

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA OFFICER* PT. ACOM DIGITAL**

**KREASI PROGRAM ‘PIJAT YAHUUUD’ *BRAND* GPU**

**DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

**Diajukan sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Ahli Madya**



**Disusun Oleh:**  
**AISYAH NAURA SEKAR MIRANTI**  
**NIM: 20330016**

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

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

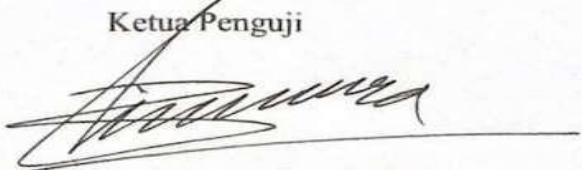
Judul Tugas Akhir : *Aktivitas Social Media Officer PT. Acom Digital Kreasi*  
Program “*Pijat Yahuud*” *Brand GPU* dalam Meningkatkan  
*Brand Awareness*

Penulis : Aisyah Naura Sekar Miranti  
NIM : 20330016  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan

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

Disahkan Oleh:

Ketua Penguji




**Dr. Benget Simamora, M.M**  
NIP. 195907061986031002

Anggota 1,



**Drs. Sudrajat M.M**  
NIP. 199211132019032025

Anggota 2,



**Dr. Tipri Rose Kartika, M.M**  
NIP. 19760612009122002

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Penerbitan



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

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Aktivitas *Social Media Officer* PT. Acom Digital Kreasi  
Program “Pijat Yahuud” *Brand* GPU dalam Meningkatkan *Brand Awareness*  
Penulis : Aisyah Naura Sekar Miranti  
NIM : 20330016  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan

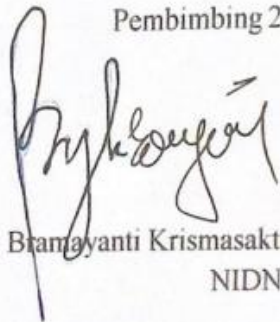
Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.  
Ditandatangani di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta, 20 Juli 2023

Pembimbing 1



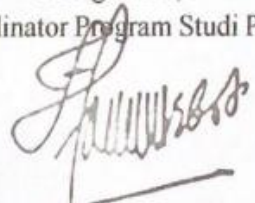
Dr. Tipri Rose Karika, M.M.  
NIP : 197606112009122002

Pembimbing 2



RR. Bramayanti Krismasakti, S.Sos., M.Si.  
NIDN. 0328027307

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab S.S, M.Si  
NIP. 197508072009121001

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

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Aisyah Naura Sekar Miranti  
NIM : 20330016  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2022/2023

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:  
*Aktivitas Social Media Officer PT. Acom Digital Kreasi Program “Pijat Yahuud”  
Brand GPU dalam 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, 20 Juli 2023

Yang menyatakan,



Aisyah Naura Sekar Miranti  
NIM. 20330016

## PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Aisyah Naura Sekar Miranti  
NIM : 20330016  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2022/2023

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:

Aktivitas *Social Media Officer* PT. Acom Digital Kreasi Program “Pijat Yahuud” *Brand GPU* dalam Meningkatkan *Brand Awareness*

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, 20 Juli 2023

Yang menyatakan,



Aisyah Naura Sekar Miranti  
NIM. 20330016

## ABSTRAK

*Based on the data obtained, it shows that social media has a significant impact in all aspects. Especially if used for promotional media in increasing Brand Awareness. Based on the results of the last insight, it shows that the use of social media for the GPU brand is not optimal. The problem in this Final Project Report is how the Social Media Officer Activities of PT Acom Digital Kreasi in the "Yahuuud Massage" Program of the GPU brand in increasing Brand Awareness through social media. Therefore, the GPU Oil Brand wants to optimize the use of social media through the "Yahuuud Massage" program and requires the role of a Social Media Officer. The literature review used in this work is STP Theory, AISAS Model, social media, social media officer occupation. In this paper the author uses the Library study method and interviews. The purpose of this paper is to find out how the role of Social Media Officer in running the program, managing and monitoring social media of Brand GPU in various social media platforms. The final result obtained is that the social media insight of the GPU brand shows a significant increase.*

***Keywords: Brand Awareness, Social Media, Social Media Officer***

Berdasarkan perolehan data, menunjukkan bahwa media sosial memiliki dampak yang signifikan di semua aspek. Khususnya jika digunakan untuk media promosi dalam meningkatkan Brand Awareness. Berdasarkan hasil insight terakhir, menunjukkan penggunaan media sosial brand GPU yang kurang optimal. Masalah dalam Laporan Tugas Akhir ini adalah Bagaimana Aktivitas Social Media Officer PT. Acom Digital Kreasi pada Program “Pijat Yahuuud” brand GPU dalam meningkatkan Brand Awareness melalui social media. Oleh karena itu Brand Minyak GPU ingin mengoptimalkan penggunaan media sosial melalui program “Pijat Yahuuud” serta membutuhkan peran Social media Officer. Tinjauan Pustaka yang digunakan dalam karya ini adalah teori STP, model AISAS, media sosial, okupasi social media officer. Dalam karya tulis ini penulis menggunakan metode studi Pustaka dan wawancara. Tujuan dari penulisan ini untuk mengetahui bagaimana peran Social Media Officer dalam menjalankan program, mengelola serta monitoring media sosial Brand GPU dalam berbagai platform media sosial. Hasil akhir yang diperoleh adalah menunjukkan insight media sosial brand GPU menunjukkan kenaikan yang signifikan.

***Kata Kunci : Brand Awareness, Media Sosial, Social Media Officer***

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepa Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan rahmat serta karunianya kepada penulis dan kepada para pembimbing yang telah membantu dan membimbing secara baik, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir yang berjudul **Aktivitas *Social Media Officer* PT. Acom Digital Kreasi Program “Pijat Yahuud” *Brand* GPU dalam Meningkatkan *Brand Awareness***

Tujuan utama dari penulisan Tugas Akhir tersebut adalah untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III (Tiga) pada Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Pada kesempatan ini, izinkan penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasihnya kepada pihak – pihak yang telah membantu. Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan bimbingan serta motivasi dari pihak – pihak yang telah membantu serta memberi dukungan dalam Penulisan Tugas Akhir ini, Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Nova Darmanto, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, 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. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Pembimbing I Laporan Tugas Akhir.
7. RR. Bramayanti Krismasakti, S.Sos., M.Si. Pembimbing II Laporan Tugas Akhir.
8. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
9. Keluarga tercinta terutama Pramukartie Darmadi dan Alm. Wiwiek Soetardjo yang selalu yang selalu memberikan semangat dan dorongan dalam mengejar impian saya.

10. Sugeng Purwantoro dan Ratih Meiriena Rizky Rahayu, mereka yang darahnya mengalir dalam tubuh penulis, terima kasih. Masa kelam itu, kini berhasil menjadi pengalaman terbaik penulis. Terima kasih atas luka yang mampu mendewasakan penulis, mampu menuntun penulis untuk belajar ikhlas dan menerima kata kehilangan sebagai bentuk proses penempaan menghadapi dinamika hidup.
11. Teman-teman dari *word of roasting* yang selalu membantu penulis dari semester awal sampai penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini.
12. Jihan Nur Ultan Shani dan Airin Thabila teman penulis yang membantu serta menyemangati penulis dalam pembuatan Tugas Akhir.
13. Seluruh pihak yang turut memberikan dukungan serta bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu tetapi tidak mengurangi rasa terima kasih penulis.
14. *Last but not least*, penulis ingin berterima kasih kepada diri sendiri karena telah sabar dari segala hal yang mengejar, terima kasih telah berani berjalan sejauh ini, dan terima kasih untuk tidak menyerah walau sering kali merasa kalah.

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

Jakarta, 20 Juli 2023



Aisyah Naura Sekar Miranti  
NIM 20330016



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah .....	5
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penulisan .....	6
F. Manfaat Penulisan .....	6
1. Manfaat Bagi Mahasiswa.....	6
2. Manfaat Bagi Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.....	7
3. Manfaat Bagi Perusahaan PT. Acom Digital Kreasi.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
A. Komunikasi.....	8
1. Definisi Komunikasi .....	8
2. Model Komunikasi.....	8

B. <i>Brand Awareness</i> .....	9
1. Analisa SWOT .....	11
2. Analisa STP.....	11
3. Model AISAS.....	12
C. Media Sosial .....	14
1. Definisi Media Sosial.....	14
2. Prinsip Media Sosial .....	15
3. <i>Social Media Handling</i> .....	17
D. Okupasi <i>Social Media Officer</i> .....	19
1. Definisi <i>Social Media Officer</i> .....	19
2. Tugas dan Tanggung Jawab .....	19
<b>BAB III METODE PELAKSANAAN.....</b>	<b>20</b>
A. Data Perusahaan.....	20
1. Profil Perusahaan .....	20
2. Visi dan Misi.....	21
3. Alamat Perusahaan.....	22
4. Struktur Perusahaan .....	22
5. Logo Perusahaan/ Client .....	27
6. Layanan Perusahaan.....	28
C. Teknik Pengumpulan Data .....	29
D. Ruang Lingkup .....	30
1. <i>Social Media Officer</i> .....	30
2. Kategori Karya .....	30
3. Ide Karya.....	31

E. Langkah Kerja Social Media Officer .....	32
1. Persiapan (Pra-Produksi).....	32
2. Produksi (Pelaksanaan) .....	32
3. Pasca Produksi (Evaluasi) .....	32
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>34</b>
A. Gambaran Umum Pekerjaan .....	34
B. Alur Kerja .....	34
1. Mencari Insight Untuk Rencana <i>Editorial Plan</i> Tim Kreatif .....	35
2. Menenerima dan Mengkoreksi <i>Editorial Plan</i> .....	36
3. Membuat Kalender Postingan .....	37
4. Scheduling Konten .....	38
5. Posting Konten.....	38
6. Monitoring Berbagai Konten .....	39
7. Membuat Monthly Report di akhir bulan .....	40
C. Hasil Pekerjaan .....	40
1. Mencari Insight Untuk Rencana <i>Editorial Plan</i> Tim Kreatif .....	41
2. Menerima dan Mengoreksi <i>Editorial Plan</i> .....	42
3. Membuat kalender Postingan.....	43
4. Posting Konten.....	44
5. Monitoring Berbagai Konten .....	44
6. Membuat <i>Monthly Report</i> di akhir bulan.....	45
D. Komparasi Praktik Dengan Teori .....	47
1. Prinsip Media Sosial .....	48
2. Social Media Handling.....	53

3. Peta Okupasi <i>Social Media Officer</i> .....	54
4. Model AISAS.....	55
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>61</b>
A. Simpulan .....	61
B. Saran .....	62
1. Saran Bagi Mahasiswa .....	62
2. Saran Bagi Politeknik Negeri Media Kreatif .....	63
3. Saran Bagi PT. Acom Digital Kreasi .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>65</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Social Media Handling</i> .....	54
Tabel 2. <i>Okupas Social Media Officer</i> .....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 <i>Essential Digital Headlines</i> .....	1
Gambar 2. <i>Essential Digital Headlines</i> .....	2
Gambar 4. AISAS Model.....	13
Gambar 5. Struktur Organisasi Perusahaan .....	22
Gambar 6. Logo Perusahaan PT. Acom Digital Kreasi .....	27
Gambar 7 Logo Minyak Urut GPU.....	27
Gambar 8. Alur Kerja.....	35
Gambar 9. <i>Insight</i> untuk kebutuhan Brand GPU .....	35
Gambar 10. <i>Editorial Plan Digital Activity</i> .....	36
Gambar 11. <i>Editorial Plan Daily Content</i> .....	36
Gambar 12. <i>Editorial Plan Collab</i> Tania Ayu .....	37
Gambar 13. Kalender Postingan .....	37
Gambar 14. Scheduling Konten Minyak Urut GPU .....	38
Gambar 15. Posting Konten Minyak Urut GPU .....	38
Gambar 16. <i>Monitoring</i> Konten.....	39
Gambar 17. Contoh <i>Monthly Report</i> Bulanan.....	40
Gambar 18. <i>Insight</i> untuk kebutuhan Brand GPU .....	41
Gambar 19. <i>Insight</i> untuk kebutuhan Brand GPU .....	41
Gambar 20. <i>Editorial Plan Digital Activity</i> .....	42
Gambar 21. <i>Editorial Plan Daily Content</i> .....	42
Gambar 22. <i>Editorial Plan Collab</i> Tania Ayu .....	42
Gambar 23. Kalender Postingan .....	43
Gambar 24. Posting Konten Minyak Urut GPU .....	44
Gambar 25. <i>Monitoring</i> konten serta interaksi dengan <i>audience</i> .....	44
Gambar 26. Contoh <i>Monthly Activity</i> Brand GPU.....	46
Gambar 27. Salah Satu Bentuk Prinsip Media Sosial <i>Participation</i> .....	48
Gambar 28. Salah Satu Bentuk Prinsip Media Sosial <i>Collective</i> .....	49
Gambar 29. Salah Satu Bentuk Prinsip Media Sosial <i>Transparency</i> .....	50
Gambar 30. Salah Satu Bentuk Prinsip Media Sosial <i>Independence</i> .....	51
Gambar 31. Salah Satu Bentuk Prinsip Media Sosial <i>Persistence</i> .....	52

Gambar 32. Salah Satu Bentuk Prinsip Media Sosial <i>Independence</i> .....	53
Gambar 33. Grafis dari Kunjungan Profil Media Sosial GPU .....	57
Gambar 34. Contoh Penerapan Model AISAS Tahap <i>Search</i> .....	58
Gambar 35. Contoh Penerapan Model AISAS Tahap <i>Action</i> .....	59
Gambar 36. Contoh Penerapan Model AISAS Tahap <i>Share</i> .....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Penulis .....	65
Lampiran 2. Salinan Lembar Bimbingan TA 1 .....	66
Lampiran 3. Salinan Lembar Bimbingan TA 2 .....	67
Lampiran 4. Dokumentasi Bimbingan .....	68
Lampiran 5. Serfitikat dari PT. Acom Digital Kreasi .....	69
Lampiran 6. Bukti Pekerjaan.....	70