

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**“MEMBUAT STRATEGI MEDIA SOSIAL DALAM**  
**PENINGKATAN *AWARENESS AUDIENCE* INSTAGRAM**  
**VANTAGEINA“**

Guna memenuhi tugas dan persyaratan untuk  
memperoleh gelar Ahli Madya Ilmu Komunikasi



**Oleh**

**HELEN MAGDALENA MANULANG**

**19033059**

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN**  
**JURUSAN PENERBITAN**  
**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF**  
**JAKARTA 2022**

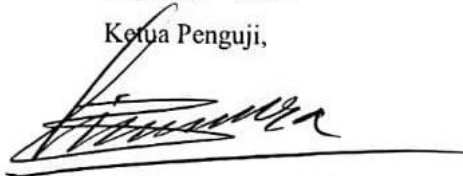
## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : MEMBUAT STRATEGI MEDIA SOSIAL DALAM  
PENINGKATAN AWARENESS AUDIENCE INSTAGRAM  
VANTAGEINA  
Nama Lengkap : Helen Magdalena Manulang  
NIM : 19033059  
Jurusan : Penerbitan  
Prodi : Periklanan

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada Kamis, 14 Juli 2022.

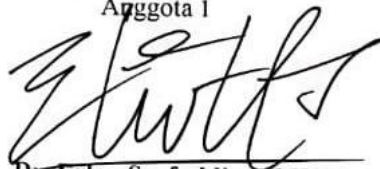
Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



**Dr. Benget Simamora, M.M**  
NIP. 195911051990021002

Anggota 1



**Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum**

NIP. 19790060242006041001

Anggota 2

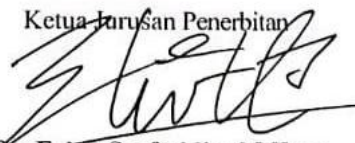


**Drs. Sutrajat, M.M.**

NIP. 196012221983031003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Penerbitan



**Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum**

NIP. 19790060242006041001

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : “MEMBUAT STRATEGI MEDIA SOSIAL DALAM PENINGKATAN  
*AWARENESS AUDIENCE* INSTRAGRAM VANTAGEINA”

Penulis : Helen Magdalena Manulang  
NIM : 19033059  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan

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

Pembimbing I



Drs. Sudrajat., MM.  
NIP: 196012221983031003

Pembimbing II



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

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi Periklanan



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

## PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Helen Magdalena Manulang  
NIM : 19033059  
Program Studi : Penerbitan  
Jurusan : Periklanan  
Tahun Akademik : 2021/2022

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: “MEMBUAT STRATEGI MEDIA SOSIAL DALAM PENINGKATAN *AWARENESS AUDIENCE* INSTAGRAM VANTAGEINA” 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

  
DDF4CAJX898372947  
Manulang  
NIM: 19033059

## PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Helen Magdalena Manulang  
NIM : 19033059  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2021/2022

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: "MEMBUAT STRATEGI MEDIA SOSIAL DALAM PENINGKATAN *AWARENESS AUDIENCE INSTAGRAM VANTAGEINA*"

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan namasaya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 6 Juli 2022

Yang menandatangani

  
F3693AJX898372946  
Helen Magdalena Manulang  
19033059

## ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Membuat Strategi Media Sosial Dalam Peningkatan  
*Awareness Audience Instagram Vantageina*

Penulis : Helen Magdalena Manulang

Pembimbing I : Drs. Sudrajat., M.M

Pembimbing II : Zaenab , S.S., M.Si.

*The general public usually receives innovations and updates through the Internet. Social media makes it easier and more efficient for people to get large amounts of information. In Indonesia, 61.8% or around 170 million people actively use social media (Hootsuite, 2021). And the role of social media officer plays an important role in social media marketing by offering creative content with the aim of designing and thinking about increasing brand awareness. One of them is Vantageina who uses social media Instagram to increase Brand Awareness. The purpose of this final project is to find out the right strategy to increase audience awareness on Vantageina's Instagram social media. The data collection method used in the preparation of this final project is by observation and literature study. The result of the process of implementing social media strategies to increase Vantageina's Instagram audience awareness is an increase in Brand Awareness as seen from the increase in the number of Vantageina Instagram Engagement Rates.*

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

Masyarakat umum biasanya menerima inovasi dan pembaruan melalui Internet. Media sosial membuat orang lebih mudah dan efisien untuk mendapatkan informasi dalam jumlah besar. Di Indonesia, 61,8% atau sekitar 170 juta orang aktif menggunakan media sosial (Hootsuite, 2021). Dan peran sosial media officer memainkan peran penting dalam pemasaran media sosial dengan menawarkan konten kreatif dengan tujuan merancang dan berpikir tentang meningkatkan *awareness*. Salah satunya adalah Vantageina yang menggunakan media social instagram guna meningkatkan *Brand Awareness*. Tujuan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui strategi yang tepat untuk meningkatkan *awareness audience* pada sosial media instagram Vantageina. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penyusunan tugas akhir ini adalah dengan observasi dan studi pustaka. Hasil dari proses pengimplementasian strategi social media guna meningkatkan *awareness audience* instagram vantageina adalah peningkatan *Brand Awareness* yang terlihat dari meningkatnya jumlah Engagement Rate instagram Vantageina.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Social Media Officer, Kesadaran Merek.

## **PRAKATA**

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan bagi mahasiswa yang hendak menyelesaikan pendidikan Diploma-3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

Penulis selalu mengucapkan syukur untuk setiap orang-orang baik yang mau membantu, membimbing dan mengarahkan dalam setiap proses penulisan tugas akhir ini. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih banyak kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Drs. Benget Simamora, M.M., Wakil Direktur I Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan.
4. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom., Sekretaris Program Studi Periklanan.
5. Zaenab, SS., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Bapak Michael Lim, selaku Direktur Utama Perusahaan yang telah menerima penulis melakukan Praktik Industri di PT Indoexport Karya Indonesia.
7. Erica Lim selaku Manajer Operasional di PT Indoexport Karya Indonesia.
8. Bapak Drs. Sudrajat, MM., selaku Pembimbing Akademis penyusunan tugas akhir ini.
9. Zaenab, SS., M.Si., selaku dosen pembimbing kedua dalam penyusunan tugas akhir ini.
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. Untuk Bapak dan Ibu selaku Orang Tua yang mendoakan dan mendukung.
12. Sahabat-sahabat penulis dan teman-teman kelas C yang telah menemanidari awal semester 1.
13. Rekan-rekan Angkatan 2019 Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama-sama selama tiga tahun.
14. Bang Peter Steven yang turut membantu penulis selama penyusunan tugasakhir ini.

Penulis sangat menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Untuk itu, penulis dengan senang hati menerima segala kritik dan saran yang akan menjadi motivasi bagi penulis agar penulisan tugas akhir ini bisa bermanfaat untuk setiap pembaca.

Demikian tugas akhir ini penulis susun dengan harapan dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca.

Jakarta, 08 Juli 2022

Penulis,



Helen Magdalena Manulang  
Nim 19033059



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>iii</b>
<b>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>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah .....	4
E. Tujuan Penulisan.....	4
F. Manfaat Penulisan.....	4
G. Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II.....</b>	<b>7</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
A. Komunikasi.....	7
1. Pengertian Komunikasi .....	7
2. Proses komunikasi.....	7

3.	Fungsi komunikasi .....	8
B.	Bidang periklanan .....	9
C.	Okupasi periklanan .....	9
1.	Definisi Social media officer.....	9
2.	Peran social media officer .....	9
D.	Media iklan .....	10
E.	Media Baru .....	10
1.	Pengertian Media Baru.....	10
2.	Fungsi Media Baru .....	11
3.	Jenis Media Baru.....	11
F.	Media Sosial .....	11
1.	Pengertian Media Sosial.....	11
2.	Jenis- jenis Media Sosial .....	12
3.	Instagram.....	13
G.	Kesadaran Merek (Brand Awareness) .....	13
H.	Sostac .....	14
<b>BAB III.....</b>		<b>16</b>
<b>METODE PELAKSANAAN.....</b>		<b>16</b>
A.	Data Perusahaan.....	16
1.	Profil Perusahaan.....	16
2.	Lokasi Perusahaan.....	16
3.	Visi dan Misi Perusahaan .....	16
4.	Logo Perusahaan .....	17
5.	Struktur Perusahaan.....	17
6.	Layanan Perusahaan.....	18
B.	Teknik Pengumpulan Data.....	18
1.	Observasi.....	18
2.	Studi Pustaka .....	19
C.	Ruang Lingkup .....	19
1.	Peran Sosial Media Officer .....	19
2.	Waktu Pengerjaan .....	20
3.	Jenis Pekerjaan .....	21
4.	Kategori Karya .....	21
5.	Ide Kreatif .....	26
6.	Langkah Kerja.....	27

<b>BAB IV .....</b>	<b>32</b>
<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
A. Gambaran Umum Pekerjaan .....	32
1. Analisis Penulis .....	33
B. Alur Pekerjaan Social Media Officer .....	35
1. Pra produksi .....	36
2. Produksi / Pelaksanaan .....	37
3. Pasca Produksi / evaluasi .....	37
C. Hasil Pekerjaan .....	39
D. Pengaplikasian Metode SOSTAC .....	44
1. Situation Analysis .....	44
2. Objective .....	45
3. Strategy .....	45
4. Tactis .....	46
5. Action .....	46
6. Control .....	46
E. Engagement Rate Akun Instagram .....	47
F. Komparasi Teori Praktik .....	49
<b>BAB V .....</b>	<b>51</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>51</b>
A. Kesimpulan .....	51
B. Saran .....	52
1. Untuk Penulis .....	52
2. Untuk Perusahaan .....	52
3. Untuk PoliMedia .....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>53</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>57</b>
BIODATA MAHASISWA .....	57
Salinan Lembar Pembimbing TA .....	58
Dokumentasi uji proposal .....	60
Surat keterangan praktik industri .....	61

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Data Pengguna Internet di Indonesia .....	2
<b>Gambar 2.1</b> Model Komunikasi Shannon dan Weaver .....	8
<b>Gambar 2.2</b> Piramida Brand Awareness.....	14
<b>Gambar 3.1</b> Logo Perusahaan.....	17
<b>Gambar 3.2</b> Struktur Organisasi .....	18
<b>Gambar 3.3</b> Topik Konten .....	20
<b>Gambar 3.4</b> Konten News Update.....	22
<b>Gambar 3.5</b> Konten Hypebeast & Luxury.....	23
<b>Gambar 3.6</b> Konten Lifestyle .....	24
<b>Gambar 3.7</b> Konten Things to do .....	25
<b>Gambar 3.8</b> Konten Night Life.....	26
<b>Gambar 3.9</b> Alur Kerja .....	27
<b>Gambar 3.10</b> Content Calendar .....	28
<b>Gambar 3.11</b> Bentuk Visual Konten .....	28
<b>Gambar 3.12</b> Pembuatan Caption.....	29
<b>Gambar 3.13</b> Editorial Plan .....	30
<b>Gambar 3.14</b> Contoh Konten yang telah di upload .....	31
<b>Gambar 4.1</b> Penyampaian Ide Konten Secara Online .....	36
<b>Gambar 4.2</b> Draf Konten .....	37
<b>Gambar 4.3</b> Pengecekan Caption di Editorial Plan .....	38
<b>Gambar 4.4</b> Contoh Konten yang Sudah di Upload .....	39
<b>Gambar 4.5</b> Contoh Konten Dengan Analisis SOSTAC.....	44
<b>Gambar 4.6</b> Keseluruhan Akun Instagram Vantageina .....	47
<b>Gambar 4.7</b> Average Engagement Akun Instagram Vantageina.....	48
<b>Gambar 4.8</b> Total Post Akun Instagram Vantageina.....	48

## DAFTAR TABEL

<b>Table 3 1</b> Kegiatan Harian.....	<b>21</b>
<b>Table 4.1</b> Jenis Konten .....	32
<b>Table 4.2</b> Analisa Konten .....	33
<b>Table 4.3</b> Analisa Konten Lifestyle.....	34
<b>Table 4.4</b> Analisa Konten News Update .....	35
<b>Table 4.5</b> Hasil Pekerjaan Konten .....	43
<b>Table 4.6</b> Komparasi dengan Okupasi .....	50

