

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**PERAN STRATEGI DIGITAL DALAM PROSES**  
**PEMBUATAN KONTEN SOSIAL MEDIA SENANG KOPI**  
**TAHUN 2022**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Ahli Madya Ilmu  
Komunikasi



Oleh  
**DIMAS RAFFIHANSYAH RAMADHAN**  
NIM: 19033039

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

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Peran Strategi Digital Dalam Proses Pembuatan  
Konten Sosial Media Senang Kopi 2022  
Penyunting : Dimas Raffihansyah Ramadhan  
NIM : 19033039  
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 22 Juli 2022

Dipahkan oleh, Ketua Penguji



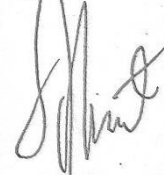
**Pratiwi Kusumowardhani, M.Ds.**  
NIP. 198512082014042002

Anggota 1



**Arius krypton., S.Sos., M.Si.**  
NIDN. 0008048305

Anggota 2



**Drs. Sudrajat, M. M**  
NIP. 196012221982031003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Penerbitan,



**Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum.**  
NIP. 197906242006041001

## LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Peran Strategi Digital Dalam Proses Pembuatan Konten Sosial Media Senang Kopi 2022

Penyunting : Dimas Raffihansyah Ramadhan

NIM : 190330137

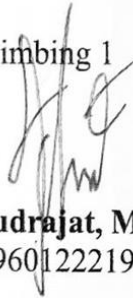
Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

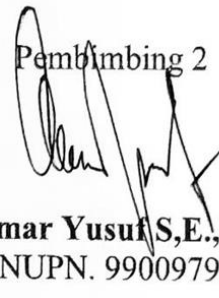
Ditandatangani di Jakarta, 15 Juli 2022

Pembimbing 1



**Drs. Sudrajat, M. M**  
NIP. 196012221982031003

Pembimbing 2



**Omar Yusuf S.E., M.M**  
NUPN. 9900979905

**Mengetahui,**  
Koordinator Prodi Periklanan,



**Zaenab, SS., M.Si**  
NIP. 199211132019032025

## **PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIARISME**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Judul Tugas Akhir : Peran Strategi Digital Dalam Proses Pembuatan  
Konten Sosial Media Senang Kopi 2022

Penyunting : Dimas Raffihansyah Ramadhan

NIM : 19033039

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir yang berjudul “Peran Strategi Digital Dalam Proses Pembuatan Konten Sosial Media Senang Kopi 2022” Merupakan hasil karya sendiri dan bebas dari plagiat, semua sumber dikutip mengikuti kaidah yang berlaku. Apabila pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 15 Juli 2022

Yang menyatakan,



Dimas Raffihansyah Ramadhan

NIM: 19033039

## **LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademik Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Penyunting : Dimas Raffihansyah Ramadhan  
NIM : 19033039  
Jurusan : Periklanan  
Jenis karya : Tugas Akhir

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif hak menyimpan, mengalih- media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikan nya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta atas karya ilmiah saya berjudul:

### **“Peran Strategi Digital Dalam Proses Pembuatan Konten Sosial Media Senang Kopi 2022”**

Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggung jawab saya pribadi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 15 Juli 2022  
Yang menyatakan



Dimas Raffihansyah Ramadhan  
NIM: 19033039

## ABSTRAK

<b>Judul Tugas Akhir</b>	<b>:Peran Strategi Digital Dalam Proses Pembuatan Konten Sosial Media Senang Kopi 2022</b>
<b>Ditulis Oleh</b>	<b>: Dimas Raffihansyah Ramadhan</b>
<b>Jurusan/Prodi</b>	<b>: Penerbitan/Periklanan</b>
<b>Dosen Pembimbing 1</b>	<b>: Drs. Sudrajat, M. M</b>
<b>Dosen Pembimbing 2</b>	<b>: Omar Yusuf S,E., M.M</b>

*As the world changes and advances rapidly, This is where technology comes into play in the business world. That is in the introduction products to consumers using advertising intermediaries. Advertising has several types of media, namely, electronic media, digital media, print media and outdoor media. Communication of the company's image to the public is the task of the Creative Agency by holding designs and campaigns. A company does not can develop without a creative person in charge of marketing a product product. This is where a creative person or commonly referred to as digital successive strategists and in displaying attractive designs and according to the media selected by a company in promote their products or services. With visual branding people interested in seeing, then getting to know the brand and finally being able to remember it. The purpose of this scientific work is to understand the role of digital strategists in designing and creating visuals for a brand that is Happy Coffee based on experience the author during carrying out industrial practice in 4 months.*

*Keywords: Technology, Adsvertising, Digital Media, Digital Strategist*

Seiring dengan perubahan dan kemajuan dunia yang melesat cepat, disinilah teknologi ikut andil dalam dunia usaha. Yaitu dalam pengenalan produk terhadap konsumen menggunakan perantara periklanan. Periklanan memiliki beberapa jenis media yaitu, media elektronik, media digital, media cetak maupun media luar ruang. Komunikasi pencitraan perusahaan terhadap masyarakat adalah tugas dari Creative Agency dengan diadakannya desain dan campaign. Sebuah perusahaan tidak dapat berkembang tanpa orang kreatif yang bertugas untuk memasarkan sebuah produk. Disinilah seorang kreatif atau biasa disebut sebagai digital strategist berturut serta dalam menampilkan desain yang menarik dan sesuai dengan media yang dipilih oleh suatu perusahaan dalam mempromosikan produk atau jasanya. Dengan visual branding orang tertarik melihat, kemudian mengenal brand tersebut dan akhirnya mampu mengingatnya. Tujuan karya ilmiah ini dibuat adalah untuk memahami peran digital strategist dalam merancang dan membuat visual untuk sebuah brand yaitu Senang Kopi yang berdasarkan dari pengalaman penulis selama melaksanakan praktik industri dalam 4 bulan.

Kata kunci: Teknologi, Periklanan, Media Digital, Digital Strategist

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan praktik industri ini dengan baik. Praktik industri adalah salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma III Program Studi Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif.

Penyusunan 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 apresiasi dan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah membantu banyak dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

1. Orang Tua yang senantiasa memberikan semangat untuk menjalankan seluruh kegiatan perkuliahan
2. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
3. Drs. Benget Simamora, M.M., Wakil Direktur I 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. Daniel Marduardji selaku Direktur dari PT Media Kreatif Asia
8. Bapak Daniel Marduardji, Selaku Direktur PT Media Kreatif Asia yang telah menerima penulis melakukan Praktik Industri di PT Media Kreatif Asia
9. Bapak Daniel Marduardji, selaku Direktur yang menjadi Pembimbing Perusahaan di PT Media Kreatif Asia
10. Drs. Sudrajat, M. M selaku pembimbing penyusunan tugas akhir.
11. Omar Yusuf S,E., M.M selaku pembimbing penyusunan tugas akhir.
12. Para staf Jurusan Penerbitan dan para karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan layanan administrasi kepada penulis selama di Politeknik Negeri Media Kreatif.

13. Para Karyawan PT Media Kreatif Asia yang telah menerima penulis selama bimbingan.
14. Para karyawan Senang Kopi tempat penulis melakukang praktik industri
15. Rekan-rekan Angkatan 11 Program Studi Periklanan yang telah berjuang beresama-sama selama tiga tahun.
16. Teman-teman kelas 6C yang sudah berjuang selama 3 tahun di PoliMedia
17. Teman-teman yang sudah membantu dalam memberikan semangat dan memberikan inspirasi dalam pembuatan tugas akhir ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

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

Jakarta, 15 Juli 2022

Penulis,



Dimas Raffihansyah Ramadhan

19033039



## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah .....	3
E. Tujuan Penulisan.....	3
F. Manfaat Penulisan.....	4
BAB II.....	5
A. Komunikasi .....	5
1. Definisi Komunikasi .....	5
2. Tujuan dan Fungsi Komunikasi .....	5
3. Element Komunikasi .....	6
B. Periklanan.....	7
1. Definisi Periklanan.....	7
2. Tujuan Periklanan .....	7
C. Digital Strategist.....	8
1. Definisi Digital Marketing .....	8
2. Content Marketing .....	8
D. Media Sosial .....	9
1. Definisi Media Sosial .....	9

2.	Facebook .....	10
3.	Instagram.....	11
4.	Twitter.....	12
5.	Linkedin .....	12
6.	Youtube .....	12
E.	Proses Kreatif .....	13
1.	Definisi Proses Kreatif .....	13
2.	Research .....	13
3.	Brainstorming .....	13
4.	Sketching .....	13
5.	Eksekusi .....	14
F.	Analisis SWOT .....	14
1.	Strength .....	14
2.	Weakness.....	14
3.	Oppurtunity .....	14
4.	Threat .....	15
BAB III.....		16
A.	Data Perusahaan .....	16
1.	Sejarah Perusahaan.....	16
2.	Lokasi dan Alamat Perusahaan .....	17
3.	Visi Misi Perusahaan.....	17
4.	Layanan .....	17
5.	Struktur Organisasi.....	19
B.	Teknik Pengumpulan Data.....	19
1.	Observasi.....	19
2.	Studi Pustaka.....	20
C.	Ruang Lingkup.....	20
1.	Peran Penulis.....	20
2.	Waktu dan Kegiatan .....	20
3.	Kategori Karya .....	21
4.	Ide Kreatif .....	22
D.	Langkah Kerja.....	23
1.	Praproduksi/Persiapan.....	24
2.	Produksi/Pelaksanaan.....	25

3. Pasca Produksi/Evaluasi.....	26
BAB IV .....	27
A. Gambaran Umum Perkerjaan .....	27
1. Brand Senang Kopi .....	27
2. Facebook Page Senang Kopi.....	29
3. Peran Digital Strategy .....	30
B. Alur Pekerjaan.....	31
1. Pra Produksi .....	31
2. Produksi.....	34
3. Pascaproduksi.....	36
C. Analisis .....	38
1. Analisis SWOT .....	38
2. Content Marketing .....	39
D. Hasil Karya.....	39
E. Komparasi Praktik dengan Teori .....	43
BAB V.....	45
A. Kesimpulan .....	45
B. Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA .....	47
LAMPIRAN .....	49
A. Biodata Penulis.....	49
B. Surat Keterangan Magang.....	50
C. Lembar Pembimbing TA.....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Perusahaan .....	13
Gambar 3.2 Struktur Organisasi.....	16
Gambar 3.3 Proses Ide Kreatif.....	19
Gambar 3.4 Langkah Kerja.....	20
Gambar 3.5 Proses Praproduksi .....	21
Gambar 3.6 Proses Produksi .....	22
Gambar 3.7 Proses Pasca Produksi .....	23
Gambar 4.1 Logo Senang Kopi.....	24
Gambar 4.2 Facebook Page Senang Kopi.....	26
Gambar 4.3 Proses Praproduksi Editorial Plan.....	29
Gambar 4.4 Proses PraProduksi Editorial Plan.....	30
Gambar 4.5 Proses Praproduksi Editorial Plan.....	30
Gambar 4.6 Proses Produksi .....	31
Gambar 4.7 Proses Produksi .....	32
Gambar 4.8 Proses Produksi .....	32
Gambar 4.9 Facebook Page Senang Kopi.....	33
Gambar 4.10 Facebook Page Senang Kopi.....	34
Gambar 4.11 Facebook Page Senang Kopi.....	34
Gambar 4.12 Konten Opening Hours .....	37
Gambar 4.13 Konten Opening Hours .....	37
Gambar 4.14 Konten Product Knowledge .....	38
Gambar 4.15 Konten Product Knowledge .....	38
Gambar 4.16 Konten Step Knowledge.....	39

Gambar 4.17 Konten Step Knowledge..... 39

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1 Komparasi Okupasi dengan praktik industry.....	40
--	----