

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN KONTEN KREATIF INSTAGRAM
@JUALBELIRENOVASI DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS
TAHUN 2022

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh :
YASMIN RIANDIKA
NIM : 19033131

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2022

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : “ Pembuatan Konten Kreatif Instagram @Jualbelirenovasi
Dalam Meningkatkan Brand Awareness Tahun 2022”

Penulis : Yasmin Riandika

NIM : 19033131

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Jumat, tanggal 15 Juli 2022

Disahkan oleh

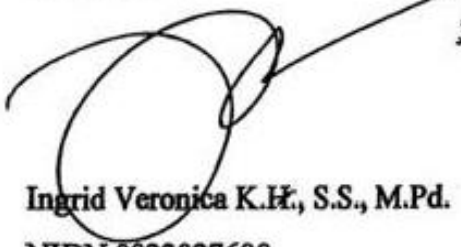
Ketua Penguji,



Anindita Budi Astuti, MM.

NIP.198103052008122001

Penguji Ahli



Ingrid Veronica K.H., S.S., M.Pd.

NIDN.0022027600

Moderator

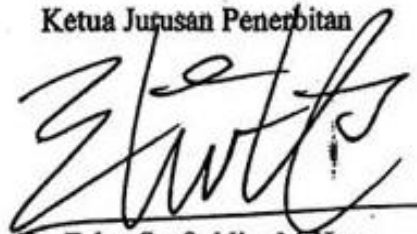


Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom

NIP.198812222020122006

Mengetahui,

Ketua Jurusan Penerbitan



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum

NIP.197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : “ Pembuatan Konten Kreatif Instagram @Jualbelirenovasi
Dalam Meningkatkan Brand Awareness Tahun 2022”
Penulis : Yasmin Riandika
NIM : 19033131
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

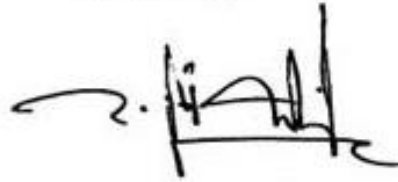
Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditanda tangani di Jakarta, 6 Juli 2022

Pembimbing I



Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Pembimbing II



Drs. Hilwan Arif
NUPN. 99030050083

**Mengetahui,
Koordinator Prodi Periklanan**



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

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yasmin Riandika

NIM : 19033131

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tahun Akademik : 2021/2022

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul : Pembuatan Konten Kreatif Instagram @Jualbelirenovasi Dalam Meningkatkan Brand Awareness 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 sebenar-benarnya.

Jakarta, 6 Juli 2022

Yang menyatakan,

A yellow official stamp from the Indonesian Ministry of Education, Culture, and Higher Education (KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KULTUR, DAN KEMAHAKILAUAN). The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KULTUR, DAN KEMAHAKILAUAN' and 'METERAI TEMPEL'. A handwritten signature is written over the stamp. The stamp number is 4063AJXB23031958.

Yasmin Riandika

NIM 19033131

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Yasmin Riandika
NIM : 19033131
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2021/2022

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 :

“Pembuatan Konten Kreatif Instagram @Jualbelirenovasi Dalam Meningkatkan Brand Awareness Tahun 2022”

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, 6 Juli 2022

Yang menyatakan,



Yasmin Riandika

NIM 19033131

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : “Pembuatan Konten Kreatif Instagram @Jualbelirenovasi Dalam Meningkatkan Brand Awareness Tahun 2022”
Penulis : Yasmin Riandika
Pembimbing 1 : Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom
Pembimbing 2 : Drs. Hilwan Arif

Jual Beli Renovasi in the field of services and marketing, used Instagram as one of the advertising media. However, the lack of content is an obstacle in managing Jual Beli Renovasi Instagram. In addition, the information presented is not creative, the concepts presented are not maximized and the audience's interest is not maximized. This content creation aims to increase public awareness about these services. A factor Jual Beli Renovasi that is not widely known by the community, Factors Jual Beli Renovasi that are not widely known by the public, and the result is not much feedback. Therefore, use Instagram ads to reach people to find out about Jual Beli Renovasi. The author had a role as a social media specialist who is responsible for creating creative content instagram Jual Beli Renovasi, uploading content, media monitoring and evaluation as well as make Instagram ads insight reports. So that before brand awareness, Unaware of brand, namely consumers are still unsure whether they are familiar with the mentioned brand. Experienced an increase in the level of Brand recognition, namely consumers are able to identify the mentioned brand.

Key words: *Advertising, Social Media Specialist, Creative Content, Brand Awareness.*

Jual Beli Renovasi bergerak di bidang jasa dan pemasaran menggunakan Instagram sebagai salah satu media periklanan. Namun kurangnya konten menjadi kendala dalam mengelola instagram Jual Beli Renovasi ini, selain itu informasi yang disajikan kurang kreatif, konsep yang disajikan belum maksimal dan minat *audience* yang belum maksimal. Pembuatan konten ini bertujuan untuk meningkatkan *awareness* kepada masyarakat tentang jasa tersebut. Faktor Jual Beli Renovasi yang belum dikenal luas oleh masyarakat, mengakibatkan *feedback* yang tidak banyak. Maka dari itu digunakan instagram ads untuk menjangkau masyarakat yang belum mengetahui Jual Beli Renovasi ini. Penulis berperan sebagai *social media specialist* yang bertanggung jawab untuk pembuatan konten kreatif instagram Jual Beli Renovasi, mengunggah konten, melakukan media monitoring dan evaluasi serta membuat laporan insight instagram ads. Sehingga brand awareness sebelumnya Unaware of brand yaitu konsumen masih ragu atau apakah sudah mengenal merek yang disebutkan. Mengalami kenaikan tingkat ke Brand recognition yaitu konsumen mampu mengidentifikasi merek yang disebutkan.

Kata Kunci : *Periklanan, Social Media Specialist, Konten Kreatif, Brand Awareness*

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tian Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu syarat 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* di Jual Beli Renovasi. Tugas Akhir ini penulis beri judul “Pembuatan Konten Kreatif Instagram @Jualbelirenovasi Dalam Meningkatkan Brand Awareness Tahun 2022”.

Penulisan 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 kepada :

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Drs. Benget Simamora, M.M., 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. Likke Nova Pramutia, S.E., selaku Direktur Utama Jual Beli Renovasi.
7. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., selaku Pembimbing I
8. Drs. Hilwan Arif, selaku Pembimbing II
9. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.

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. Sahabat-sahabat penulis yang telah membantu, berdiskusi serta memberikan semangat.
12. Terima kasih kepada Stephanus Bagas, Annisa Ayu, teman-teman bimbingan Ibu Sartika dan teman-teman bimbingan Pak Hilwan yang telah memberikan semangat dan berjuang bersama dari awal sampai akhir penyusunan TA ini.
13. Terima kasih kepada anggota Three Musketeers dan Alumni Kumon yang telah menemani penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif.
14. Rekan-rekan Angkatan 11 Program Studi yang telah berjuang bersama-sama selama tiga tahun.
15. Untuk semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu-satu namun tidak mengurangi rasa hormat.

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

Jakarta, 05 Juli 2022

Penulis,



Yasmin Riandika

NIM 19033131

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penulisan.....	6
F. Manfaat Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Komunikasi	8
1. Definisi Komunikasi.....	8
2. Tujuan dan Fungsi Komunikasi	9
3. Elemen Komunikasi	10
B. Periklanan.....	11
1. Periklanan Digital.....	12
2. Definisi Periklanan Digital	14
3. Fungsi Periklanan Digital	14
4. Jenis Periklanan Digital	15
C. Media Baru.....	19
1. Media Sosial	20
D. Konten Kreatif.....	25

1. Tahapan Proses Kreatif	25
E. Perancangan	26
1. Proses Perancangan	27
F. Brand Awareness	29
1. Tingkatan Brand Awareness.....	29
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	31
A. Data / Objek Penulisan.....	31
1. Tentang Perusahaan.....	31
2. Lokasi dan Alamat.....	32
3. Struktur Perusahaan.....	32
4. Visi dan Misi	33
B. Teknik Pengumpulan Data.....	33
1. Observasi	34
2. Studi Pustaka	34
3. Wawancara	35
4. Penelusuran Data <i>Online</i>	35
C. Ruang Lingkup.....	35
1. Peran Social Media Specialist	35
2. Waktu Pengerjaan.....	36
3. Kategori Karya	36
4. Ide Kreatif.....	37
D. Langkah Kerja.....	38
BAB IV PEMBAHASAN.....	42
A. Gambaran Umum.....	42
1. Gambaran Umum Pekerjaan	42
2. Analisis Situasi Kerja	42
B. Alur Pekerjaan.....	46
1. Pembuatan konsep.....	47
2. Persetujuan konsep	47
3. Pembuatan desain	48
4. Pembuatan <i>caption</i>	49

5.	<i>Review</i> dan Revisi konten.....	50
6.	Persetujuan posting.....	50
7.	<i>Posting</i>	51
8.	Memasang iklan di Instagram Ads	52
9.	Laporan insight.....	53
C.	Analisis Alur Kerja AIDA	54
1.	Kesadaran (<i>Awareness</i>)	54
2.	Ketertarikan (<i>Interest</i>)	56
3.	Keinginan/hasrat (<i>Desire</i>)	57
4.	Tindakan (<i>Action</i>).....	59
D.	Hasil Pekerjaan.....	61
1.	Konten Edukasi	61
2.	Konten Informasi.....	62
3.	Konten Marketing.....	63
4.	Konten Hari Penting	64
5.	Konten Instastory	64
E.	Komparasi Teori dan Praktik	65
F.	Analisa Kesenjangan Penulis	65
	BAB V PENUTUP	66
A.	Simpulan	66
B.	Saran.....	66
	DAFTAR PUSTAKA	68
	LAMPIRAN	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data (Tren) Pengguna Internet dan Media sosial di Indonesia Tahun 2022.....	3
Gambar 2 Platform Media Sosial yang Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2022.....	3
Gambar 3 Proses Perancangan	27
Gambar 4 Tingkatan Brand Awareness	30
Gambar 5 Logo Stonewood Glorious	31
Gambar 6 Logo Jual Beli Renovasi	32
Gambar 7 Struktur Perusahaan Stonewood Glorious.....	32
Gambar 8 Struktur Perusahaan Jual Beli Renovasi.....	33
Gambar 9 Langkah Kerja	39
Gambar 10 Instagram Jual Beli Renovasi Tahun 2019.....	44
Gambar 11 Instagram Jual Beli Renovasi Tahun 2022.....	45
Gambar 12 Alur Pekerjaan.....	46
Gambar 13 Referensi Template Instagram	47
Gambar 14 Persetujuan Konsep	48
Gambar 15 Pembuatan desain	49
Gambar 16 Caption	49
Gambar 17 Review dan Revisi konten.....	50
Gambar 18 Persetujuan Posting	50
Gambar 19 Posting	51
Gambar 20 Memasang Iklan di Instagram Ads.....	52
Gambar 21 Laporan Insight	53
Gambar 22 Konten Instagram	55
Gambar 23 Laporan Insight	55
Gambar 24 Konten Instagram	56
Gambar 25 Laporan Insight	57
Gambar 26 Konten Instagram	58
Gambar 27 Laporan Insight	58
Gambar 28 Konten Instagram	60
Gambar 29 Laporan Insight	60
Gambar 30 Konten Edukasi	61
Gambar 31 Konten Informasi.....	62
Gambar 32 Konten Marketing	63
Gambar 33 Konten Hari Penting.....	64
Gambar 34 Konten Instastory	64