

LAPORAN TUGAS AKHIR

IMPLEMENTASI KONTEN MEME DI AKUN TWITTER KORPORASI BRI SEBAGAI BENTUK STRATEGI KREATIF UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT*

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun Oleh:

Adhari Sahdi

NIM: 19033003

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

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Implementasi Konten Meme di Akun Twitter Korporasi
BRI sebagai Bentuk Strategi Kreatif untuk Meningkatkan
Engagement

Penulis : Adhari Sahdi

NIM 19033003

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Kamis, tanggal 14 Juli 2022.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



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

NIP. 199005232019031012

Anggota 1



Omar Yusuf, M.M

NUPN. 9900979905

Anggota 2



Zaenab, S.S., M.Si.

NIP. 199211132019032025

Mengetahui,
Ketua Jurusan Penerbitan



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum

NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Implementasi Konten Meme di Akun Twitter Korporasi
BRI sebagai Bentuk Strategi Kreatif untuk Meningkatkan
Engagement

Penulis : Adhari Sahdi

NIM : 19033003

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 8 Juli 2022

Pembimbing 1



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

Pembimbing 2



Ajenk Ningga Citra, M.Si.
NIDN. 032011841

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adhari Sahdi

NIM 19033003

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Dengan ini menyatakan bahwa Karya Tugas Akhir saya yang berjudul “Implementasi Konten Meme di Akun Twitter Korporasi BRI sebagai Bentuk Strategi Kreatif untuk Meningkatkan *Engagement*” 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 surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 8 Juli 2022

Yang menyatakan,



Adhari Sahdi
NIM. 19033003

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adhari Sahdi
NPM/NIP : 19033003
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Jenis Karya : Tugas Akhir

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:

“Implementasi Konten Meme di Akun Twitter Korporasi BRI sebagai Bentuk Strategi Kreatif untuk Meningkatkan *Engagement*”

Dengan Hak Bebas Royalti 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, 8 Juli 2022
Yang menyatakan,



Adhari Sahdi
NIM. 19033003

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Implementasi Konten Meme di Akun Twitter Korporasi
BRI sebagai Bentuk Strategi Kreatif untuk Meningkatkan
Engagement

Penulis : Adhari Sahdi

Pembimbing I : Zaenab, M.Si.

Pembimbing II : Ajenk Ningga Citra, M.Si.

Twitter is one of the fastest growing social media platforms. The dominance of lightweight twitter content containing topics about daily life and entertainment content has made it much in demand by internet users in this modern era. Meme content is one of the most widely used content on Twitter. The public also uses Twitter's fast information flow to find information, including about financial literacy. This is used by Bank BRI as a banking brand to provide financial education as well as get closer to the general public by using memes as a strategy to adjust content on Twitter social media. In the creative process of creating twitter content, BRI is assisted by Froyo Story as an agency and a Twitter Content Officer.

Keywords: *Twitter, Meme, Bank BRI, Froyo Story, Twitter Content Officer.*

Twitter menjadi salah satu *platform* media sosial yang memiliki pertumbuhan yang sangat cepat. Dominasi isi konten twitter yang ringan berisi topik seputar keseharian dan konten hiburan, membuatnya banyak diminati pengguna internet di era modern ini. Konten meme menjadi salah satu konten yang cukup ramai digunakan di twitter. Arus informasi twitter yang cepat juga dimanfaatkan masyarakat untuk mencari informasi, termasuk seputar literasi finansial. Hal ini dimanfaatkan oleh Bank BRI selaku *brand* perbankan untuk memberikan edukasi finansial sekaligus mendekatkan diri kepada masyarakat umum dengan memanfaatkan meme sebagai strategi penyesuaian konten di media sosial twitter. Dalam proses kreatif pembuatan konten twitter, BRI dibantu Froyo Story selaku agensi dan seorang *Twitter Content Officer*.

Kata Kunci: *Twitter, Meme, Bank BRI, Froyo Story, Twitter Content Officer.*

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan Pendidikan Diploma III (Tiga) Program Studi Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif. Judul Tugas Akhir penulis “Implementasi Konten Meme di Akun Twitter Korporasi BRI sebagai Bentuk Strategi Kreatif untuk Meningkatkan *Engagement*”

Penulis menyadari, Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari orang-orang terdekat khususnya orang tua penulis. Selain itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan keagungan-Mu yang telah memberi penulis kesehatan, kesabaran, kemudahan dan kelancaran sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Kedua Orang Tua penulis, yang selalu memberikan doa, nasihat, serta kesabaran yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis. Penulis berharap menjadi anak yang dapat dibanggakan.
3. Ibu Dr. Tipri Rose Kartika, M.M. Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
4. Bapak Dr. Benget Simamora, M.M., Wakil Direktur Bidang Akademik.
5. Ibu Suratni, S.S., M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan.
6. Bapak Ronald Mongkau, M.M., Sekretaris Jurusan Penerbitan.
7. Mrs. Zaenab, SS.,M.Si Koordinator Program Studi Periklanan, sekaligus sebagai dosen pembimbing 1 penulis.
8. Ibu Ajenk Ningga Citra, M.Si. selaku dosen pembimbing 2.
9. Andika Alivano (Kakang) dan Lini Antinia Dewi (Teteh) selaku *Founder* Froyo Story, Chintya Septi Melisa selaku HRD Froyo Story yang telah menerima penulis untuk melakukan Praktik Industri di Froyo Story sebagai *Twitter Content Officer*.

10. Bang Alvi, Kak Karin, Kak Muti, Kak Raisa dan Kak Harum selaku Pembimbing Perusahaan selama Praktik Industri di Froyo Story.
11. Semua rekan-rekan kerja di Froyo Story.
12. Rachele Sanika, teman sekaligus rekan seperjuangan penulis di Froyo Story.
13. Seluruh Dosen dan Staf Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah banyak memberikan pengetahuan, bimbingan dan arahan selama mengikuti pendidikan.
14. Teman-teman Angkatan 10 Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama-sama selama tiga tahun pendidikan.
15. Kakak-kakak alumni Periklanan yang telah memberikan referensi penulisan Tugas Akhir.
16. Semua yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Pasti tak henti-henti penulis sampaikan, semoga amal baik semua pihak mendapat balasan yang berlipat ganda dari sang pencipta yang pengasih dan penyayang Allah SWT. Aamiin.
17. *Last but not least*, terima kasih untuk diri penulis sendiri yang telah berhasil menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan maksimal di tengah *deadline* kerjaan kantor yang penuh fafifu wasweswo akhir-akhir ini. Semoga capek, lelah dan letihnya dapat terbayarkan dengan kesuksesan di masa depan, aamiin!.

Akhir kata penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini bisa membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 08 Juli 2022

Penulis,



Adhari Sahdi
NIM. 19033003

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Masalah	6
F. Manfaat Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Periklanan.....	7
1. Definisi Periklanan	7
2. Jenis Periklanan	8
B. Komunikasi	9
1. Definisi Komunikasi.....	9
2. Unsur-Unsur Komunikasi.....	9
3. Komunikasi Digital	10
4. AISAS	11
C. BRAND.....	11
1. Brand Korporasi	11
2. <i>Brand Image Oriented</i>	12

3. <i>Brand Awareness</i>	13
D. Media Sosial.....	14
1. Definisi Media Sosial	14
2. Jenis Media Sosial	14
3. Karakteristik Media Sosial	15
4. Media Sosial Twitter	16
5. Konten Media Sosial Twitter.....	17
6. <i>The Feeling Wheels</i>	20
7. <i>Meme Model for Brand</i>	22
8. <i>Twitter and Corporate Dialogue</i>	23
E. <i>Content Writer</i>	23
1. Definisi <i>Content Writer</i>	23
2. Peran <i>Content Writer</i>	24
3. <i>Twitter Content Officer</i>	25
F. Proses Kreatif	25
1. Definisi Kreatif	25
2. Proses Kreatif Seorang <i>Twitter Content Officer</i>	26
G. <i>Twitter Analytics</i>	27
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	28
A. Data Perusahaan	28
1. Profil Perusahaan.....	28
2. Visi dan Misi Perusahaan	29
3. Lokasi dan Alamat Perusahaan	29
4. Struktur Perusahaan.....	30
5. Logo Perusahaan	30
6. Fasilitas Pendukung.....	31
B. Teknik Pengumpulan Data.....	31
C. Ruang Lingkup.....	32
1. Peran <i>Twitter Content Officer</i>	32
2. Jadwal dan Kegiatan.....	33
3. Periode Pekerjaan	33
D. Langkah Kerja.....	33

1. Pra Produksi.....	34
2. Produksi.....	34
3. Pasca Produksi.....	34
BAB IV PEMBAHASAN.....	35
A. Gambaran Umum.....	35
1. Brand Korporasi BRI.....	35
2. <i>Twitter Content Officer</i>	35
3. Media ‘Bermain’ <i>Twitter Content Officer</i>	37
4. Cara Bermain di Twitter	37
5. <i>Competitive Review</i>	38
B. Alur Pekerjaan.....	40
1. <i>Content Pillar</i> Twitter BRI.....	40
2. Formula Model AISAS	41
3. Langkah Kerja	44
C. Hasil Pekerjaan.....	47
D. Komparasi Praktik dengan Teori	55
BAB V PENUTUP.....	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Framework Twitter BRI.....	41
Tabel 2 Analisa Konten Terbaik	54
Tabel 3 Tugas Seorang Content Writer dan Twitter Content Officer	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia	2
Gambar 2. 1 Skema Penggambaran <i>Brand Image Organizations</i>	13
Gambar 2. 2 30-50 <i>Feral Hogs Tweets Over Times</i>	18
Gambar 2. 3 Brand yang Paling Banyak Dibicarakan di Indonesia 2021	19
Gambar 2. 4 <i>The Feeling Wheel</i>	21
Gambar 3. 1 Maps Lokasi Froyo Story	29
Gambar 3. 2 Struktur Kepemimpinan Perusahaan	30
Gambar 3. 3 Logo Froyo Story	30
Gambar 3. 4 Ruang Kerja Froyo Story.....	31
Gambar 3. 5 <i>Workflow</i> Froyo Story	33
Gambar 4. 1 Logo Bank BRI	35
Gambar 4. 2 Contoh Konten Relevansi Kehidupan	38
Gambar 4. 3 Contoh Konten Format yang Familiar	39
Gambar 4. 4 Contoh Konten dengan Deskripsi Menarik.....	39
Gambar 4. 5 Contoh Konten <i>Trandjacking</i>	40
Gambar 4. 6 <i>Content Pillar</i> Twitter BRI	40
Gambar 4. 7 Implementasi Teori dalam Konten (<i>Attention</i>).....	41
Gambar 4. 8 Implementasi Teori dalam Konten (<i>Interest</i>)	42
Gambar 4. 9 Implementasi Teori dalam Konten (<i>Search</i>)	43
Gambar 4. 10 Implementasi Teori dalam Konten (<i>Action</i>).....	43
Gambar 4. 11 Implementasi Teori dalam Konten (<i>Share</i>).....	44
Gambar 4. 12 Contoh Konten <i>Utilize Meme</i>	45
Gambar 4. 13 <i>Editorial Plan</i> BRI	46
Gambar 4. 14 <i>Screenshot Approval to Content Manager</i>	46
Gambar 4. 15 <i>Screenshot Approval to Account Executive</i>	47
Gambar 4. 16 Hasil Alur Kerja Konten Relevansi Kehidupan	48
Gambar 4. 17 Hasil Alur Kerja Konten Format Familiar	49
Gambar 4. 18 Hasil Alur Kerja Konten dengan Deskripsi Menarik	49
Gambar 4. 19 Hasil Alur Kerja Konten <i>Trandjacking</i>	50

Gambar 4. 20 <i>Report</i> Twitter Bank BRI	50
Gambar 4. 21 <i>Most Engaging Post Content</i> November.....	51
Gambar 4. 22 <i>Most Engaging Post Content</i> Desember	52
Gambar 4. 23 <i>Most Engaging Post Content</i> Januari.....	53
Gambar 4. 24 <i>Giveaway</i> Tes Ketajaman Mata.....	54
Gambar 4. 25 <i>Giveaway</i> Susun Kalimat	54
Gambar 4. 26 <i>Giveaway</i> Tebak Lokasi	54
Gambar 4. 27 <i>Giveaway</i> Susun Kata.....	54
Gambar 4. 28 <i>Giveaway</i> Susun Kata.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Penulis	65
Lampiran 2 Dokumentasi Uji Seminar Proposal	66
Lampiran 3 Surat Lembar Bimbingan TA	67
Lampiran 4 Dokumen Pendukung Penyusunan TA.....	69