

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**PEMBUATAN KONSEP KONTEN KREATIF DI MEDIA**  
**SOSIAL UNTUK MEMPERTAHANKAN *TOP OF MIND***  
***BRAND SUKRO MELALUI FIGUR MAS SUKRO***

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya



**Disusun oleh**  
**DINDA RAHMALIA PUTRI**  
**NIM: 19033041**

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

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : PEMBUATAN KONSEP KONTEN KREATIF DI MEDIA  
SOSIAL UNTUK MEMPERTAHANKAN *TOP OF MIND*  
*BRAND* SUKRO MELALUI FIGUR MAS SUKRO

Penulis : Dinda Rahmalia Putri


NIM : 19033041

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa , tanggal 26 Juli 2022

Disahkan oleh:  
Ketua Penguji,

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

Penguji



Muhammad Nur

Moderator



Zaenab, SS., M.Si.

NIP 199211132019032025

Mengetahui,

Ketua Jurusan Penerbitan,



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum.

NIP. 197508072009121001

## LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : PEMBUATAN KONSEP KONTEN KREATIF DI  
MEDIA SOSIAL UNTUK MEMPERTAHANKAN  
TOP OF MIND BRAND SUKRO MELALUI FIGUR  
MAS SUKRO

Penulis : Dinda Rahmalia Putri

NIM :19033041

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di *Jumat, 8 Juli 2022*

Pembimbing 1



Zaenab, S.S., M.Si

NIP. 199211132019032025

Pembimbing 2



Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB.

NIP.

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si

NIP. 199211132019032025

## LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinda Rahmalia Putri  
NIM : 19033041  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2019

Dengan ini menyatakan bahwa Karya Tugas Akhir saya dengan judul “PEMBUATAN KONSEP KONTEN KREATIF DI MEDIA SOSIAL UNTUK MEMPERTAHANKAN TOP OF MIND BRAND SUKRO MELALUI FIGUR MAS SUKRO” 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 sebenarnya.

Jakarta, 8 Juli 2022  
Yang Menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular postage stamp. The stamp is orange and yellow, featuring the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPAJAN RIBU RUPIAH', 'METERAI TEMPEL', and the number '5A545AJX017204510'.

Dinda Rahmalia Putri  
NIM.19033041

## LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA

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

Nama : Dinda Rahmalia Putri  
NIM : 19033041  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
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 KONSEP KONTEN KREATIF DI MEDIA SOSIAL UNTUK MEMPERTAHAKAN TOP OF MIND BRAND SUKRO MELALUI FIGUR MAS SUKRO" 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, 8 Juli 2022

Yang Menyatakan,



Dinda Rahmalia Putri  
NIM.19033041

## ABSTRAK

Judul TA : PEMBUATAN KONSEP KONTEN KREATIF DI  
MEDIA  
SOSIAL UNTUK MEMPERTAHANKAN *TOP OF MIND BRAND* SUKRO MELALUI FIGUR MAS SUKRO.

Ditulis oleh : Dinda Rahmalia Putri  
Prodi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Pembimbing I : Zaenab  
Pembimbing II : Ratna Puspitasari Ardjani

*The growth of technology has brought bussiness more and more dependent and make them easier to run their brands efficiently. Social media is one of the tools that provide more opportunities than others. Therefore this situation make the competition between brands grows exponentially and they need to work with advertising agency to build creative communication strategy. Similar to this case, Sukro Froyo Story's client have a goal to maintain their Top of Mind awareness through content marketing. This paper aims to breakdown the creative process of Sukro Instagram contents. The research methods that used are include observations, interview, and literature review. These has given the results of the Sukro Instagram growth performances that increased significantly.*

**Keywords : Social Media, Instagram, Content Marketing, Creative Process, Content Writer, Top of Mind Awareness, Brand Personification.**

Perkembangan teknologi membuat *brand* dapat memasarkan produknya di mana pun dan kapan pun, salah satunya melalui konten marketing di media sosial. Hal ini mengakibatkan persaingan pasar menjadi semakin ketat sehingga *brand* menggunakan jasa agensi periklanan khusus untuk menciptakan strategi komunikasi yang berbeda. Salah satunya agar dapat menjadikan *brand* sebagai *Top of Mind awareness* dan mempertahankannya. Seperti Sukro yang bekerjasama dengan Froyo Story dalam pembuatan kampanye strategi komunikasi dengan *brand* personifikasi di media sosial melalui kontennya. Tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses kreatif seorang *Content Writer* dalam pembuatan konten Sukro di Instagram. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini adalah mengetahui bahwa dengan adanya konten kreatif yang sesuai, akan menghasilkan peningkatan data *performance growth* Instagram Sukro.

**Kata Kunci : Media Sosial, Instagram, Konten Marketing, Proses Kreatif, Content Writer, Top of Mind Awareness, Brand Personifikasi**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat, kebaikan, kasih karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir yang dibuat sebagai bentuk kewajiban bagi penulis untuk dapat menyelesaikan Pendidikan Diploma-3 Sarjana (Tiga) Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif yang berjudul “PEMBUATAN KONSEP KONTEN KREATIF DI MEDIA SOSIAL UNTUK MEMPERTAHANKAN *TOP OF MIND BRAND* SUKRO MELALUI FIGUR MAS SUKRO”

Selama penulis menyelesaikan laporan tugas akhir ini, penulis mendapatkan banyak dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah senantiasa memberikan kesehatan, kekuatan, dan kelancaran penulis dalam segala hal
2. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis, baik itu secara materi maupun moril untuk menempuh pendidikan hingga saat ini
3. Dr. Tipri Rose Kartika, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif
4. Dr. Benget Simamora, M.M., selaku Wakil Direktur Bidang Akademik
5. Dr. Erlan Saefuddin, SS., M.Hum. selaku Ketua Jurusan Penerbitan
6. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan
7. Ratna Puspitasari Ardjani, selaku dosen pembimbing sekaligus dosen tersayang dari penulis yang telah memberikan dorongan semangat selama penulis berkuliah
8. Chintya Septi Melisa dan Raisa Adelin sebagai *HR Manager* dan *Content Manager* yang telah menerima dan membantu penulis dalam pelaksanaan praktik industri
9. Muhammad Zaqlo sebagai *Senior Content Writer* serta menjadi *user* terbaik penulis selama melakukan Praktik Industri
10. Para dosen dan seluruh staf karyawan di Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah membantu segala urusan penulis
11. Alief Rachmadan Adiputra yang telah menemani dan mendukung penulis secara mental dan fisik

12. Basis Rumah Dinda (Barudin) yaitu Fiqryansyah, Rachele Shanika Karin, Shavira Puti Aliff, Julyana Nur Fajrina, Aqnia Paradita, Indita Wulandani, Siti Zanuba, dan Dharyanti yang telah menjadi kawan seperjuangan serta pemberi semangat penuh selama penulis menjadi mahasiswa di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta
13. Mevlevi Ali Attarumi, yang telah menjadi '*the best partner*' selama penulis menjadi mahasiswa Periklanan semester 3 (tiga) hingga semester 5 (lima)
14. Teman-teman kelas A, terutama basis Bekasi yang telah menjadi 'anak' penulis
15. Teman-teman Angkatan 10 (sepuluh) Program Studi Periklanan
16. Kak Joeden, Kak Devi, Kak Dea, Kak Fida dan Sari yang saat ini menjadi rekan kerja penulis ditempat kerja penulis yang baru
17. Giannuca yang telah memberikan inspirasi dan menjadi sumber kebahagiaan bagi penulis untuk tetap semangat menjalani hari – hari di hidup ini.
18. Serta banyak pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu
19. Tak lupa, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada diri sendiri karena telah berhasil melewati semua hal menyedihkan dan senantiasa bersyukur dalam hal bahagia. Semoga hanya hal baik yang akan didapatkan kedepannya. *Shine your way, Dinda!*

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan yang terdapat di laporan ini. Penulis terbuka atas saran dan kritik yang membangun untuk laporan ini. Penulis berharap laporan ini bermanfaat bagi Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta dan rekan-rekan mahasiswa lain yang akan menjalankan Praktik Industri nantinya.

Jakarta, 13 Juli 2022

Penulis



Dinda Rahmalia Putri  
NIM. 19033041



## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penulisan.....	6
F. Manfaat Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Komunikasi.....	8
1. Pengertian Komunikasi.....	8
2. Unsur – Unsur Komunikasi.....	8
3. Komunikasi Pemasaran.....	9
B. Media Sosial.....	10
1. Pengertian Media Sosial.....	10
2. Pemasaran Media Sosial ( <i>Social Media Marketing</i> ).....	11
3. Instagram.....	12
4. Pemasaran Konten ( <i>Content Marketing</i> ).....	15
C. Ekuitas Merek ( <i>Brand Equity</i> ).....	17

1. Pengertian Ekuitas.....	17
2. Elemen Ekuitas Merek .....	18
3. Brand Awareness .....	18
D. Citra Merek (Brand Image) .....	20
1. Pengertian Citra Merek .....	20
2. Dimensi Citra Merek.....	21
E. Periklanan.....	24
1. Periklanan.....	24
2. Industri Kreatif.....	25
3. <i>Content Writer</i> .....	26
4. <i>Content Pillar</i> .....	27
F. Proses Kreatif .....	28
1. Pengertian Kreativitas .....	28
2. Proses Kreatif.....	29
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	31
A. Data Perusahaan .....	31
1. Profil Perusahaan .....	31
2. Client Perusahaan.....	32
3. Visi dan Misi Perusahaan.....	33
4. Informasi Umum Perusahaan .....	33
5. Struktur Organisasi.....	34
B. Teknik Pengumpulan Data .....	35
1. Observasi.....	35
2. Daftar Pustaka .....	36
3. Wawancara.....	36
C. Ruang Lingkup.....	37
1. <i>Content Writer</i> .....	37
2. Periode Pekerjaan.....	38
D. Kategori Karya .....	38
E. Ide Kreatif.....	41
F. Langkah Kerja .....	41

1. Persiapan .....	42
2. Pelaksanaan .....	42
3. Evaluasi .....	44
BAB IV PEMBAHASAN .....	45
A. Gambaran Umum .....	45
1. Gambaran Umum <i>Brand</i> Sukro.....	45
2. Gambaran Umum Pekerja .....	51
3. Analisa Penulis .....	54
B. Alur Pekerjaan.....	59
1. Persiapan .....	59
2. Pelaksanaan .....	65
3. Evaluasi .....	75
C. Hasil Alur Pekerjaan.....	75
D. Komparasi Teori.....	83
BAB V PENUTUP .....	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA .....	87
LAMPIRAN.....	90

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Engagement Rate</i> Instagram Sukro .....	4
Gambar 3. 1 Logo Perusahaan .....	31
Gambar 3. 2 Struktur Perusahaan.....	34
Gambar 3. 3 Bagan Langkah Kerja.....	41
Gambar 4. 1 Produk Sukro.....	45
Gambar 4. 2 Tampilan Website Sukro .....	47
Gambar 4. 3 Tampilan Instagram Sukro .....	48
Gambar 4. 4 Tampilan Facebook Sukro .....	49
Gambar 4. 5 Tampilan Twitter Sukro .....	49
Gambar 4. 6 Tampilan TikTok Sukro .....	50
Gambar 4. 7 Kampanye Sukro #JadiLebihSeru .....	52
Gambar 4. 8 Mas Sukro .....	53
Gambar 4. 9 Tampilan Instagram Sukro Sebelum Ditangani Froyo Story .....	54
Gambar 4. 10 Konten Instagram Sukro Sebelum Ditangani Froyo Story.....	55
Gambar 4. 11 <i>Caption</i> Instagram Sukro Sebelum Ditangani Froyo Story.....	56
Gambar 4. 12 Konten Instagram Sukro Setelah Ditangani Froyo Story .....	57
Gambar 4. 13 <i>Caption</i> Instagram Sukro Setelah Ditangani Froyo Story.....	58
Gambar 4. 14 Alur Pekerjaan <i>Content Writer</i> .....	59
Gambar 4. 15 <i>Content Pillar</i> Sukro .....	60
Gambar 4. 16 <i>Product Knowledge</i> Sukro .....	60
Gambar 4. 17 Konten <i>Product DNA 'Food Companion'</i> .....	61
Gambar 4. 18 Konten <i>Relevance 'Problem'</i> .....	62
Gambar 4. 19 Konten <i>Relevance 'Gaming'</i> .....	63
Gambar 4. 20 Konten <i>Agile 'tap in trend'</i> .....	64
Gambar 4. 21 <i>Editorial Plan</i> Sukro .....	65
Gambar 4. 22 Referensi Ide .....	66
Gambar 4. 23 Referensi Ide Konten Sukro .....	67
Gambar 4. 24 Penetapan <i>Key Talking Points</i> dan Pilar.....	68
Gambar 4. 25 Tampilan <i>Design Brief</i> .....	69
Gambar 4. 26 Tampilan <i>Caption</i> .....	70
Gambar 4. 27 Tampilan <i>Content Brief</i> dalam EP ( <i>Editorial Plan</i> ).....	71
Gambar 4. 28 Contoh <i>Feedback Content</i> dari <i>User</i> .....	72
Gambar 4. 29 Proses <i>Approval</i> bersama <i>Content Manager</i> .....	73
Gambar 4. 30 <i>Content Approval by Client</i> .....	74
Gambar 4. 31 <i>Engagement Rate</i> Instagram Sukro .....	75
Gambar 4. 32 Hasil Alur Pekerjaan Konten <i>Relevance 'Problem'</i> .....	76
Gambar 4. 33 Konten <i>Agile 'Greetings'</i> .....	77
Gambar 4. 34 Konten <i>Relevance 'Problem'</i> .....	78
Gambar 4. 35 Konten <i>Relevance 'Gaming'</i> .....	79
Gambar 4. 37 Konten <i>Agile 'Greetings' Video</i> .....	79
Gambar 4. 36 Konten <i>Product DNA 'Food Companion'</i> .....	80
Gambar 4. 39 Konten <i>Relevance 'Happy'</i> .....	81
Gambar 4. 38 Konten <i>Agile 'Tap in Trend'</i> .....	81
Gambar 4. 40 Konten <i>Product DNA 'Lifestyle'</i> .....	82

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 . Komparasi Teori <i>Content Writer</i> .....	83
---	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Uji Proposal Tugas Akhir.....	90
Lampiran 2 Dokumen Penulis Saat Proses Produksi Konten .....	91
Lampiran 3 Dokumen Penulis Saat Mengerjakan <i>Editorial Plan</i> .....	91