

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**PENGGUNAAN CHATGPT UNTUK MENGEMBANGKAN AWARENESS**  
**INSTAGRAM @TERANGKIDS**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya



**Disusun Oleh :**

**BAGAS PRASETYO**

**NIM :20330035**

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

**2023**

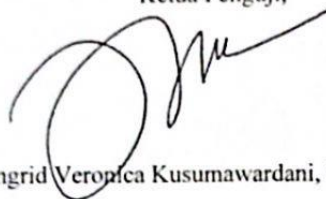
## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Penggunaan ChatGPT Untuk Mengembangkan Awareness  
Instagram @TERANGKIDS  
Penulis : Bagas Prasetyo  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di Kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada hari Senin, tanggal 31 Juli 2023

Disahkan Oleh:

Ketua Penguji,



Ingrid Veronika Kusumawardani, S.S., M.Pd.

NIDN.0022027006

Anggota 1



Jefri Rahmadian, M. Kom

NIDN.0328087601

Anggota 2



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

NIP. 199005232019031012

Mengetahui

Ketua Jurusan



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


NIP.197508072009121001

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Penggunaan ChatGPT Untuk Mengembangkan Awareness Media Sosial @TERANGKIDS  
Penulis : Bagas Prasetyo  
NIM : 20330035  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan

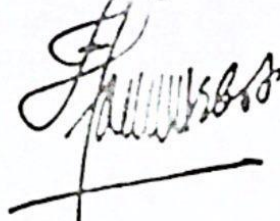
Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.  
Ditandatangani di Jakarta, 24 Juli 2023.

Pembimbing I



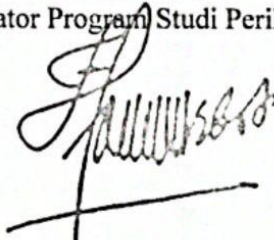
Dyama Khazim Setyadi S.E., M.I.Kom  
NIP. 199005232019031012

Pembimbing II



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

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi Periklanan



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

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

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bagas Prasetyo  
NIM : 20330035  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2022/2023

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya buat dengan judul “Penggunaan ChatGPT Untuk Mengembangkan Awareness Media Sosial @TERANGKIDS” adalah **original dan belum pernah dibuat oleh pihak manapun serta bebas dari plagiarisme.**

Jika pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian pada pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan bersungguh-sungguh dan sebenar-benarnya.

Depok, 24 Juli 2023

Yang menyatakan,



Bagas Prasetyo  
20330035

## LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas akademik Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bagas Prasetyo  
NIM : 20330035  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2022/2023

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, "Penggunaan ChatGPT Untuk Mengembangkan Awareness Media Sosial @TERANGKIDS".

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.

Depok, 24 Juli 2023

Yang menyatakan,



Bagas Prasetyo  
20330035

## ABSTRAK

Penulis : Bagas Prasetyo  
Pembimbing 1 : Dyama Khazim Setyadi S.E., M.I.Kom  
Pembimbing 2 : Zaenab, S.S., M.Si  
NIM : 20330035  
Jurusan : Periklanan  
Judul Tugas Akhir : Penggunaan ChatGPT Untuk Mengembangkan Awareness  
INSTAGRAM @TERANGKIDS

In this digital era, all lines of life need to be made digital or in other words digitization. One of the things that is necessary and has a significant impact is the aspect of Islamic da'wah and children's education and parenting. But the many accounts of the same kind make it the same and monotonous to one another. Therefore, we need a Social Media Officer who is able to provide account management and content development that can increase awareness of content. The use of theories such as AISAS and data collection methods such as observation, literature, and netnography as well as the use of AI tools such as ChatGPT can help improve the quality of content developed by a Social Media Officer. That way, the reach and awareness gained by content and accounts also increased quite significantly, although there were still obstacles in its implementation.

**Keyword : AI, ChatGPT, Social Media Officer, Brand Awareness, Coulava**

Di era digital seperti ini, segala lini kehidupan perlu dibuat digital atau dengan kata lain digitalisasi. Salah satu hal yang perlu dan memiliki dampak yang signifikan adalah segi dakwah islami dan pendidikan anak serta *parenting*. Namun banyaknya akun yang sejenis membuatnya sama dan monoton satu sama lain. Maka dari itu, diperlukan seorang *Social Media Officer* yang mampu memberikan pengelolaan akun serta pengembangan konten yang bisa meningkatkan awareness terhadap konten. Penggunaan teori seperti AISAS dan metode pengumpulan data seperti observasi, studi pustaka, dan netnografi serta penggunaan *AI tools* seperti ChatGPT bisa membantu untuk meningkatkan kualitas konten yang dikembangkan seorang *Social Media Officer*. Dengan begitu, *reach dan awareness* yang didapatkan oleh konten dan akun pun mengalami kenaikan yang cukup signifikan, meskipun tetap ada kendala didalam penerapannya.

**Kata Kunci : AI, ChatGPT, Social Media Officer, Brand Awareness, Coulava**

## **PRAKATA**

Alhamdulillah, puji dan syukur kehadirat ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “PENGUNAAN CHATGPT UNTUK MENGEMBANGKAN AWARENESS INSTAGRAM @TERANGKIDS” dengan baik. Tujuan penelitian dan penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan mahasiswa/i agar dapat menyelesaikan pendidikan Diploma III Program Studi Periklanan Jurusan Penerbitan di Akademik Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta. Terima kasih penulis ucapkan kepada yang telah membantu kami baik secara moral maupun materi. Terima kasih juga saya ucapkan kepada teman-teman seperjuangan yang telah mendukung kami sehingga kami bisa menyelesaikan tugas ini tepat waktu. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Tipri Rose Kartika, M.M, selaku 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, selaku Koordinator Program Studi Periklanan dan Dosen Pembimbing II dalam penyusunan tugas akhir.
6. Sartika S.Kom., M.I.Kom, Sekretaris Program Studi Periklanan.
7. Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom Dosen Pembimbing I dalam penyusunan tugas akhir.
8. Para Dosen dan Staf Prodi Periklanan Jurusan Penerbitan serta karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama 3 (tiga) tahun penulis menempuh pendidikan disini.
9. Untuk Bapak, Mama, dan Adik yang selalu mendukung baik secara materil dan moril penulis selama ini.
10. Markus Syahendra yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan kuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif.

11. Mas Marenra dan Mas Diego selaku Co-Founder dari Coulava
12. Teman-teman di Coulava yang memberi support dan semangat
13. Rekan-rekan Angkatan 2020 Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama-sama selama tiga tahun.
14. Adhitama Alfine yang menjadi sahabat dan *support system* bagi penulis selama ini
15. Nanda dan Manda yang selalu menyediakan sumber inspirasi bagi penulis selama penulisan tugas akhir ini
16. Raju, Firel. Adira dan Sisca yang telah menjadi sahabat yang selalu mendukung penulis dalam senang maupun susah

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk Tugas Akhir ini. Akhir kata, penulis berharap agar Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, dan terutama untuk pengembangan ilmu di bidang Periklanan.

Jakarta, 24 Juli 2023



**Bagas Prasetyo**

NIM 20330035



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS SIDANG TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>iii</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 GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penulisan .....	5
F. Manfaat Penulisan .....	6
G. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
A. <i>Brand Awareness</i> .....	9
1. AISAS Model.....	9
B. SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat).....	11
C. STP ( <i>Segmentation Targeting Positioning</i> ).....	12
D. Media Sosial .....	12
1. Definisi Media Sosial.....	12
2. Alur Komunikasi Media Sosial.....	13
E. Media Sosial Instagram .....	14
F. AI ChatGPT .....	17
G. <i>Prompt Command</i> .....	18
H. <i>Content Framework</i> .....	19
<b>BAB III METODE PELAKSANAAN.....</b>	<b>21</b>
A. Data Perusahaan.....	21
1. Profil Perusahaan .....	21
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	22
3. Lokasi Perusahaan .....	22
4. Struktur Organisasi Perusahaan .....	23
B. Teknik Pengumpulan Data .....	25
1. Observasi.....	25
2. Studi Pustaka.....	25
3. Netnografi .....	25
C. Ruang Lingkup .....	26
1. Peran Social Media Officer.....	26

2. Waktu dan Kegiatan.....	26
3. Jenis Pekerjaan yang Dihasilkan.....	26
D. Langkah Kerja .....	27
E. <i>Key Performance Indicator</i> .....	29
F. <i>Timeline</i> .....	30
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>31</b>
<b>A. Gambaran Umum Terang Kids .....</b>	<b>31</b>
<b>B. Analisis Penulis .....</b>	<b>33</b>
1. Metode AISAS dalam Terang Kids .....	33
2. Metode AISAS dalam Konten <i>Reels</i> Terang Kids.....	36
3. Analisa SWOT Terang Kids .....	39
4. Analisa Kompetitor.....	41
5. Analisis STP Pada Akun Instagram Terang Kids .....	42
6. <i>Content Framework</i> Untuk Terang Kids .....	45
<b>C. Hasil Pekerjaan.....</b>	<b>47</b>
1. Gambaran Umum Pengaplikasian ChatGPT .....	47
2. <i>Prompt Command</i> dalam AI ChatGPT .....	48
3. Langkah Penerapan .....	50
4. Contoh Dalam Penerapan .....	52
5. Hasil yang Diperoleh .....	55
6. Top Konten Sebelum Pengaplikasian ChatGPT .....	56
7. Top Konten Sesudah Pengaplikasian ChatGPT.....	58
8. Kendala Dalam Penggunaan ChatGPT .....	60
G. Komparasi Teori dengan Praktik .....	62
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>65</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>65</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>67</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>70</b>
<b>A. Biodata Penulis .....</b>	<b>70</b>
<b>B. Dokumentasi Hari Sidang.....</b>	<b>71</b>
<b>C. Lembar Bimbingan Pembimbing I .....</b>	<b>72</b>
<b>D. Lembar Bimbingan Pembimbing II.....</b>	<b>73</b>
<b>E. Dokumentasi Bimbingan.....</b>	<b>74</b>
<b>F. Surat Keterangan Praktik Industri .....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Jumlah pengguna internet di Indonesia 2022 - 2023.....	1
Gambar 2	Persentase tools AI paling banyak digunakan di Indonesia .....	3
Gambar 3	Logo Coulava .....	21
Gambar 4	Struktur Jabatan Di Coulava.....	23
Gambar 5	Langkah Kerja Penulis .....	27
Gambar 6	Logo Terang Kids.....	31
Gambar 7	Halaman <i>Instagram</i> Terang Kids .....	32
Gambar 8	Analisis AISAS di Konten Terang Kids.....	33
Gambar 9	Analisis Attention.....	33
Gambar 10	Analisis Interest.....	34
Gambar 11	Analisis Search .....	34
Gambar 12	Analisis Action .....	35
Gambar 13	Analisis Share.....	36
Gambar 14	Analisa AISAS dalam Reels.....	37
Gambar 15	Kompetitor Terang Kids.....	41
Gambar 16	Alur Penggunaan ChatGPT .....	47
Gambar 17	Langkah Penerapan .....	50
Gambar 18	Menulis Ide Utama .....	52
Gambar 19	Detail Konten.....	52
Gambar 20	Penerapan Poin SWOT.....	53
Gambar 21	Hasil Generate dan Re-Generate .....	53
Gambar 22	Menulis Poin yang Didapat .....	54
Gambar 23	Approval .....	54
Gambar 24	Konten Tanggal 2 April.....	57
Gambar 25	Konten Tanggal 3 April.....	57
Gambar 26	Konten Tanggal 28 April.....	58
Gambar 27	Konten Tanggal 5 Juni.....	59
Gambar 28	Konten Tanggal 12 Juni.....	59
Gambar 29	Konten Tanggal 8 Mei.....	60

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 KPI .....	29
Tabel 2 Timeline Kerja .....	30
Tabel 3 Analisa SWOT .....	39
Tabel 4 Analisa Kompetitor .....	41
Tabel 5 Hasil Peningkatan Engagement di Konten.....	55
Tabel 6 Tabel Konten Tanggal 2 April .....	57
Tabel 7 Tabel Konten Tanggal 3 April .....	58
Tabel 8 Tabel Konten Tanggal 28 April .....	58
Tabel 9 Tabel Konten Tanggal 5 Juni .....	59
Tabel 10 Tabel Konten Tanggal 12 Juni .....	60
Tabel 11 Konten Tanggal 8 Mei .....	60
Tabel 12 Peta Okupasi .....	63