

LAPORAN TUGAS AKHIR

Pembuatan *Caption* Dalam Meningkatkan *Call To Action* Audiens Sebagai *Copy Writer*

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh
AZMI ZUHUD RAUDHOH
NIM: 19033025

PROGRAM STUDI PERIKLANAN JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
2022

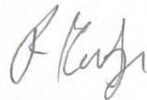
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan *Caption* Dalam Meningkatkan *Call To Action*
Audiens Sebagai *Copy Writer*

Penulis : Azmi Zuhud Raudhoh
NIM : 19033025
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, 15 Juli 2022

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Rizky Kertanegara, M.Si
NIP. 198301152014041001

Penguji Ahli



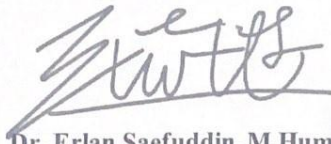
Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB.

Pembimbing I



Dyama Khazim, M.I.Kom.
NIP. 199005232010931012

Mengetahui,
Ketua Jurusan Penerbitan



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
NIP. 19750807200912100

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan *Caption* Dalam Meningkatkan *Call To Action*
Audiens Sebagai *Copy Writer*
Penulis : Azmi Zuhud Raudhoh
NIM : 19033025
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan. Ditandatangani
di Jakarta, 14 Juli 2022

Pembimbing I



Dyama Khazim, M.I.Kom.
NIP. 199005232010931012

Pembimbing II



Tommy Ajrul Na'Im, S.I.Kom

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si
199211132019032025

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Azmi Zuhud Raudhoh
NIM : 19033025
Program Studi : Penerbitan
Jurusan : Periklanan Tahun Akademik 2019

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul Pembuatan *Caption* Dalam Meningkatkan *Call To Action* Audiens Sebagai *Copy Writer* adalah **original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarism.**

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

Demikian pemytaan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 14 Juli 2022
menvatakan,



Azmi Zuhud Raudhoh
NIM. 19033025

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Azmi Zuhud Raudhoh
NIM : 19033025
Program Studi : Penerbitan (Konsentrasi)
Jurusan : Periklanan
Tahun Akademik : 2019

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: Pembuatan *Caption* Instagram Dalam Meningkatkan *Call to Action* Audiens sebagai *Copy Writer*. 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. 14 Juli 2022

Yang
menyatakan,



Azmi Zuhud Raudhoh
NIM.19033025

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Caption Instagram Dalam Meningkatkan Call to Action Audiens sebagai Copy Writing
Penulis : Azmi Zuhud Raudhoh
Pembimbing I : Dyama Khazim, S.E., M.I.Kom
Pembimbing II : Tommy Aj'rul Naim, S.I.Kom

Social media Instagram is one of the media that is often used in promotional activities through the internet in this modern era. This phenomenon encourages the Birdie Indonesia brand to use Instagram in promoting its products, in its manufacture all of which have an important role, one of which is making captions to give calls to action to the audience. describe the role of copy writers in the process of creating Instagram content. with the data collection methods carried out namely observation, heritage studies, and online data searches. The result of the caption that is made is to give a call to action to the audience to make a purchase or interaction.

Keywords: *Social media, copy writing, content writer, Birdie Indonesi.*

Media sosial Instagram merupakan salah satu media yang kerap digunakan dalam aktivitas kegiatan promosi melalui internet di era modern ini. Fenomena ini mendorong *brand* Birdie Indonesia untuk memanfaatkan Instagram dalam mempromosikan produknya, dalam pembuatannya semuanya memiliki peran penting salah satunya pembuatan caption untuk memberikan *call to action* kepada audiens. mendeskripsikan peran *copy writer* dalam proses pembuatan *caption* Instagram. dengan metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu observasi, studi pusaka, dan penelusuran data online. Hasil dari caption yang di buat adalah memberikan *call to action* kepada audiens agar melakukan pembelian ataupun interaksi.

Kata Kunci: *Social media, copy writing, content writer, Birdie Indonesia*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3/Sarjana Terapan Program Studi Penerbitan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai editor telah menyunting karya produk buku informasi anak tentang *Copy Writer*. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul "Pembuatan Caption Instagram Dalam Meningkatkan Call to Action Audiens sebagai Content Writer".

Laporan TA ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada disekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih banyak kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, SE., M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Benget Simamora, M.M., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan
4. Zaenab, S.S., N.Si. Koordinator Program Studi Periklanan
5. Para staf Jurusan Penerbitan dan Karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan layanan administrasi kepada penulis selama di Politeknik Negeri Media Kreatif.
6. Rekan-rekan Angkatan 10 Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama-sama selama tiga tahun.
7. Teman-teman Institus Prancis yang terus mendukung saya selama ini.
8. Kepada Annisa, Mash Potato, Cila, Mobile Legend serta Stumble Guys yang terus menemani saya begadang untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

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

Jumpa 14 Juli 2022

Penulis,



Azmi Zuhud Raudhoh
NIM.19033025

| | | |
|--------------------|--|----|
| 2. | Tahap Interest..... | 29 |
| 3. | Tahap Desire | 29 |
| 4. | Tahap Action..... | 30 |
| E. | Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, and Threat)..... | 31 |
| F. | <i>Content writer</i> | 32 |
| 1. | Pengertian <i>Content writer</i> | 32 |
| 2. | Anatomi <i>Content writer</i> | 32 |
| 3. | Manfaat <i>Content writer</i> | 33 |
| G. | Media Sosial | 34 |
| 1. | Pengertian Media Sosial | 34 |
| 2. | Fungsi Media Sosial | 34 |
| H. | Media Sosial Instagram | 35 |
| 1. | Pengertian Media Sosial Instagram | 35 |
| 2. | Fitur-Fitur Instagram..... | 35 |
| BAB III | | 38 |
| METODE PELAKSANAAN | | 38 |
| A. | Gambaran Umum Perusahaa..... | 38 |
| 1. | Tentang Perusahaan | 38 |
| 2. | Lokasi Perusahaa | 42 |
| 3. | Visi Misi Perusahaan | 42 |
| 4. | Struktur Organisasi Perusahaan | 43 |
| 5. | Produk yang dihasilkan Perusahaan..... | 45 |
| B. | Teknik Pengumpulan Data..... | 46 |
| 1. | Observasi | 47 |
| 2. | Studi Pustaka..... | 47 |
| 3. | Penelusuran Data Online..... | 47 |
| C. | Ruang Lingkup..... | 47 |
| 1. | Peran Sosial Media Content Writer | 47 |
| 2. | Periode Pekerjaan..... | 48 |
| 3. | Jenis-jenis Pekerjaan yang dilakukan | 48 |
| D. | Langkah Kerja | 48 |
| 1. | Persiapan..... | 48 |
| 2. | Pelaksanaan..... | 50 |
| 3. | Tahap Evaluasi..... | 52 |
| BAB IV | | 53 |
| PEMBAHASAN | | 53 |

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR..... | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR..... | ii |
| PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME | iii |
| PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH | iv |
| ABSTRAK..... | v |
| PRAKATA..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 5 |
| C. Batasan Masalah | 5 |
| D. Rumusan Masalah..... | 6 |
| E. Tujuan Penulisan..... | 6 |
| F. Manfaat Penulisan | 6 |
| BAB II..... | 8 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| A. Komunikasi | 8 |
| 1. Pengertian Komunikasi..... | 8 |
| 2. Tujuan Komunikasi..... | 8 |
| B. Brand..... | 23 |
| 1. Pengertian Brand..... | 23 |
| 2. Pengertian Brand Knowledge | 23 |
| 3. Piramida Brand Knowledge | 24 |
| C. Strategi Pemasaran..... | 26 |
| 1. Pengertian Strategi | 26 |
| 2. Pengertian Strategi Pemasaran..... | 26 |
| 3. Segmentasi | 27 |
| 4. Targeting | 27 |
| 5. Positioning | 27 |
| D. Metode AIDA | 28 |
| 1. Tahap menaruh Perhatian (Attention)..... | 28 |

| | |
|--|----|
| A. Gambaran Umum..... | 53 |
| 1. Gambaran Umum Brand Birdie..... | 53 |
| 2. Gambaran Pekerjaan Umum..... | 57 |
| B. Analisis AIDA..... | 59 |
| C. Strategi STP | 60 |
| D. Analisis SWOT | 62 |
| E. Analisis Pengamatan Penulis..... | 64 |
| F. Hasil Pekerjaan (OUTPUT / Caption Hasil)..... | 70 |
| BAB V..... | 71 |
| PENUTUP | 71 |
| A. Kesimpulan | 71 |
| B. Saran | 72 |
| DAFTAR PUSTAKA | 73 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-----------|
| Gambar 1. 1 Golf sebagai olahraga yang digemari oleh miliader | 3 |
| Gambar 1. 2 Alasan Konsumen Mengikuti Media Sosial Merek Dagang | 4 |
| Gambar 2. 1 Piramida Brand Knowledge | 25 |
| Gambar 3. 1 Peta Lokasi Kantor Birdie | 42 |
| Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Perusahaan..... | 43 |
| Gambar 3. 3 Logo Birdie Indonesia | 45 |
| <i>Gambar 3. 4 Logo Dfr Collection</i> | <i>45</i> |
| Gambar 3. 5 Logo T-Kaos | 46 |
| <i>Gambar 3. 6 Logo HQ-Swiss</i> | <i>46</i> |
| Gambar 3. 7 Perusahaan Alur Kerja | 48 |
| Gambar 3. 8 Gambar Flatlay Birdie | 49 |
| Gambar 3. 9 Acara Birdie | 49 |
| Gambar 3. 10 Promo Birdie Google Slides | 50 |
| Gambar 3. 11 Content Brief..... | 51 |
| Gambar 3. 12 Chat Revisi Caption..... | 52 |
| Gambar 4. 1 Berbagai Produk Birdie | 53 |
| Gambar 4. 2 Website Birdie | 54 |
| Gambar 4. 3 <i>Channel</i> Youtube Birdie..... | 54 |
| Gambar 4. 4 Akun Instagram Birdie | 55 |
| Gambar 4. 5 Akun Twitter Birdie | 55 |
| Gambar 4. 6 Akun Facebook Birdie..... | 56 |
| Gambar 4. 7 Shoope Birdie | 56 |
| Gambar 4. 8 Tokopedia Birdie | 57 |

| | |
|---|-----------|
| Gambar 4. 9 BukaLapak Birdie..... | 57 |
| Gambar 4. 10 Produk Birdie..... | 58 |
| Gambar 4. 11 Produk Birdie Instagram Upload..... | 59 |
| Gambar 4. 12 Analysis SvinGolf Aparent..... | 62 |
| Gambar 4. 13 Analysis Oloro Golf Aparent | 63 |
| Gambar 4. 14 Gambar Post Instagram Birdie Indonesia..... | 64 |
| Gambar 4. 15 Hastag Postingan Birdie..... | 65 |
| Gambar 4. 16 Proses Pembuatan Caption | 65 |
| Gambar 4. 17 Postingan Birdie Indonesia | 66 |
| Gambar 4. 18 Content Brief | 67 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 4. 1 Tabel Segmentasi Birdie | 60 |
| Tabel 4. 2 Tabel Targeting Birdie..... | 61 |
| Tabel 4. 3 Tabel Hasil Analisis SWOT Svin Golf Birdie | 62 |
| Tabel 4. 4 Tabel Hasil Analisis SWOT Oloro Golf Apparel Birdie | 63 |
| Tabel 4. 5 Report Bulanan Insight Instagram Birdie | 68 |
| Tabel 4. 6 Hasil Report Insight Instagram Tidak menggunakan Teknik AIDA | 69 |
| Tabel 4. 7 Hasil Report Insight Instagram Menggunakan Teknik AIDA Birdie... | 69 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1 Gambar Bimbingan TA oleh Pembimbing I..... | 75 |
| Lampiran 2 Gambar Bimbingan TA oleh Pembimbing II..... | 76 |
| Lampiran 3 Gambar Dokumentasi Magang..... | 77 |
| Lampiran 4 Surat Keterangan Praktik Industri | 79 |
| Lampiran 5 Sertifikat Keterangan Praktik Industri..... | 80 |
| Lampiran 6 Bimbingan Tugas Akhir Secara Online..... | 81 |
| Lampiran 7 Bimbingan Tugas Akhir melalui Online..... | 81 |