

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PENGEMBANGAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA
PT ZONA KREATIF INDONESIA**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Diploma

Ahli Madya (A.Md) Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

Randaru SuryoNanda Subran

NIM : 20330119

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN PENERBITAN

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2023

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengembangan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Pada PT Zona Kreatif Indonesia

Penulis : Randaru SuryoNanda Subran

NIM : 20330119

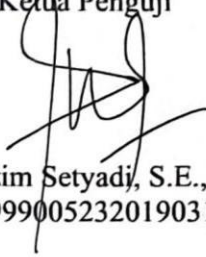
Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, 2 Agustus 2023

Disahkan Oleh,

Ketua Penguji



Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom
NIP. 1999005232019031012

Anggota I



Hawa Asma UI Husna, S.pd., M.Hum
NIP. 199110242019032027

Anggota II



Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom
NIP. 19881222202012206

Mengetahui

Ketua Jurusan Penerbitan



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengembangan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada PT Zona Kreatif Indonesia
Nama : Randaru SuryoNanda Subran
NIM : 20330119
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2022/2023

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 20 Juli 2023

Pembimbing I



Anindita Budi Astuti, M.M.

NIP.198103052008122001

Pembimbing II

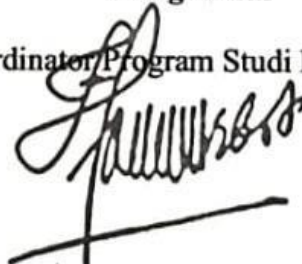


Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom

NIP. 198812222020122006

Mengetahui

Koordinator Program Studi Periklanan



Zhenab, S.S., M.Si

NIP. 199211132019032025

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS DAN BEBAS PLAGIARISME TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Randaru SuryoNanda Subran

NIM : 20330119

Angkatan : 13

Program Studi : Periklanan

Tahun Akademik : 2020

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul Pengembangan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada PT Zona Kreatif Indonesia adalah asli, belum pernah dibuat oleh pihak lain, semua data dan sumber telah dicantumkan sesuai ketentuan akademis.

Bilamana pada kemudian ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini . Saya bersedia di tuntutan dan di proses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

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

Jakarta, 22 Juli 2023

Yang Menandatangani


Randaru SuryoNanda Subran

NIM 20330119

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Randaru SuryoNanda Subran
NIM : 20330119
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2020

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 : “Pengembangan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada PT Zona Kreatif Indonesia”.

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, 22 Juli 2023



Randaru SuryoNanda Subran

NIM 20330119

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Pengembangan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Pada PT Zona Kreatif Indonesia
Penulis : Randaru SuryoNanda Subran
NIM : 20330119
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Pembimbing 1 : Anindita Budi Astuti, M.M.
Pembimbing 2 : Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom

As one of the potential branding tools in the digital era, social media has an important part. Managing social media is one of the most important keys to building brand awareness with audiences to convey information and provide services from products that currently have market share. Seeing this, of course, companies like PT Zona Kreatif Indonesia also need social media to convey information and also to promote the products and services provided by the company. The main problem of PT Zona Kreatif Indonesia is the lack of an audience for Instagram social media activities due to being inactive for several months. Of course, a very important role is needed to deal with this problem, namely the role of the Social Media Specialist. The purpose of this final project is to describe the role of a Social Media Specialist in managing Instagram social media at PT Zona Kreatif Indonesia. Data collection methods used in the preparation of this final project are observation, interviews and literature study. The result of the role played by the author as a Social Media Specialist is to increase Brand Awareness on the PT Zona Kreatif Indonesia account.

Keywords: *Instagram, Brand Awareness, Social Media Specialist, Design*

Sebagai salah satu alat branding yang potensial di era digital, media sosial memiliki bagian terpenting. Pengelolaan media sosial menjadi salah satu kunci terpenting untuk membangun *brand awareness* dengan audiens untuk menyampaikan informasi dan memberikan layanan dari produk yang saat ini memiliki pangsa pasar. Melihat hal tersebut, tentu saja perusahaan seperti PT Zona Kreatif Indonesia juga memerlukan media sosial untuk menyampaikan informasi dan juga untuk mempromosikan produk dan layanan yang disediakan perusahaan. Masalah utama PT Zona Kreatif Indonesia adalah Kurangnya audiens terhadap aktivitas media sosial Instagram akibat tidak aktif selama beberapa bulan. Tentunya dibutuhkan peran yang sangat penting untuk menangani masalah ini, yaitu peran *Social Media Specialist*. Tujuan tugas akhir ini adalah untuk mendeskripsikan peran *Social Media Specialist* dalam pengelolaan media sosial Instagram PT Zona Kreatif Indonesia. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penyusunan tugas akhir ini adalah dengan observasi, wawancara dan studi pustaka. Hasil dari peran yang dilakukan penulis sebagai *Social Media Specialist* adalah meningkatkan *Brand Awareness* pada akun PT Zona Kreatif Indonesia.

Kata Kunci : Instagram, Kesadaran Merek, *Social Media Specialist*, Desain

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/Sarjana (Tiga) Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Tugas Akhir ini berjudul “Pengembangan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Pada PT Zona Kreatif Indonesia”.

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. Allah SWT, yang telah memberikan petunjuk, kekuatan, kesabaran serta keteguhan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik tanpa melalai kan perintah-NYA.
2. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
3. Nova Darmanto, M. Si., Wakil Direktur Bidang Akademik.
4. Muhammad Rizky sebagai pimpinan PT Zona Kreatif Indonesia.
5. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum Ketua Jurusan Penerbitan.
6. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn Sekretaris Jurusan Penerbitan.
7. Zenab, SS., M.Si Koordinator Program Studi Periklanan.
8. Anindita Budi Astuti, M.M. Selaku dosen pembimbing I dalam penyusunan laporan tugas akhir.
9. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom Selaku dosen pembimbing II dalam penyusunan laporan tugas akhir.
10. Fauziyyah Ary Utami, S.Pd Pembimbing Perusahaan di PT Zona Kreatif Indonesia.

11. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
12. PT Zona Kreatif Indonesia selaku pembimbing yang selalu memberikan masukan dan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama Praktik Industri
13. Ayah dan Keluarga, selaku Orang tua yang telah memberikan dukungan, motivasi, fasilitas dan doa serta keluarga yang telah memberikan dukungan dan doa.
14. Teman – Teman kampus polimedia yang telah berjuang Bersama selama 3 tahun sampai saat ini. Dan teman - teman kelas D Periklanan yang telah mensupport penulis dan berjuang Bersama hingga saat ini.
15. Serta grup Whatsapp turudeck yang ikut membantu dan saling mendukung satu sama lain.
16. Azhar Rana, selaku teman dekat yang telah membantu dan menemani mengerjakan laporan tugas akhi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam laporan tugas akhir ini.

Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk laporan ini.

Jakarta, 22 Juli 2023

Penulis,



Randaru SuryoNanda Subran

NIM 20330119

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS DAN BEBAS PLAGIARISME TUGAS AKHIR.....	iii
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
ABSTRAK.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penulisan.....	6
F. Manfaat Penulisan.....	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Komunikasi Pemasaran.....	8
B. Media Sosial.....	8
1. <i>Instagram</i>	9
C. <i>Social Media Specialist</i>	10
D. <i>Content Pillar</i>	11
1. <i>Education Content</i>	12
2. <i>Entertainment Content</i>	12
3. <i>Promotional Content</i>	12
E. Proses Kreatif.....	12
1. Definisi Kreatifitas.....	12
2. Elemen Proses Kreatifitas.....	13
3. <i>Brainstorming</i>	13
F. Analisis SWOT.....	13

G.	Konsep Model AISAS.....	14
1.	<i>Attention</i>	15
2.	<i>Interest</i>	15
3.	<i>Search</i>	15
4.	<i>Action</i>	15
5.	<i>Share</i>	16
H.	<i>Brand Awareness</i>	16
1.	Tingkatan Brand Awareness.....	16
BAB III.....		19
METODE PELAKSANAAN.....		19
A.	Data/Objek Penulisan.....	19
1.	Profil Perusahaan.....	19
2.	Lokasi dan Alamat.....	20
3.	Struktur Perusahaan.....	20
4.	Visi dan Misi.....	20
B.	Teknik Pengumpulan Data.....	21
1.	Observasi.....	21
2.	Studi Pustaka.....	21
3.	Wawancara.....	22
4.	Penelusuran Data Online.....	23
C.	Ruang Lingkup.....	24
1.	Peran <i>Social Media Specialist</i>	24
2.	Waktu Pengerjaan.....	24
3.	Kategori Karya.....	24
4.	Ide Kreatif.....	25
D.	Langkah Kerja.....	26
1.	Pra Produksi.....	26
2.	Produksi.....	27
3.	Pasca Produksi.....	27
BAB IV.....		28
PEMBAHASAN.....		28
A.	Gambaran Umum.....	28
1.	Gambaran Umum Instagram PT Zona Kreatif Indonesia.....	28
2.	Gambaran Umum Pekerjaan.....	29
B.	Analisa Penulis.....	30

1.	Analisis Instagram PT Zona Kreatif Indonesia Sebelum di Tangani Oleh Penulis.....	30
2.	Analisis Instagram PT Zona Kreatif Indonesia Sesudah di Tangani Oleh Penulis.....	31
C.	Analisa SWOT.....	35
D.	Alur Pekerjaan.....	38
1.	Tahap Pra Produksi.....	38
2.	Tahap Produksi.....	41
3.	Tahap Pasca Produksi.....	44
E.	Hasil Pekerjaan.....	44
1.	<i>Entertainment Content</i>	45
2.	<i>Education Content</i>	47
3.	<i>Promotional Content</i>	49
F.	Komparasi Praktik Dengan Teori.....	50
	BAB V.....	52
	PENUTUP.....	52
A.	Kesimpulan.....	52
B.	Saran.....	55
1.	Saran Bagi Politeknik Negeri Media Kreatif.....	55
2.	Saran Bagi PT Zona Kreatif Indonesia.....	55
3.	Saran Bagi Mahasiswa.....	56
	DAFTAR PUSTAKA.....	58
	LAMPIRAN.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Laporan Digital 2023.....	2
Gambar 2. Laporan Digital 2023.....	3
Gambar 3. Konsep Model AISAS.....	14
Gambar 4. Tingkatan Brand Awareness.....	18
Gambar 5. Logo PT Zona Kreatif Indonesia.....	19
Gambar 6. Struktur Perusahaan PT Zona Kreatif Indonesia.....	20
Gambar 7. Langkah Kerja.....	26
Gambar 8. Instagram Feeds Awal Tahun 2023.....	31
Gambar 9. Instagram Feeds Awal Tahun 2023.....	32
Gambar 10. Analytic Instagram PT Zona Kreatif Indonesia.....	32
Gambar 11. Alur Pekerjaan.....	38
Gambar 12. Copy Visual dan Caption.....	41
Gambar 13. Copy Visual dan Caption.....	42
Gambar 14. Approval content.....	43
Gambar 15. Uploading content.....	44
Gambar 16. Entertainment Content.....	46
Gambar 17. Insight Instagram.....	47
Gambar 18. Education Content.....	48
Gambar 19. Education Content.....	48
Gambar 20. Promotional Content.....	49
Gambar 21. Promotional Content.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbandingan Instagram.....	33
Tabel 2. SWOT.....	35
Tabel 3. AISAS.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

1. Biodata Penulis.....	60
2. Lembar Pembimbingan Tugas Akhir I.....	61
3. Lembar Pembimbingan Tugas Akhir II.....	62
4. Surat Keterangan Praktik Industri.....	63
5. Surat Penerimaan Praktik Industri.....	64
6. Bukti-Bukti Pekerjaan Secara Utuh.....	65
7. Dokumentasi Kegiatan Terkait Tugas Akhir.....	66
8. Transkrip Wawancara.....	67
9. Dokumentasi Sidang Tugas Akhir.....	69