, kekuatan, dan kesabaran dalam menyusun tugas akhir ini;
2. Kepada orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan secara moral dan material;
3. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif;
4. Dr. Benget Simamora, M.M., Wakil Direktur Bidang Akademik;
5. Dr. Erlan Saefuddin, M. Hum., Ketua Jurusan Penerbitan;
6. R. Sulistiyo Wibobo, M.Sn., Sekretaris Jurusan Penerbitan;
7. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi;
8. Anindita Budi Astuti, S.E., M.M., Selaku dosen pembimbing I penulis dalam menyelesaikan tugas akhir;
9. Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB., selaku dosen pembimbing II penulis dalam menyelesaikan tugas akhir;
10. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.

11. Lusi Marta Sari selaku Ketua Bagian Umum BPSDMI yang telah membantu penulis dalam pelaksanaan tugas akhir;
12. Muhammad Amirudin Aziz, dan Iga Mayang Rinjannah selaku Humas BPSDMI yang telah membantu, membimbing, dan mendukung penulis selama menyelesaikan tugas akhir;
13. Teman-teman BPSDMI Gengs, Arzel, Aulia, Dita, Ika, Naufal, dan Adi yang menemani, menyemangati, dan membantu penulis dalam proses penulisan tugas akhir;
14. Teman-teman MPM PoliMedia yang telah memberikan dukungan agar penulis bisa segera menyelesaikan tugas akhir;
15. Teman-teman Periklanan Angkatan 2020 yang telah berjuang bersama dalam menyelesaikan tugas akhir
16. Alfa, yang telah membuat penulis termotivasi dan berusaha lebih keras;
17. Tidak kalah penting, penulis ingin berterimakasih terhadap diri sendiri yang telah berusaha dan tetap tegar dalam menyelesaikan tugas akhir dan tanggung jawab lainnya, penulis tidak akan sampai pada tahap ini tanpa kekuatan dan dukungan dari dalam diri sendiri.

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

Bogor, 21 Juli 2023

Penulis,



Annisa Rima Amalia

NIM. 20330029

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR | ii |
| PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME..... | iii |
| PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH | iv |
| ABSTRAK | v |
| PRAKATA..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| 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 |
| BAB II..... | 8 |
| A. Komunikasi | 8 |
| 1. Definisi Komunikasi..... | 8 |
| 2. Fungsi Komunikasi..... | 8 |
| 3. Model Proses Komunikasi..... | 9 |
| 4. Media Komunikasi | 10 |
| B. Pemasaran | 11 |
| 1. Pengertian Pemasaran..... | 11 |
| 2. Tahapan Pemasaran | 11 |
| C. Komunikasi Pemasaran..... | 13 |
| 1. Pengertian Komunikasi Pemasaran | 13 |

| | | |
|---------|---|----|
| 2. | Komunikasi Pemasaran Terpadu | 14 |
| 3. | Proses Komunikasi Pemasaran | 15 |
| 4. | Model Komunikasi Pemasaran (AISAS)..... | 17 |
| D. | Analisis Perencanaan Strategis | 18 |
| 1. | Pengertian Analisis SWOT | 18 |
| 2. | Komponen Analisis SWOT | 18 |
| E. | Periklanan..... | 18 |
| 1. | Pengertian Periklanan..... | 18 |
| 2. | Tujuan Periklanan..... | 19 |
| 3. | Fungsi Periklanan | 20 |
| 4. | Kategori Iklan..... | 20 |
| F. | Kampanye | 20 |
| 1. | Pengertian Kampanye..... | 20 |
| 2. | Jenis kampanye..... | 21 |
| 3. | Kampanye Periklanan..... | 21 |
| G. | <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)..... | 22 |
| 1. | Pengertian <i>Brand Awareness</i>) | 22 |
| 2. | Tingkatan Dalam Proses Pembentukan <i>Brand Awareness</i> | 22 |
| H. | Strategi..... | 23 |
| I. | <i>Brainstorming</i> | 24 |
| J. | <i>Content Pillar</i> | 24 |
| 1. | Pengertian <i>Content Pillar</i> | 24 |
| K. | <i>Briefing</i> | 25 |
| L. | Media Sosial..... | 25 |
| 1. | Pengertian Media Sosial | 25 |
| 2. | Karakteristik Media Sosial | 25 |
| 3. | Jenis-Jenis Media Sosial..... | 26 |
| M. | Instagram | 27 |
| 1. | Fitur-Fitur Instagram | 28 |
| N. | <i>Social Media Specialist</i> | 32 |
| BAB III | | 33 |

| | |
|---|----|
| A. Data Perusahaan..... | 33 |
| 1. Profil Institusi | 33 |
| 2. Visi, Misi, dan Tujuan | 33 |
| 3. Sasaran Program..... | 35 |
| 4. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas | 37 |
| B. Teknik Pengumpulan Data..... | 43 |
| 1. Observasi | 43 |
| 2. Wawancara | 43 |
| 3. Studi Pustaka | 43 |
| C. Ruang Lingkup..... | 43 |
| 1. Peran Penulis | 43 |
| 2. Kategori Karya | 44 |
| 3. Ide Kreatif..... | 44 |
| D. Langkah Kerja..... | 45 |
| BAB IV | 47 |
| A. Gambaran Umum..... | 47 |
| 1. Gambaran Umum Kampanye Jarvis..... | 47 |
| 2. Gambaran Umum Pekerjaan..... | 57 |
| 3. Analisa Penulis | 61 |
| B. Alur Pekerjaan..... | 67 |
| 1. Praproduksi..... | 68 |
| 2. Produksi..... | 79 |
| 3. Pascaproduksi | 82 |
| 4. Hasil Pekerjaan..... | 82 |
| C. Komparasi Praktik dengan Teori | 88 |
| BAB V..... | 90 |
| A. Simpulan | 90 |
| B. Saran..... | 90 |
| DAFTAR PUSTAKA | 92 |
| LAMPIRAN..... | 95 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Penggunaan Media Sosial Terbanyak Indonesia..... | 3 |
| Gambar 1.2 Grafik pengguna Instagram di Indonesia berdasarkan umur | 4 |
| Gambar 2.1 Piramida Brand Awareness | 23 |
| Gambar 2.1 Piramida Brand Awareness | 23 |
| Gambar 3 1 Logo BPSDMI..... | 33 |
| Gambar 3.2 Peta Strategi BPSDMI..... | 35 |
| Gambar 3.3 Struktur Organisasi..... | 37 |
| Gambar 3.4 Langkah Kerja..... | 45 |
| Gambar 4.1 Website Kementerian Perindustrian..... | 49 |
| Gambar 4.2 Website Politeknik STMI Jakarta | 49 |
| Gambar 4.3 Website Poilteknik TKI Medan..... | 50 |
| Gambar 4.4 SEM Website Jarvis | 50 |
| Gambar 4.5 Pemberitaan Koran Bisnis Indonesia | 51 |
| Gambar 4.6 Pemberitaan Koran Ekonomi Neraca..... | 52 |
| Gambar 4.7 Pemberitaan Koran Kontan | 52 |
| Gambar 4.8 Pemberitaan Evening Up CNBC..... | 53 |
| Gambar 4.9 Pemberitaan TvOne..... | 53 |
| Gambar 4.10 Pemberitaan Pada Internet..... | 54 |
| Gambar 4.11 Pemberitaan Jarvis Pada Internet | 54 |
| Gambar 4.12 Laporan Publikasi Media Promosi Jarvis..... | 55 |
| Gambar 4.13 Tampilan TikTok BPSDMI..... | 55 |
| Gambar 4.14 Tampilan Facebook..... | 56 |
| Gambar 4.15 Tampilan YouTube BPSDMI..... | 57 |
| Gambar 4.16 Tampilan Feeds Kampanye Jarvis 2022..... | 61 |
| Gambar 4.17 Konten Reels Kampanye Jarvis 2022..... | 62 |
| Gambar 4.18 Penggunaan KOL tahun 2022 | 63 |
| Gambar 4.19 Tampilan Feeds Instagram Kampanye Jarvis 2023..... | 64 |

| | |
|--|----|
| Gambar 4.20 Konten Berita Mengenai Vokasi Industri | 64 |
| Gambar 4.21 Konten Testimoni Kampus..... | 65 |
| Gambar 4.22 OPEN JARVIS | 65 |
| Gambar 4.23 OPEN JARVIS Bersama KOL..... | 66 |
| Gambar 4.24 Penggunaan Buzzer | 66 |
| Gambar 4.25 ProVokasi Challenge..... | 67 |
| Gambar 4.26 Alur Pekerjaan..... | 68 |
| Gambar 4.27 STP Jarvis..... | 69 |
| Gambar 4.28 Tahapan Sosialisasi Platform Digital | 72 |
| Gambar 4.29 Frameworking AISAS..... | 72 |
| Gambar 4.30 Konten Daftar Penerimaan Mahasiswa | 73 |
| Gambar 4.31 Reels Testimoni Sekolah..... | 74 |
| Gambar 4.32 Instagram Live..... | 74 |
| Gambar 4.33 Challenge..... | 75 |
| Gambar 4.34 QnA Jarvis 2023..... | 76 |
| Gambar 4.35 Tutorial Pendaftaran..... | 77 |
| Gambar 4.36 Tutorial Ujian Jarvis..... | 77 |
| Gambar 4.37 Pembuatan content pillar..... | 78 |
| Gambar 4.38 List Alumni Berprestasi | 78 |
| Gambar 4.39 List Prestasi Sekolah Vokasi Industri..... | 79 |
| Gambar 4.40 Editorial Plan Jarvis 2023 | 80 |
| Gambar 4.41 Pembuatan Konten Testimoni | 80 |
| Gambar 4.42 Editing Konten | 81 |
| Gambar 4.43 Content Approval | 81 |
| Gambar 4.44 Konten Berita Sekolah Vokasi Industri..... | 83 |
| Gambar 4.45 Konten QnA Stories | 84 |
| Gambar 4.46 Konten Jadwal Rangkaian Jarvis..... | 85 |
| Gambar 4.47 Konten Testimoni..... | 85 |
| Gambar 4.48 OPEN JARVIS | 86 |
| Gambar 4.49 ProVokasi Challenge..... | 87 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 4.1 Komparasi Peran Social Media Specialist | 88 |
|---|----|