

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**PEMBUATAN KONTEN KREATIF INSTAGRAM PRODUK**  
**MINUMAN BOBABOX MEDAN UNTUK MENINGKATKAN**  
***BRAND AWARENESS***

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya



**Disusun Oleh**  
**ELHAIZA GQ SITUMEANG**  
**NIM: 19033046**

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN**

**JURUSAN PENERBITAN**

**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF**

**JAKARTA**

**2022**

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Kreatif Instagram Produk Minuman Bobabox Medan untuk Meningkatkan *Brand Awareness*

Penulis : Elhaiza Gq Situmeang

NIM : 19033046

Program StudI : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Pengaji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Senin, 25 Juli 2022.

Disahkan oleh:

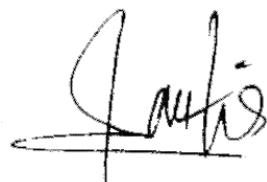
Ketua Pengaji,



Zaenab, S.S., M.Si

NIP. 199211132019032025

Anggota 1,



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

NIP. 198812222020122006

Anggota 2,



Drs. Sudrajat., MM

NIP. 196012221982031003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Penerbitan



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum

NIP. 19790060242006041001

## **LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR**

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Kreatif Instagram Produk Minuman Bobabox Medan untuk Meningkatkan *Brand Awareness*  
Penulis : Elhaiza Gq Situmeang  
NIM : 19033046  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 5 Juli 2022

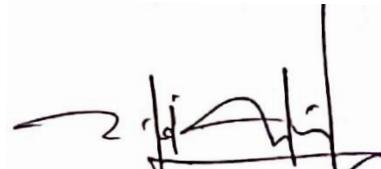
Pembimbing I,



**Drs. Sudrajat., MM.**

NIP. 196012221983031003

Pembimbing II,



**Drs. Nilwan Arif**

NUPN. 99030050083

Mengetahui,

Koordinator Prodi



**Zaenab, S.S., M.Si.**

NIP. 199211132019032025

## PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elhaiza Gq Situmeang  
NIM : 19033946  
Program Studi : Penerbitan  
Jurusan : Periklanan  
Tahun Akademik : 2021/2022

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: “Pembuatan Konten Kreatif Instagram Produk Minuman Bobabox Medan untuk Meningkatkan *Brand Awareness*” adalah **original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersediadituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenarnya benarnya.

Jakarta, 8 Juli 2022

Yang menyatakan,



Elhaiza Gq Situmeang

NIM: 19033046

## PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Elhaiza Gq Situmeang  
NIM : 19033046  
Program Studi : Penerbitan  
Jurusan : Periklanan  
Tahun Akademik : 2021/2022

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: “Pembuatan Konten Kreatif Instagram Produk Minuman Bobabox Medan untuk Meningkatkan *Brand Awareness*”.

Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif 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, 8 Juli 2022

Yang menyatakan,



Elhaiza Gq Situmeang

NIM: 19033046

## ABSTRAK

Judul Tugas Akhir	:	Pembuatan Konten Kreatif Instagram Produk Minuman Bobabox Medan untuk Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>
Penulis	:	Elhaiza Gq Situmeang
NIM	:	19033046
Program StudI	:	Periklanan
Jurusan	:	Penerbitan
Pembimbing 1	:	Drs. Sudrajat., MM.
Pembimbing 2	:	Drs. Hilwan Arif

Currently, social media marketing is one of the marketing methods that are in great demand by business actors, especially Small Medium Enterprise (MSMEs). This method also helps business people to survive in running their business in the midst of a pandemic. Bobabox is one of the many MSMEs that were born in the midst of a pandemic on July 7, 2020. Bobabox chose to use Instagram social media as their promotional media. However, in creating content, it must be considered how to effectively reach the community. Therefore, the purpose of this Final Project is to explain the process of creating creative content on Instagram in increasing awareness of Bobabox drinks in Medan City. The results of creating a creative and interesting Instagram concept will then be analyzed using AISAS theory. In practice, the data collection methods used are observation, interviews, and literature study.

**Keywords:** MSMEs, Instagram Visual Content, Brand Awareness, Bobabox.

Saat ini *social media marketing* merupakan salah satu metode pemasaran yang banyak diminati oleh para pelaku usaha terlebih UMKM. Metode ini juga yang membantu para pelaku bisnis untuk bisa *survive* dalam menjalankan usahanya di tengah masa pandemi. Bobabox merupakan salah satu dari banyaknya UMKM yang lahir di tengah pandemi yaitu pada 7 Juli 2020 dan yang memilih menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosinya. Namun dalam pembuatan konten tersebut harus diperhatikan bagaimana cara yang efektif untuk menjangkau masyarakat. Maka dari itu tujuan dari Tugas Akhir ini adalah untuk menjelaskan proses pembuatan konten kreatif pada instagram dalam meningkatkan *awareness* minuman Bobabox di Kota Medan. Hasil dari pembuatan konsep instagram yang kreatif dan menarik selanjutnya akan dianalisis menggunakan teori AISAS. Dalam pelaksanaannya, metode pengumpulan data yang dipakai adalah observasi, wawancara, dan studi pustaka.

**Kata Kunci:** UMKM, Konten Visual Instagram, Brand Awareness, Bobabox.

## PRAKATA

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan dari dilaksanakannya tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3 (Tiga) Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Dalam Tugas Akhir ini, penulis berperan sebagai *Social Media Specialist* di salah satu *brand* UMKM di Medan yaitu Bobabox dan mengambil judul “Proses Pembuatan Konten Kreatif Instagram Produk Minuman UMKM Bobabox Medan untuk Meningkatkan *Brand Awareness*”.

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

1. Kedua orang tua penulis, Bapak dan Mamak yang selalu ada memberikan dukungan, doa, motivasi, dan materiil kepada penulis.
2. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
3. Dr. Benget Simamora, M.M., Wakil Direktur Bidang Akademik.
4. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan.
5. Zaenab, SS., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom., Sekretaris Prodi.
7. Bapak Drs. Sudrajat, MM., selaku Pembimbing 1 dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
8. Bapak Drs. Hilwan Arif, selaku Pembimbing 2 dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
9. Seluruh Dosen PoliMedia, khususnya pada Program Studi Periklanan yang telah memberikan ilmunya selama penulis menempuh pendidikan.

10. Bapak Aprial Syahputra, S.T., selaku Pimpinan sekaligus pembimbing yang telah menerima penulis melakukan Praktik Industri di Bobabox.id Medan.
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. Sahabat-sahabat penulis, dan teman-teman kelas B yang sudah menemani penulis dari semester 1 terkhusus Mala.
13. Rekan-rekan Angkatan X Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama-sama selama tiga tahun.
14. Sobat DUGONG tercinta, yaitu Rachel, Windy, Eunike, Lolo, Audrey, Give, dan Cindy. Meski jauh di Medan, mereka tetap selalu ada disaat penulis membutuhkan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala saran dan kritik yang dapat membangun untuk tugas akhir ini.

Jakarta, 25 Juli 2022

Penulis,



Elhaiza Gq Situmeang

NIM 19033046

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II .....</b>	<b>9</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. Komunikasi .....	9

1. Definisi Komunikasi.....	9
2. Manfaat Komunikasi .....	9
B. Jenis Media Komunikasi Digital .....	10
C. Periklanan.....	15
1. Definisi Periklanan .....	15
2. Unsur Periklanan .....	15
3. Jenis Periklanan.....	17
D. Konten Kreatif.....	18
1. Proses Pembuatan Konten Kreatif.....	19
2. Konten Kreatif pada Instagram .....	20
E. <i>Brand Awareness</i> .....	20
F. AISAS .....	23
<b>BAB III.....</b>	<b>25</b>
<b>METODE PELAKSANAAN .....</b>	<b>25</b>
A. Data Perusahaan Bobabox.....	25
1. Sejarah Bobabox.....	25
2. Lokasi dan Alamat.....	26
3. Visi Misi .....	27
4. Struktur Organisasi.....	28
5. Bidang Usaha .....	30
B. Teknik Pengumpulan Data.....	31
1. Observasi .....	31
2. Wawancara .....	32
3. Studi Pustaka .....	32
C. Ruang Lingkup.....	32
1. Peran Penulis .....	32
2. Waktu dan Sistem Kerja.....	33
3. Kategori Karya .....	34
4. Ide Kreatif.....	34
D. Langkah Kerja.....	36
<b>BAB IV .....</b>	<b>41</b>

<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
A. Gambaran Umum Pekerjaan .....	41
B. Alur Pekerjaan.....	44
C. Perbandingan Instagram Bobabox Sebelum dan Sesudah .....	54
D. Hasil Kerja Penulis.....	56
E. Analisis Alur Kerja (AISAS) .....	63
1. <i>Attention</i> .....	63
2. <i>Interest</i> .....	64
3. <i>Search</i> .....	64
4. <i>Action</i> .....	65
5. <i>Share</i> .....	66
F. Komparasi Teori dengan Praktik .....	67
<b>BAB V.....</b>	<b>69</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>69</b>
A. Simpulan .....	69
B. Saran.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>74</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1</b> Data UMKM Bidang Usaha Minuman di Kota Medan (2022) .....	3
<b>Gambar 2</b> Grafik Prediksi Perkembangan Pasar Global Bubble Tea 2016-2027..	4
<b>Gambar 3</b> Grafik Pertumbuhan Konsumen Milk Tea Di Asia .....	4
<b>Gambar 4</b> Manfaat Penggunaan Media Sosial .....	5
<b>Gambar 5</b> Profil Instagram Bobabox.....	6
<b>Gambar 6</b> Konten Instagram Bobabox .....	6
<b>Gambar 7</b> Piramida Brand Awareness .....	21
<b>Gambar 8</b> Metode AISAS Non Linear .....	23
<b>Gambar 9</b> Logo Bobabox .....	26
<b>Gambar 10</b> Outlet Bobabox Cabang Setia Budi .....	27
<b>Gambar 11</b> Struktur Organisasi Perusahaan.....	28
<b>Gambar 12</b> Produk Minuman Bobabox.....	30
<b>Gambar 13</b> <i>Social Media Strategy</i> .....	35
<b>Gambar 14</b> Content Pillars .....	35
<b>Gambar 15</b> Flow of work .....	36
<b>Gambar 16</b> Hasil dari proses pra-produksi .....	38
<b>Gambar 17</b> Hasil dari proses produksi .....	39
<b>Gambar 18</b> Sinopsis Insight.....	40
<b>Gambar 19</b> Tangkapan Layar pada Profil Instagram Bobabox .....	41
<b>Gambar 20</b> Tampilan Instagram Bobabox Saat Awal terbentuk .....	42
<b>Gambar 21</b> Postingan Grand Opening 2021.....	43
<b>Gambar 22</b> Flow of Job .....	44
<b>Gambar 23</b> Flow Of Job Pra-produksi.....	45
<b>Gambar 24</b> Observasi Instagram Kompetitor .....	45
<b>Gambar 25</b> Job Request dari Atasan.....	46
<b>Gambar 26</b> Contoh Page Editorial Plan.....	47
<b>Gambar 27</b> Flow Of Job Produksi .....	48
<b>Gambar 28</b> Canva untuk Pengerjaan Desain .....	48

<b>Gambar 29</b> Pengerjain Maskot Karakter Bobabox.....	49
<b>Gambar 30</b> Revision and approval .....	50
<b>Gambar 31</b> Final Approval.....	50
<b>Gambar 32</b> Input Konten ke EP.....	51
<b>Gambar 33</b> Posting .....	51
<b>Gambar 34</b> Share Content ke Grup Internal Bobabox.....	52
<b>Gambar 35</b> Flow Of Job Pasca-Produksi.....	52
<b>Gambar 36</b> Contoh Insight Postingan Instagram.....	53
<b>Gambar 37</b> Stories Tamplate .....	59
<b>Gambar 38</b> Desain Penulis diluar tugas konten.....	60
<b>Gambar 39</b> Attention pada Konten “Best Menu of the Week” .....	63
<b>Gambar 40</b> Interest pada konten “3 Words This June” .....	64
<b>Gambar 41</b> Search pada Konten “Meme Bobabox” .....	65
<b>Gambar 42</b> Action pada Konten “Vote Bobabox Free 1 Cup”.....	65
<b>Gambar 43</b> Hasil dari Konten Action .....	66
<b>Gambar 44</b> Share pada Konten 7.7 Birthday Bobabox .....	66
<b>Gambar 45</b> Hasil Konten Share .....	67

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1</b> Dampak Positif dan Negatif Brand Awareness.....	22
<b>Tabel 2</b> Jam dan kegiatan penulis selama bekerja.....	33
<b>Tabel 3</b> Perbandingan Konten Instagram Sebelum dan Sesudah .....	56
<b>Tabel 4</b> Output hasil kerja penulis (Post) .....	59
<b>Tabel 5</b> Instagram Report Bobabox.....	60
<b>Tabel 6</b> Contents Performance .....	62
<b>Tabel 7</b> Komparasi dengan Praktik .....	68

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran 1</b> Dokumentasi Seminar Proposal.....	74
<b>Lampiran 2</b> Transkrip Wawancara .....	80
<b>Lampiran 3</b> Dokumentasi Bimbingan dengan Dosen Pembimbing 1 .....	81
<b>Lampiran 4</b> Dokumentasi Bimbingan dengan Dosen Pembimbing 2 .....	81