

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**MEMBUAT MEDIA PLANNER UNTUK**  
**MENINGKATKAT AWARENESS CLIENT**  
**PRODI PERIKLANAN**



**DISUSUN OLEH :**

**SHAKI IBRAHIM**

**18410147**

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN**  
**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF**

**2022**

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Membuat Media Planner untuk meningkatkan awareness klien  
Penulis : Shaki Ibrahim  
NIM : 18410147  
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, tanggal 26 Juli 2022.

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



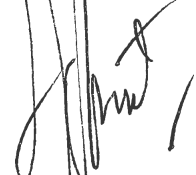
Zaenab, S.S., M.Si.  
NIP. 199211132019032025

Anggota 1,



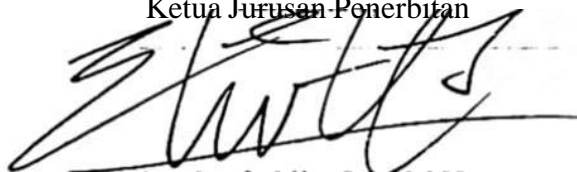
Anis Ilahi Wahdati, Msi.  
NIP:

Anggota 2,



Drs. Sudrajat M.M  
NIP: 1986012221982031003

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Penerbitan



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

## LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Tugas *Media Planner* untuk meningkatkan  
Awareness client  
Penulis : Shaki Ibrahim  
NIM : 18410147  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan

Tugas akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 14 Juli 2022

Pembimbing I



Drs. Sudrajat, M.M.  
NIP. 1986012221982031003

Pembimbing II



Omar Yusuf, M.M  
NUPN. 9900979905

Mengetahui

Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S, M.Si

NIP. 196012221982031003

## **PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBASPLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shaki Ibrahim  
NIM : 1841047  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2021/2022

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: “Tugas *Media Planner* untuk meningkatkan Awareness klien” **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, 26 Juli 2022

Yang menyatakan,



Shaki Ibrahim  
NIM. 18410147

## PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Shaki Ibrahim  
NIM : 18410147  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2021/2022

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: “Membuat *Media Planner* untuk meningkatkan Awareness client” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti non eksklusif 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, 26 Juli 2022

Yang menyatakan,



Shaki Ibrahim  
NIM. 18410147

## ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Tugas *Media Planner* untuk  
meningkatkan kepercayaan klien

Penulis : Shaki Ibrahim

Pembimbing I : Drs. Sudrajat, M.M.

Pembimbing II : Omar Yusuf, M.M.,

*In the midst of the proliferation of creative agencies, many CM PRODUCTION “Creativity Of Millenials” have become production houses that use social media as a source of information and entertainment for the public. The selection of YouTube social media, as a Media Planner, Media Planner must be able to work with good language skills, knowledge skills, and experience in media social for creativity. in order to avoid miscommunication during content work, and media planners must be able to provide fresh content and have interaction with the target audience and create better and more interesting content than before.*

**Keywords:** *RuangBelakangID, Media Planner, creative content, CM Production, Creativity Of Millenials*

Di tengah maraknya creative agency yang banyak CM PRODUCTION “Creativity Of Millenials” menjadi production house yang menggunakan media sosial sebagai sumber informasi dan hiburan untuk masyarakat. Pemilihan media sosial YouTube, Sebagai Media Planner, Media Planner harus bisa berkerja dengan kemampuan berbahasa yang baik, keterampilan ilmu, dan pengalaman dalam media sosial untuk sebuah kreativitas. agar tidak terjadi miskom Selama pengerjaan konten, dan media planner harus mampu memberikan konten yang fresh dan memiliki interaksi dengan target audiens serta membuat konten yang lebih baik dan menarik dari sebelumnya.

**Kata kunci :** *RuangBelakangID, Media Planner, konten kreatif, media sosial, CM Production, Creativity Of Millenials.*

## PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah salah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Tugas Akhir ini berjudul “Tugas *Media Planner* untuk meningkatkan Awareness klien”.

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

1. Untuk Bapak dan Ibu selaku Orang Tua yang mendoakan dan mendukung.
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. Inggrid Veronica K.,S.S., M.Pd Koordinator Prodi Periklanan
6. Ni Made Widiastuti, M.Sn Koordinator prodi fotografi
7. Adryana, S,Si., M.Sn Koordinator prodi penyiaran
8. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom., Sekretaris Jurusan Penerbitan.
9. Zaenab, SS., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
10. Ibu dr. Lana Emilia, M.M.R., selaku Pimpinan Perusahaan yang telah menerima penulis melakukan Praktik Industri di Sahabat Bunda.
11. Bapak Reyhan Ismajid Rahma selaku Pembimbing Perusahaan di CM Production.
12. Bapak Drs. Sudrajat, MM., selaku Pembimbing Akademis penyusunan Laporan Praktik Industri ini.
13. Para staf Jurusan Penerbitan dan para karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan layanan administrasi kepada penulis selama di Politeknik Negeri Media Kreatif.

14. Sahabat-sahabat penulis, Fery Budianto, Diaztama dan teman-teman kelas C yang telah menemani dari awal semester 1.

15. Rekan-rekan Angkatan 2019 Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama-sama selama tiga tahun.

Semoga Laporan Praktik Industri ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 26 Juli 2022

Penulis,

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end.

Shaki Ibrahim

NIM 18410147



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS 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>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan Masalah .....	5
D. Rumusan Masalah .....	6
E. Tujuan Penulisan.....	6
F. Manfaat Penulisan.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
A. Komunikasi .....	8
1. Definisi Komunikasi .....	8
2. Tujuan Komunikasi.....	9
3. Fungsi Komunikasi .....	11
4. Elemen Komunikasi .....	12
5. Komunikasi Massa.....	13
B. Bidang Periklanan .....	13
1. Tujuan Periklanan .....	14
2. Agensi Periklanan .....	15
C. AISAS .....	16
D. <i>Media Planner</i> .....	17
1. Definisi <i>Media Planner</i> .....	17
2. Peran <i>Media Planner</i> .....	17
3. Tugas – tugas <i>Media Planner</i> .....	17
E. Media Sosial.....	19
1. Definisi Media Sosial.....	20

2. Jenis Media Sosial.....	20
F. Kesadaran Merek .....	27
1. Definisi Kesadaran Merek.....	27
2. Tingkat Kesadaran Merek.....	28
<b>BAB III METODE PELAKSANAAN.....</b>	<b>32</b>
A. Data Perusahaan.....	32
1. Profil Perusahaan .....	32
2. Lokasi dan Alamat Perusahaan .....	33
3. Visi dan Misi Perusahaan.....	33
4. Logo Perusahaan .....	34
5. Layanan Perusahaan.....	36
6. Struktur Organisasi .....	36
B. Teknik Pengumpulan Data.....	37
1. Observasi.....	37
2. Wawancara.....	38
3. Studi Pustaka.....	38
C. Ruang Lingkup.....	38
1. Peran <i>Media Planner</i> .....	38
2. Waktu dan Kegiatan.....	39
3. Kategori Karya .....	39
4. Ide Kreatif .....	40
D. Langkah Kerja.....	40
a. Praproduksi/Persiapan.....	41
b. Produksi/Pelaksanaan.....	41
c. Pascaproduksi/Evaluasi.....	42
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
A. Gambaran Umum Pekerjaan .....	43
1. Peran Media Planner .....	46
2. Ruang Belakang ID.....	48
B. Alur Pekerjaan.....	49
1. Tahap Persiapan .....	50
2. Tahap Pelaksanaan.....	52
3. Tahap Evaluasi .....	56
B. Hasil Pekerjaan.....	56
C. Komparasi Praktikdengan Teori .....	60
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>62</b>
A. Simpulan .....	62
B. Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>64</b>