

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KONTEN KREATIF PADA INSTAGRAM
DALAM MENINGKATKAN TRAFFIC DIMANCY TAHUN
2022

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

Siti Zanuba Alfiatul Jannah

19033117

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2022

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Kreatif Pada Instagram Dalam Meningkatkan Traffic Dimancy Tahun 2022

Penulis : Siti Zanuba Alfiatul Jannah

NIM : 19033117

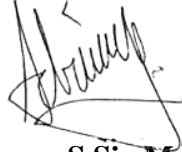
Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa, 26 July 2022 .

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



Adryan, S.Si., M.Sn.

NIP.198510012019031004

Anggota 1,



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

NIP. 19900523201903102

Anggota 2,



Zaenab, S.S., M.Si.

NIP. 199211132019032025

Mengetahui,
Ketua Jurusan Penerbitan



Dr. Erlan Saefuddin.M.Hum

NIP. 196811031990021001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Kreatif Pada Instagram Dalam Meningkatkan Traffic Dimancy Tahun 2022
Penulis : Siti Zanuba Alfiatul Jannah
NIM : 19033117
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

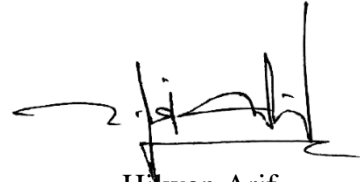
Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 5 Juli 2022

Pembimbing I



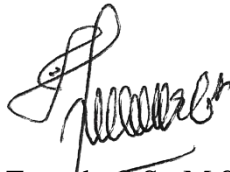
Tipri Rose Kartika M.M
NIP: 197606112009122002

Pembimbing II



Hilwan Arif
NUPN : 99030050083

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Penerbitan



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

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS SIDANG TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Zanuba Alfiatul Jannah
NIM : 19033117
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2019

Dengan ini menyatakan bahwa Karya Tugas Akhir saya dengan judul “PERANCANGAN KONTEN KREATIF PADA INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN TRAFFIC DIMANCY TAHUN 2022” 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, 08 July 2022

Yang menyatakan,



Siti Zanuba A.J

NIM. 19033117

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Zanuba Alfiatul Jannah

NIM : 19033117

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tahun Akademik : 2019

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 KONTEN KREATIF PADA INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN TRAFFIC DIMANCY TAHUN 2022” 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, 08 July 2022

Yang menandatangani,



Siti Zanuba A.J

NIM. 19033117

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Kreatif Pada Instagram Untuk Meningkatkan *Traffic* Dimancy Tahun 2022
Penulis : Siti Zanuba Alfiatul Jannah
NIM : 19033117
Program Studi : Periklanan
Pembimbing I : Tipri Rose Kartika M.M
Pembimbing II : Drs. Hilwan Arif

Tingginya persaingan bisnis menuntut perusahaan harus semakin kreatif agar mampu bersaing dalam perkembangan *digital marketing*. Berdasarkan laporan dari *We Are Social* pengguna media sosial di Indonesia yang berpotensi lebih melihat iklan media sosial. Dimancy adalah *Digital Marketing Agency* juga ingin membangun awareness pada akun Instagramnya sebagai akun *digital marketing*. *Traffic* Instagram yang baik tentunya juga akan mendatangkan awareness untuk Dimancy. Tujuan penulisan tugas akhir ini untuk mengetahui peran *Social Media Strategist* dalam perancangan konten kreatif untuk meningkatkan *traffic* pada Instagram Dimancy. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam tugas akhir ini adalah observasi, studi Pustaka, penelusuran data *online*, dan wawancara. Strategi yang dijalankan dalam perancangan konten kreatif Dimancy dan menghasilkan kenaikan *traffic* pada akun Instagram diikuti dengan peningkatkan *brand awareness*, dilihat dari peningkatan jumlah *followers* akun Instagram Dimancy.

Kata Kunci: Konten Instagram, *Traffic*, *Social Media Strategist*, Dimancy

High business competition requires companies to be more creative in order to be able to compete in the development of digital marketing. Based on a report from We Are Social, social media users in Indonesia have the potential to see more social media advertisements. Dimancy is a digital marketing agency who also wants to build awareness on their Instagram account as a digital marketing account. Good Instagram traffic will, of course, also bring awareness to Dimancy. The purpose of this final project is to investigate the role of social media strategists in designing creative content to increase traffic on Instagram. Data collection methods used in this final project are observation, literature study, online data search, and interviews. The strategy carried out in designing creative content on Dimancy's Instagram account and resulting in an increase in traffic on the Instagram account was followed by an increase in brand awareness, seen from the increase in the number of followers of Dimancy's Instagram account.

Keywords: Content Instagram, *Traffic*, *Social Media Strategist*, Dimancy.

PRAKATA

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan 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. Tugas Akhir ini berjudul “Perancangan Konten Kreatif Pada Instagram Untuk Meningkatkan *Traffic* Dimancy Tahun 2022”.

Penulisan Laporan Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang tua dan orang-orang terdekat yang berada di sekitar penulis. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penulisan laporan ini.

1. Allah Azza Wa Jalla yang memberikan kekuatan serta kesehatan dalam melakukan penulisan laporan praktik industri ini.
2. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif dan Pembimbing I dalam penyusunan tugas akhir.
3. Drs. Benget Simamora, M.M., selaku Wakil Direktur Bidang Akademik.
4. Dr Erlan Saefuddin .M.Hum., selaku Ketua Jurusan Penerbitan.
5. R Sulistyو Wibowo, M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Penerbitan.
6. Zaenab, SS., M. Si, selaku Koordinator Program Studi Periklanan.
7. Drs. Hilwan Arif selaku pembimbing II dalam penyusunan tugas akhir.
8. Hariyanto Chung, M.M., selaku Pimpinan PT. Digital Kaliber Indonesia (Dimancy) yang telah menerima penulis melakukan Praktik Industri di Dimancy.
9. Anisa Putri Noviahardini selaku Pembimbing Perusahaan di Dimancy.
10. Para staf Jurusan Penerbitan dan para karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan layanan administrasi kepada penulis selama di Politeknik Negeri Media Kreatif.

11. Kedua orang tua dan keluarga yang tiada hentinya memberikan doa dan dukungan.
12. Mevlevi Ali Attarumi, yang selalu mau mendengarkan cerita-cerita penulis dan menemani selama pengerjaan tugas akhir.
13. Indita Wulandani & Julyana Nurfajrina yang selalu mendukung penulis dalam menjalankan pengerjaan tugas akhir dan praktik industri.
14. #CreoTeam yang selalu menghibur dan memberi dukungan pada penulis.
15. Keluarga Barudin, Rachele, Julyana, Indita, Fiqry, Aqnia, Yanti, Shavira, dan Dinda yang sudah menemani penulis dari awal masa kuliah sampai saat ini.
16. Sahabat-sahabat penulis lainnya, Putri Febrianti, Kiara Aleindra, Rida Faradilla yang mendukung dan menghibur penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik.
17. Rekan-rekan Angkatan 10 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.

10 July 2022



Penyusun,

Siti Zanuba A.J

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS SIDANG TUGASAKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penulisan.....	5
F. Manfaat Penulisan.....	5
G. Sistematika Penulisan	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Komunikasi	7
1. Definisi Komunikasi	7
2. Fungsi Komunikasi	7
3. Manfaat Komunikasi.....	8
4. Elemen Komunikasi.....	8
B. Komunikasi Digital.....	8
C. Periklanan.....	9
1. Definisi Periklanan	9

2.	Tujuan Periklanan.....	9
3.	Jenis Media Periklanan	9
D.	Periklanan Digital	11
1.	Definisi Periklanan Digital.....	11
2.	Jenis Periklanan Digital	12
E.	Media Sosial.....	13
1.	Pengertian Media Sosial.....	13
2.	Jenis Media Sosial	13
3.	Fungsi Media Sosial.....	14
4.	<i>Social Media Planning</i>	14
5.	Instagram.....	15
F.	Proses Kreatif.....	18
1.	Definisi Kreativitas	18
2.	Elemen Proses Kreatif.....	19
3.	Konten Kreatif.....	19
G.	Formula Komunikasi Model AISAS	20
H.	Traffic	22
I.	Bidang Kreatif Periklanan	22
J.	Definisi dan Fungsi <i>Social Media Strategist</i>	23
BAB III.....		24
METODE PELAKSANAAN		24
A.	Data Perusahaan.....	24
1.	Sejarah Perusahaan	24
2.	Lokasi dan Alamat perusahaan.....	25
3.	Logo Perusahaan.....	25
4.	Struktur Perusahaan	26
5.	Visi dan Misi	27
6.	Bidang Usaha Dimancy	28
B.	Teknik Pengumpulan Data.....	29
C.	Ruang Lingkup.....	30
1.	Peran <i>Team Social Media Strategist</i>	30
2.	Periode Pekerjaan	31

3. Kategori Karya	31
4. Ide Kreatif	32
D. Langkah Kerja.....	32
1. Pra Produksi/Persiapan	33
2. Produksi/Pelaksanaan	33
3. Pasca Produksi/Evaluasi.....	33
BAB IV	34
PEMBAHASAN	34
A. Gambaran Umum.....	34
1. Gambaran Umum Pekerjaan	34
B. Analisis Alur Kerja	37
1. Tahap Persiapan/Praproduksi	37
2. Tahap Produksi / Pelaksanaan	47
3. Tahap Pasca-Produksi/Evaluasi.....	53
C. Hasil Alur Kerja.....	56
D. Komparasi Praktik dengan Teori	61
BAB V.....	63
PENUTUP	63
A. Simpulan.....	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Data Survey Jumlah pengguna internet (2018-2022).....	2
Gambar 2	Jumlah <i>Advertising Audience Overview</i> (2022).....	3
Gambar 3	Model Komunikasi Berlo	8
Gambar 4	Most Used Social Media Platform	15
Gambar 5	Model AISAS	21
Gambar 7	Logo Dimancy	24
Gambar 8	Logo Dimancy	25
Gambar 9	Struktur organisasi	26
Gambar 10	List Client Dimancy	29
Gambar 11	Flow of Work.....	32
Gambar 12	Konten Instagram Dimancy tahun 2019.....	34
Gambar 13	Konten Instagram Dimancy tahun 2021.....	35
Gambar 14	Activation Instagram Dimancy	35
Gambar 15	Flow of Job	37
Gambar 16	E-Course Dimancy	38
Gambar 17	Content Pillar Dimancy	39
Gambar 18	Conten Pillar Entertain	40
Gambar 19	Content Pillar Convince	40
Gambar 20	Content Pillar Inspire.....	41
Gambar 21	Content Pillar Educate.....	42
Gambar 22	Contoh Content Attention.....	43
Gambar 23	Contoh Content Interest.....	44
Gambar 24	Contoh Search Dimancy.....	44
Gambar 25	Contoh Search Dimancy.....	45
Gambar 26	Contoh Content Action.....	45
Gambar 27	Contoh Content Share	46
Gambar 28	Editorial Plan Dimancy	47
Gambar 29	Content Brief.....	48
Gambar 30	Copy Platform.....	49

Gambar 31 Design Brief.....	50
Gambar 32 Proses Revisi.....	51
Gambar 33 Content Approve	52
Gambar 34 Labeling Content after upload	52
Gambar 35 Media Report	53
Gambar 36 Best Content Performance	54
Gambar 37 Bottom Content Performance	55
Gambar 38 Hasil Kerja Content Entertaint.....	57
Gambar 39 Hasil Kerja Content Convince	58
Gambar 40 Hasil Kerja Content Inspire	59
Gambar 41 Hasil Kerja Content Educate.....	60

DAFTAR TABEL

Table 1 Jenis Media Periklanan	10
Table 2 Kompetitor	36
Table 3 Framework AISAS	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi seminar Tugas Akhir	68
Lampiran 2 Bukti Bimbingan bersama Pembimbing I dan II	75
Lampiran 3 Dokumentasi Kegiatan Bersama Team Content Creative	76