

LAPORAN TUGAS AKHIR
STRATEGI *COPYWRITING* DALAM PROSES
PERANCANGAN KONTEN INSTAGRAM @HMART_ID
TAHUN 2022

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Diploma Ahli
Madya (A.Md) Ilmu Komunikasi



Disusun oleh
ALIF MISBAH
NIM: 19033012

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2022

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi *Copywriting* Dalam Proses Perancangan Konten Instagram @Hmart_id

Penulis : Alif Misbah

NIM : 19033012

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada 18 Juli 2022

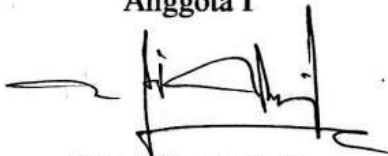
Disahkan Oleh:

Ketua Penguji



Ingrid Veronica K., S.S., M.Pd
NIDN. 0022027600

Anggota I



Drs. Hilwan Arif
NUPN. 99030050083

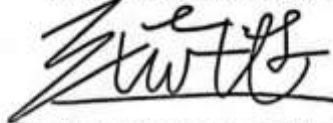
Anggota II



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

Mengetahui,

Ketua Jurusan Penerbitan



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

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi *Copywriting* Dalam Proses Perancangan Konten Instagram @Hmart_id
Penulis : Alif Misbah
NIM : 19033012
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan
Ditandatangani di tanggal 18 Juli 2022

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Ratih Gusdwi Pratiwy, S.SI.
NIP.

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 : Alif Misbah
NIM : 19033012
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2021/2022

Dengan ini menyatakan bahwa Karya Tugas Akhir saya dengan judul “Strategi *Copywriting* Dalam Proses Perancangan Konten Instagram @Hmart_id” 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 saya buat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 13 Juli 2022

Yang menyatakan,



Alif Misbah

NIM. 19033012

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Alif Misbah
NIM : 19033012
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** (*Nonexclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: “Strategi *Copywriting* Dalam Proses Perancangan Konten Instagram @Hmart_id” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

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 nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 13 Juli 2022

Yang menyatakan,



Alif Misbah

NIM. 19033012

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Strategi *Copywriting* Dalam Proses Perancangan
Konten Instagram @hmart_id
Penulis : Alif Misbah
Prodi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Pembimbing I : Dyama Khazim, S.E., M.I.Kom
Pembimbing II : Ratih Gusdwi Pratiwy, S.Si

The development of the internet in Indonesia greatly affects people's lives, especially in terms of social and economic aspects plus the increasingly high use of the internet is also greatly affecting the community coupled with social media which has an effect on digital marketing activities because it is able to build and attract consumers and potential consumers to a product. product or service. Therefore, the author's goal is to find out how to design content on Instagram Hmart Indonesia to encourage audience interest in buying products sold on E-Commerce services.

Keywords : Instagram, Social Media, Hmart_id

Pesatnya perkembangan internet di Indonesia sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat, khususnya dari segi sosial dan juga ekonomi ditambah penggunaan internet yang semakin tinggi ini juga sangat mempengaruhi masyarakat ditambah lagi dengan Media sosial yang berpengaruh terhadap kegiatan pemasaran digital karena mampu untuk membangun serta menarik minat konsumen serta calon konsumen terhadap suatu produk ataupun jasa. Maka dari itu tujuan penulis adalah untuk mengetahui bagaimana tata cara perancangan konten di Instagram Hmart Indonesia guna mendorong minat audiens untuk membeli produk yang di jual pada layanan *E- Commerce*.

Kata kunci: Instagram, Media Sosial, Hmart_id

PRAKATA

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat serta hidayah-Nya yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan Karya Tugas Akhir ini dengan tepat waktu. Tujuan penulisan Karya Tugas Akhir untuk memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk menyelesaikan pendidikan Diploma-3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

Dalam Karya Tugas Akhir, penulis berperan sebagai *Social Media Specialist Konten* yang telah melakukan pembuatan konten kreatif pada Instagram Hmart_id. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan Karya Tugas Akhir berjudul “Strategi *Copywriting* Dalam Proses Perancangan Konten Instagram @Hmart_id”.

Karya Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M. Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
3. Drs. Benget Simamora, M.M. Wakil Direktur Bidang Akademik.
4. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum. Ketua Jurusan Penerbitan.
5. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn. Sekretaris Jurusan Penerbitan.
6. Zaenab, SS., M.Si Koordinator Program Studi Periklanan.
7. Mr. Lee selaku CEO PT. Chrombit Digital yang telah menerima penulis melakukan Praktik Industri di PT. Chrombit Digital.
8. Pricilia Jenifer selaku Pembimbing Perusahaan di PT. Chrombit Digital.
9. Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom selaku Pembimbing 1 dalam penyusunan laporan tugas akhir ini.

10. Ratih Gusdwi Pratiwy, S.SI. selaku Pembimbing 2 dalam penyusunan laporan tugas akhir.
11. Para staf Jurusan Penerbitan dan para karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan layanan administrasi kepada penulis selama di Politeknik Negeri Media Kreatif.
12. Rekan-rekan Angkatan 10 Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama selama tiga tahun.
13. Keluarga yang telah memberikan dukungan, motivasi, fasilitas, dan doa selama penulis mengerjakan Tugas Akhir ini.
14. Serta semua pihak yang telah membantu, yang tidak bisa disebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa hormat.

Karya Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan kinerja yang lebih baik pada masa yang akan datang. Semoga karya tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 13 Juli 2022

Penulis,



Alif Misbah

19033012

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	x
BAB I	11
PENDAHULUAN	11
A. Latar Belakang	11
A. Identifikasi Masalah	15
B. Batasan Masalah	15
C. Rumusan Masalah	15
D. Tujuan Penulisan.....	16
E. Manfaat Penulisan.....	16
F. Sistematika Penulisan	17
BAB II	19
TINJAUAN PUSTAKA	19
A. Komunikasi	19
B. Periklanan.....	20
C. Brand Awareness	21
D. Analisis SWOT	25
E. STP.....	26
F. Media Sosial.....	28
G. Sosial Media Instagram.....	29
H. Content Metrics	32
I. Tren Di Indonesia Tertarik Menggunakan Produk Korea.....	38
BAB III	39
METODE PELAKSANAAN	39

A. Data Perusahaan.....	39
1. Profil Perusahaan.....	39
2. Lokasi dan Alamat Kantor.....	40
3. Produk	40
4. Struktur Organisasi.....	41
5. Visi dan Misi Perusahaan	43
B. Teknik Pengumpulan Data.....	43
C. Ruang Lingkup.....	44
D. Langkah Kerja.....	45
BAB IV	48
PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum	48
B. Analisis Konten Metrics.....	55
C. Perbandingan Performa Konten Hmart.....	61
D. TINDAK LANJUT AKTIVASI	64
BAB V	65
PENUTUP	65
A. KESIMPULAN	65
B. SARAN	65
DAFTAR PUSTAKA	lv

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Pengguna Internet di Indonesia	11
Gambar 2 Formula AIDA dalam <i>Copywriting</i>	22
Gambar 3 Metode AISAS dalam <i>Copywriting</i>	23
Gambar 4 Tren Korean Wave Dorong Orang Indonesia Beli Produk Korea	38
Gambar 5 Logo Perusahaan x Brand Hmart	39
Gambar 6 Profile Instagram Hmart Indonesia	41
Gambar 7 Struktur organisasi agency	41
Gambar 8 Instagram Hmart.....	48
Gambar 9 Desain Produk dengan <i>Headline</i> dan <i>Caption</i> Hmart	50
Gambar 10 Teori STP Brand Hmart	54
Gambar 11 Teori Konten <i>Specific</i>	55
Gambar 12 Teori Konten <i>Measurable</i>	56
Gambar 13 Contoh Konten dengan Kategori Edukatif	57
Gambar 14 Contoh Konten dengan Kategori Entertain	58
Gambar 15 Contoh Konten dengan Kategori Convince	58
Gambar 16 Konten dengan Jangkauan dan Jumlah Impresi Banyak	59
Gambar 17 Konten dengan Jumlah Engagement Tertinggi	60
Gambar 18 Proses Pembuatan Konten Hmart.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Key Performace Indicator & Timeline.....	47
Tabel 2 SWOT Brand Hmart Indonesia.....	51
Tabel 3 Analisis SWOT Kompetitor berdasarkan Engagement Rate	52
Tabel 4 Gambaran Konten Hmart Terbaik.....	62
Tabel 5 Gambaran Konten Hmart Terburuk	63