

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**PERAN *CONTENT WRITER* DALAM MENINGKATKAN**  
***BRAND AWARENESS* KONTEN INSTAGRAM**  
**CHANDRA ASRI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



**Disusun oleh**  
**MILANIA DEWI MIRZA**  
**NIM: 20330083**

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN**  
**JURUSAN PENERBITAN**  
**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF**  
**JAKARTA**  
**2023**

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Peran Content Writer dalam Meningkatkan Brand Awareness Konten Instagram Chandra Asri  
Penulis : Milania Dewi Mirza  
NIM : 20330083  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Jum'at tanggal 04 Agustus, 2023.

Disahkan oleh :

Ketua Penguji

Drs. Sudrajat M.M

NIP. 199211132019032025

Anggota 1

Naldo, M.Si

NIP. 100120710291906891

Anggota 2

Rizky Kertanegara S.S., M.Si

NIP. 198301152014041001

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Penerbitan

Dr. Erlan Saefudin, M.IUm  
NIP. 195708072009121001

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Peran *Content Writer* Dalam Pembuatan  
Konten Instagram Chandra Asri  
Penulis : Milania Dewi Mirza  
NIM : 20330083  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan

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

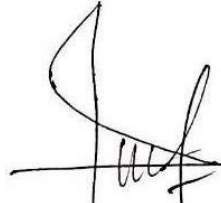
Pembimbing 1



Rizky Kartanegara, S.S., M.Si

NIP. 198301152014041001

Pembimbing 2



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

NIP. 199005232019031012

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si

NIP. 199211132019032025

**LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR  
DAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Milania Dewi Mirza  
NIM : 20330083  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2020-2023(sekarang)

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:  
“Peran *Content Writer* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Konten Instagram Chandra Asri” 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, 04 Agustus 2023



Milania Dewi Mirza  
20330083

## LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Milania Dewi Mirza  
NIM : 20330083  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2020-2023(sekarang)

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: “Peran *Content Writer* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Konten Instagram Chandra Asri” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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, 04 Agustus 2023



Milania Dewi Mirza  
20330083

## ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Peran *Content Writer* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*

Konten Instagram Chandra Asri

Penulis : Milania Dewi Mirza

Pembimbing I : Rizky Kertanegara S.S., M.Si.

Pembimbing II : Dyama Khazim, S.E., M.I.Kom

Persaingan semakin ketat karena banyaknya kemudahan yang ditawarkan, membuat para pebisnis semakin kreatif. Keterlibatan bisnis-ke-bisnis (B2B) adalah ide kreatif yang dapat dipraktikkan, meningkatkan kesadaran dengan mengetahui strategi apa saja yang membuat konsumen sadar akan keberadaan suatu *brand*. Meyakinkan konsumen akan keunggulan produk bahwa inilah yang dibutuhkan pembeli. Tahapan ini juga cukup riskan karena menentukan apakah konsumen akan melakukan pembelian ulang atau beralih. Tujuan pendirian akun Instagram @chandraasri.id adalah untuk menjangkau audiens Indonesia yang lebih luas, khususnya menjangkau audiens gen z dan milenial, dengan secara bertahap memperkenalkan ide *campaign* "Indonesia Indah" melalui konten, video, dan aktivitas di media sosial. Tujuan penulisan mengetahui peran *content writer* dalam pembuatan konten Instagram Chandra asri adalah untuk membangun *brand awareness* sehingga dapat meningkatkan *engagement* di Instagram @chandraasri.id. Dalam metode pelaksanaan penulis menjelaskan profil perusahaan, alur pekerjaan yang dimulai dari *planning*, *production*, dan *evaluation* kemudian memuat hasil pekerjaan selama melakukan praktik industri. Peran *content writer* juga diperlukan, membuat konten dengan teknik AIDA dalam *copy* visual, serta mengoptimalkan dengan mempertimbangkan *keyword* yang *relate* dengan target audiens.

**Kata Kunci : Chandra Asri , Instagram, Content Writer , Engagement**

*Competition is getting tougher because of the many conveniences offered, making business people more creative. Business-to-business (B2B) engagement is a creative idea that can be put into practice, raising awareness by knowing what strategies make consumers aware of a brand's existence. Convince consumers of the superiority of the product that this is what the buyer needs. This stage is also quite risky because it determines whether consumers will make repeat purchases or switch. The purpose of establishing the @chandraasri.id Instagram account is to reach a wider Indonesian audience, especially reaching gen z and millennial audiences, by gradually introducing the "Indonesia Indah" campaign idea through content, videos and activities on social media. The purpose of writing to know the role of content writers in creating Chandra asri Instagram content is to build brand awareness so that it can increase engagement on Instagram @chandraasri.id. In the implementation method, the author explains the company profile, work flow starting from planning, production, and evaluation then includes the results of work during industrial practices. The role of a content writer is also needed, creating content using AIDA techniques in visual copy, as well as optimizing by considering keywords that relate to the target audience.*

**Keywords: Chandra Asri, Instagram, Content Writer, Engagement**

## PRAKATA

Puji dan syukur dipanjatkan penulis kepada Allah SWT atas berkat dan karunia yang diberkahi kepada penulis selama dihadapkan dalam pengerjaan laporan tugas akhir, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sebaik mungkin dan tepat waktu. Tugas akhir ini ditulis guna memenuhi syarat mencapai gelar Diploma III (tiga) Program Studi Periklanan Jurusan Penerbitan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta. Tugas akhir ini berjudul “Peran *Content Writer* dalam Pembuatan Konten Instagram Chandra Asri”. Tugas Akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan dan bantuan dari orang-orang terdekat di sekeliling penulis, terkhusus orang tua penulis. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini.

1. Dr. Tipri Rose Kartika, S.E., M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Novan Darmanto, S.Sos.,M.Si, Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan.
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Hum., Sekretaris Jurusan Penerbitan.
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom., Sekretaris Program Studi Periklanan.
7. Rizky Kertanegara, S.S, M. Si., Dosen Pembimbing I.
8. Dyama Khazim, S.E., M.I.Kom., Dosen Pembimbing II.
9. Ivon Destian, Pembimbing Praktik Industri DNA Social Digital Agensi.
10. Para Dosen dan Tenaga Kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
11. Keluarga terlebih Alm Mama , Papa , Ginda , Uwo , Cekna , Abang dan seluruh keponakan ku tersayang ( Claresta , Felcia , Adelia , Nara , Indira dan Syam) dan keluarga besar.
12. Teman – teman Imagine Agency, (Syafa, Tasya , Dika dan Adinda) yang telah saling merangkul dalam suka dan duka dalam kehidupan perkuliahan ini.
13. Sahabat –Sahabat ku tercinta Olivia Ananda, Yullya Fitri , dan Tiara Salsabilla.
14. Teman-teman kelas D Periklanan angkatan 2020.
15. Teman-teman Polimedia, terkhusus Program Studi Periklanan angkatan 2020.

16. *My Favorite Idol* Jung Jaehyun and Jeon Jung Kook yang menjadi Penyemangat penulis dikala suntuk dalam penulisan Tugas Akhir ini.

17. Semua pihak yang telah hadir untuk membantu, mendukung, dan mendoakan penulis baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa penulis sertakan semua.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan ilmu dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun akan penulis terima dengan terbuka. Penulis berharap semoga laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan dan membutuhkan di masa mendatang.

Jakarta, 21 Juli 2023



Milania Dewi Mirza

NIM : 20330083



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>14</b>
A. Latar Belakang .....	14
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Penulisan .....	8
F. Manfaat Penulisan .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. <i>Komunikasi Pemasaran.....</i>	<i>9</i>
B. <i>Media Sosial.....</i>	<i>10</i>
C. <i>Sosial Media Marketing .....</i>	<i>14</i>
D. <i>Instagram .....</i>	<i>14</i>
E. <i>Content Writer .....</i>	<i>15</i>
F. <i>Content Writing.....</i>	<i>17</i>
G. <i>Prinsip Content Writing.....</i>	<i>17</i>
H. <i>Business to Business .....</i>	<i>18</i>
I. <i>Brand Awareness.....</i>	<i>19</i>
1) STP.....	19
2) Analisis SWOT.....	20
3) AIDA MODEL.....	22
<b>BAB III METODE PELAKSANAAN .....</b>	<b>24</b>

A.	Data Perusahaan .....	24
1.	Profil Perusahaan.....	24
2.	Visi dan Misi Perusahaan .....	25
3.	Lokasi Perusahaan .....	26
4.	Struktur Organisasi Perusahaan.....	26
B.	Teknik Pengumpulan Data .....	29
C.	Langkah Kerja .....	30
a.	Persiapan .....	30
b.	Pelaksanaan .....	31
c.	Evaluasi .....	31
d.	<i>Key Performance Indicator (KPI)</i> .....	32
e.	<i>Timeline</i> .....	33
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>		<b>35</b>
A.	Gambaran Umum .....	35
B.	<i>Content Brief</i> .....	37
C.	Alur Kerja Peran <i>Content Writer</i> .....	37
1.	Persiapan .....	38
a.	Analisis STP.....	38
b.	Analisis SWOT.....	39
c.	<i>Competitive Review</i> .....	40
1)	PT Chandra Asri .....	40
2)	PT Surya Indo Utama.....	40
3)	PT DMC Plastik Indonesia.....	41
2.	Pelaksanaan .....	42
a.	<i>Content Pillar</i> .....	42
b.	Model AIDA Chandra Asri.....	45
D.	<i>Brand Awareness</i> PT Chandra Asri.....	54
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>56</b>
A.	Simpulan.....	56
B.	Saran.....	56
1.	Saran Akademis.....	57
2.	Saran Praktis.....	57

**DAFTAR PUSTAKA .....58**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Timeline Magang Februari – Juni 2023 .....	33
Table 4. 1 Key Performance Indicator.....	39
Tabel 4. 2 Analisis STP.....	41
Tabel 4. 3 SWOT Chandra Asri .....	42
Tabel 4. 4 SWOT Chandra Asri .....	43
Tabel 4. 5 SWOT PT Surya Indo Utama.....	43
Tabel 4. 6 SWOT PT DMC Plastik Indonesia .....	44
Tabel 4. 7 Analisis Konten Chandra Asri Dengan AIDA .....	48
Tabel 4. 8 Analisis Top Konten dengan Kompetitor.....	52
Tabel 4. 9 Analisis Brand Awareness Kompetitor dan Chandra Asri .....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar1. 1 Chart data jumlah pengguna sosial media di indonesia.....	3
Gambar1. 2 Akun yang di kelola DNA Social .....	5
Gambar1. 3 Contoh Konten Instagram yang Di buat .....	6
Gambar 2. 1 Analisis STP .....	19
Gambar 2. 2 Analisis SWOT.....	21
Gambar 2. 3 AIDA Model.....	22
Gambar 3. 1 Logo DNA Social Digital Agensi.....	24
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi DNA Social Digital Agensi .....	26
Gambar 3. 3 Langkah Kerja .....	30
Gambar 4. 1 Produk-Produk Chandra Asri .....	38
Gambar 4. 2 Alur Pekerjaan .....	40
Gambar 4. 3 Akun Instagram, @krakatau.steel @freeportindonesia & @chandraasri.id.....	51
Gambar 4. 4 Dashboard Analisa.io.....	53
Gambar 4. 5 Reach @chandraasri.id .....	56
Gambar 4. 6 Reach @chandraasri.id .....	56
Gambar 4. 7 Profile Visits @chandraasri.id.....	57
Gambar 4. 8 Profile Visits @chandraasri.id.....	57
Gambar 4. 9 Followers @chandraasri.id .....	58
Gambar 4. 10 Followers @chandraasri.id .....	58
Gambar 4. 11 Top Content by Reach @chandraasri.id .....	59
Gambar 4. 12 Top Content By Reach @Chandraasri.id .....	59
Gambar 4. 13 Top Content By Reach @Chandraasri.id .....	60

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Biodata Penulis

Lampiran 2 Salinan Lembar Bimbingan TA I

Lampiran 3 Salinan Lembar Bimbingan TA II

Lampiran 4 Dokumentasi Bimbingan

Lampiran 5 Transkrip Wawancara

Lampiran 6 Bukti Pengerjaan

Lampiran 7 Sertifikat Magang

Lampiran 8 Dokumentasi Tugas Akhir