

LAPORAN TUGAS AKHIR
STRATEGI PERENCANAAN KONTEN UNTUK
MEMBANGUN VISIBILITY BRAND MEDIA SOSIAL
DIAMOND FOOD 2023

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar (A.Md)
Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Oleh

MUHAMMAD RAFLI EL GHOZALI

NIM : 20330095

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN PENERBITAN

POLITEKNIK NEGERI MEDIA

KREATIF JAKARTA

2023

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Perencanaan Konten untuk Membangun *Visibility*
Brand Media Sosial Diamond Food 2023
Penulis : Muhammad Rafli El Ghozali
NIM : 20330095
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

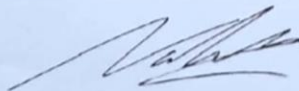
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji
Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Senin, tanggal
31 Juli 2023

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Rizky Kertanegara, M.Si
NIP.198301152014041001

Anggota 1



Naldo, M.Si
NIP. 100120710291906891

Anggota 2



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

Mengetahui,
Ketua Jurusan Penerbitan



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Perencanaan Konten Untuk Membangun
Visibility Brand Media Sosial Diamond Food 2023

Penulis : Muhammad Rafli El Ghozali

NIM : 20330095

Program Studi : Periklanan (Konsentrasi:)

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 28 Juli 2023

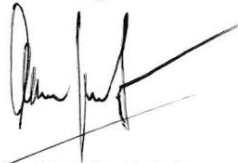
Pembimbing 1



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

NIP. 199005232019031012

Pembimbing 2



Omar Yusuf, S.E., MM

NIP. 9900979905

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si.

NIP. 199211132019032025

PERNYATAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rafli El Ghozali

NIM : 20330095

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tahun Akademik : 2022-2023

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: “Strategi Perencanaan Konten Untuk Membangun Visibility Brand Media Sosial Diamond Food 2023” adalah **original, belum pernah dibuat oleh pihak lain dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian 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 2023


FCE19AKX55046970

Muhammad Rafli El Ghozali

NIM. 20330095

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Muhammad Rafli El Ghozali

NIM 20330095

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tahun Akademik : 2022-2023

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:

Strategi Perencanaan Konten Untuk Membangun Visibility Brand Media Sosial Diamond Food 2023 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 2023

Yang menyatakan,



Muhammad Rafli El Ghozali

NIM. 20330095

ABSTRAK

The number of internet users in Indonesia has reached 215.63 million people, and this number is expected to continue increasing over time each year. The reason for the increasing number of internet users is the growing usage of social media, especially Instagram, with 94.541 million users, accounting for 33.8% of the population. With the continuous growth of internet and Instagram users over time, Diamond Food Indonesia aims to increase awareness on its social media platforms. This decision comes as Diamond Food Indonesia's Instagram account was recently created in collaboration with Orlange Digital Agency, and there has been a lack of engaging information and content previously on their Instagram platform. Several theories and methods are utilized, including awareness, STP (Segmentation, Targeting, Positioning), SWOT analysis, content marketing mix, and social media analysis theory. By employing these theories and analysis methods, Diamond Food Indonesia has experienced an increase in awareness, with the following overall results on their Instagram account: 16,507,520 profile reach, 19,415 profile views, and 7,057 followers.

Keywords : *Awareness, Diamond Food Indonesia, Social Media, Content Specialist*

Jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang , dan jumlah ini diperkirakan akan terus bertambah seiring berjalannya waktu untuk setiap tahunnya. Sebab dari meingkatnya jumlah pengguna internet adalah jumlah penggunaan media sosial yang terus meningkat terutama Instagram sebanyak 94,541 juta orang dengan jumlah persenan sebanyak 33.8%. Dengan peningkatan pengguna internet maupun instgram yang terus meningkat dengan seiringnya waktu, maka Diamond Food Indonesia ingin melakukan sebuah peningkatan *awareness* terhadap media sosialnya. Hal ini disebabkan oleh *Instagram* dari Diamond Food Indonesia yang baru dibuat ketika bekerjasama dengan Orlange Digital Agency dan tentunya juga kurangnya informasi dan konten yang menarik yang telah dibuat sebelumnya pada media sosial *Instagram* Diamond Food Indonesia. Terdapat beberapa teori yang digunakan seperti *awareness*, STP, SWOT, *content marketing mix*, serta teori analisis media sosial. Dengan menggunakan teori dan metode analisis sebelumnya Diamond Food Indonesia mengalami peningkatan *awareness* dengan hasil keseluruhan pada media sosial *Instagram* yaitu, 16.507.520 *profile reach*, 19.415 *profile views* dan yang terakhir *followers* sebanyak 7.057.

Kata Kunci : *Awareness, Diamond Food Indonesia, Media Sosial, Content Specialsit*

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 memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3/Sarjana Terapan Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Tugas akhir ini berjudul “Strategi Perencanaan Konten untuk Membangun *Visibility Brand* Media Sosial Diamond Food 2023”

Laporan TA 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. Ibu Dr. Tipri Rose Kartika, SE., M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Bapak Nova Darmanto, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik
3. Bapak Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan.
4. Bapak R Sulistyو Wibowo, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Penerbitan.
5. Ibu Zaenab, S.S., M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Bapak Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom, Pembimbing I yang telah memberikan masukan serta bimbingan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Bapak Omar Yusuf, S.E., MM, Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan juga masukan kepada penulis untuk bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
9. Orlange Digital Agency yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk ikut serta dalam program Praktik Industri.
10. Ayah, Mamah dan juga Adik Tercinta, Yang sudah menemani serta memberikan dukungan maupun doa, agar dapat memudahkan penulis untuk menyelesaikan Laporan Tugas Akhir.

11. Sahabat-sahabat penulis, Yang sudah menemani serta memberikan semangat pada penulis untuk bisa menyelesaikan Laporan Tugas Akhir.
12. Rekan-rekan Angkatan Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama- sama selama tiga tahun.

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

Jakarta, 26 Juli 2023

Penulis



Muhammad Rafli El Ghozali

NIM : 20330095

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	I
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG AKHIR	II
PERNYATAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	III
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	IV
ABSTRAK	V
PRAKATA	VI
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR GAMBAR	X
DAFTAR TABEL	XI
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penulisan	8
F. Manfaat Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Analisis STP	10
B. SWOT	11
C. AISAS	12
D. Content Marketing Mix	13
E. Media Sosial	14
F. Content Pillar	16
BAB III METODE PELAKSANAAN	18
A. Data Objek Penulisan	18
B. Teknik Pengumpulan Data	19
C. Langkah Kerja	21
D. Key Performance Indicator	22

BAB IV PEMBAHASAN	24
A. Gambaran Umum Diamond Food Indonesia	24
B. Analisis Kompetitor	25
C. Analisis Konten.....	27
D. Analisis STP	29
E. Analisis SWOT	30
F. <i>Content Perfomance</i> dalam Membangun Awareness.....	34
G. Analisis Model AISAS	38
H. Content Pillar	40
I. Analisis Content Perfomance.....	41
J. Content Marketing Mix	42
K. Media Sosial	44
BAB V PENUTUP	50
A. Kesimpulan	50
B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Pengguna Aktif Internet di Indonesia	1
Gambar 2. Grafik Pengguna Instagram di Indonesia tahun 2018 – 2023	2
Gambar 3. Akun Media Sosial Diamond Food Indonesia	6
Gambar 4. STP.....	10
Gambar 5. SWOT.....	11
Gambar 6. Logo Oorange Digital Agency	18
Gambar 7. Struktur Organisasi (Sumber : Penulis).....	19
Gambar 8. Framework Content Specialist (Sumber : Neilsen Norman Group Website)	21
Gambar 9. Profile Instagram Diamond Food Indonesia	25
Gambar 10. Profile Instagram Kompetitor	25
Gambar 11. Content Pillar.....	40
Gambar 12. Kolaborasi dengan Influencer atau KOL	42
Gambar 13. Membuat reels relevansi kegiatan dirumah.....	43
Gambar 14. Membuat infografis produk.....	43
Gambar 15. Prinsip Media Sosial Participation	44
Gambar 16. Konten Salah Satu bentuk prinsip Collective.....	45
Gambar 17. Konten Salah Satu Bentuk Prinsip Transparency	46
Gambar 18. Konten Salah Satu bentuk Prinsip Independence.....	47
Gambar 19. Konten Salah Satu bentuk Prinsip Persistence.....	48
Gambar 20. Prinsip Media Sosial Emergance	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Analisis Kompetitor	26
Tabel 2. Analisis Konten.....	28
Tabel 3. Analisis STP.....	30
Tabel 4. Analisis SWOT Diamond dengan Brand Kompetitor.....	34
Tabel 5. Analisis Top 5 Konten	37
Tabel 6. Analisis AISAS	39
Tabel 7. Analisis Content Perfomance.....	41