

LAPORAN TUGAS AKHIR
STRATEGI ACCOUNT EXECUTIVE DALAM
MANAJEMEN PRODUKSI KONTEN SOSIAL MEDIA
TMRW TAHUN 2023

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Ahli Madya



Disusun Oleh:

MUHAMMAD RIZKY FAJAR
NIM: 20330097


PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2023

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR


Judul Tugas Akhir : Strategi Account Executive Dalam Manajemen
Produksi Konten Sosial Media TMRW Tahun 2023
Penulis : Muhammad Rizky Fajar
NIM : 20330097
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 1 Agustus 2023


Disahkan Oleh
Ketua Penguji


Noya Darmanto, S.Sos., M.Si
NIP. 196811031990021001

Anggota 1


Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB
NIP. 0704050023

Anggota 2


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

Mengetahui
Ketua Jurusan Penerbitan

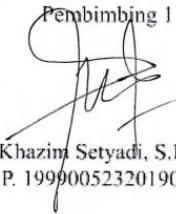

Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum NIP.
197503072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

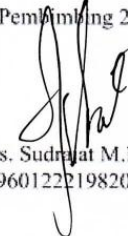
Judul Tugas Akhir : Strategi Account Executive Dalam Manajemen
Produksi Konten Sosial Media TMRW Tahun 2023
Penulis : Muhammad Rizky Fajar
NIM : 20330097
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 24 Juli 2023

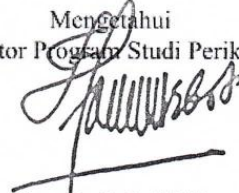
Pembimbing 1


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

Pembimbing 2


Drs. Sudrajat M.M.
NIP. 196012221982031003

Mengetahui
Koordinator Program Studi Periklanan


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

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Judul Tugas Akhir : Strategi Account Executive Dalam Manajemen
Produksi Konten Sosial Media 1MRW Tahun 2023
Penulis : Muhammad Rizky Fajar
NIM : 20330097
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul: Strategi Account Executive Dalam Manajemen Produksi Konten Sosial Media 1MRW Tahun 2023 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.

Depok, 24 Juli 2023
Yang Menyatakan,



Muhammad Rizky Fajar
NIM 20330097

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Muhammad Rizky Fajar
NIM : 20330097
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: Strategi Account Executive Dalam Manajemen Produksi Konten Sosial Media TMRW Tahun 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

Depok, 24 Juli 2023
Yang Menyatakan,



Muhammad Rizky Fajar
NIM 20330097

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Strategi Account Executive Dalam Manajemen
Produksi Konten Sosial Media TMRW Tahun 2023
Penulis : Muhammad Rizky Fajar
Pembimbing I : Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom
Pembimbing II : Drs. Sudrajat, M.M.

TMRW is one of the digital banking services of Bank UOB. To increase awareness from the audience regarding the presence of TMRW, a marketing strategy is needed using social media so that it can compete with competitors through social media management by the Orlange Digital Agency. In working on this social media content project, an Account Executive role is required as a communication liaison between clients and the internal team. In writing this final assignment, the author explains the role of the Account Executive and its strategy in managing the production of TMRW social media content in order to achieve the desired goals. The data collection method used by the author is observation, interviews, literature study, and online data tracking and the analytical methods used are STP, SWOT, and SOSTAC

Keywords: Content Production, Digital Bank, Account Executive

TMRW merupakan salah satu digital banking dari Bank UOB. Untuk meningkatkan awareness atau kesadaran dari audiens terkait kehadiran TMRW, maka dari itu dibutuhkannya strategi pemasaran menggunakan sosial media agar dapat menyaingi kompetitor melalui pengelolaan sosial media oleh Orlange Digital Agency. Dalam pengerjaan project konten sosial media ini memerlukan peran Account Executive sebagai penghubung komunikasi klien dan tim internal. Dalam penulisan tugas akhir ini penulis menjelaskan peranan Account Executive dan strateginya dalam manajemen produksi konten sosial media TMRW agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah observasi, wawancara, studi pustaka, dan penelusuran data online Metode analisis yang digunakan adalah STP, SWOT, dan SOSTAC

Kata Kunci: Produksi Konten, Digital Bank, Account Executive

PRAKATA

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan dan kesabaran kepada penulis. Tujuan penulisan tugas akhir adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma 3/Sarjana Terapan Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Laporan Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari orang tua dan orang-orang terdekat yang berada di sekitar penulis. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penulisan laporan ini.

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M, Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Nova Darmanto, .Si. Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M. M, Hum, Ketua Jurusan Penerbitan.
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn, Sekretaris Jurusan Penerbitan.
5. Zaenab, S.S., M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom, Selaku Pembimbing Penulis dalam Penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.
7. Drs. Sudrajat, M.M., Selaku Pembimbing 2 Penulis dalam Penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.
8. Michelle Widjaja S.ST.Par, Selaku Pembimbing Penulis di Orlange Digital Agency

9. Para staf Jurusan Penerbitan dan para karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan layanan administrasi kepada penulis selama di Politeknik Negeri Kreatif
10. Bapak dan Ibu yang telah merawat, membimbing dan memberi pelajaran sejak kecil hingga bisa duduk dibangku perkuliahan.
11. Abang dan Kakak tersayang yang selalu memberikan motivasi dengan pengalaman-pengalamannya.
12. Seluruh teman-teman periklanan angkatan 2020, berjuang bersama selama 3 tahun Pendidikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan, untuk itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dalam penyempurnaan penulisan laporan Praktik Industri ini.

Depok, 29 Juli 2023

Penulis



Muhammad Rizky Fajar
NIM 20330097

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penulisan.....	4
F. Manfaat Penulisan.....	4
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Komunikasi.....	6
B. Periklanan.....	6
C. Account Executive.....	7
1. Definisi Account Executive.....	7
2. Peran Account Executive.....	7
D. Brand.....	8
1. Brand Awareness.....	9
F. Sosial Media Instagram.....	9
1. Definisi Sosial Media Instagram.....	9
2. Fitur Sosial Media Instagram.....	9
G. Sosial Media Facebook.....	12
1. Definisi Sosial Media Facebook.....	12
2. Fitur Sosial Media Facebook.....	12

H. Sosial Media Youtube.....	13
I. Website.....	14
J. Tools Pekerjaan.....	14
K. Manajemen Sosial media.....	15
BAB III.....	16
METODE PELAKSANAAN.....	16
A. Gambaran Perusahaan.....	16
1. Visi dan Misi.....	19
a. Visi.....	19
b. Misi.....	19
2. Lokasi Kantor.....	20
3. Struktur Perusahaan.....	20
B. Teknik Pengumpulan Data.....	25
1. Observasi.....	25
2. Penelusuran Data Online.....	25
3. Wawancara.....	26
4. Studi Pustaka.....	27
C. Metode Analisis.....	27
1. STP.....	27
2. SWOT.....	27
3. SOSTAC.....	27
D. Ruang Lingkup.....	28
1. Peran Penulis.....	29
2. Periode Pengerjaan.....	29
3. Kategori Karya.....	29
E. Langkah Kerja:.....	32
1. Pra Produksi.....	32
2. Pra Produksi.....	33
3. Pasca Produksi.....	34
F. Timeline.....	34
G. KPI.....	35
BAB IV.....	36
PEMBAHASAN.....	36
A. Gambaran Umum Brand TMRW.....	36
B. Gambaran Umum Pekerjaan.....	39

C. Analisis Penulis.....	41
1. Analisis STP.....	41
2. Analisis SWOT.....	42
3. Analisis SOSTAC.....	43
D. Alur Pekerjaan.....	45
1. Tahap Pra Produksi.....	46
2. Produksi.....	47
3. Pasca Produksi.....	52
E. Hasil Pekerjaan.....	52
1. Membuat Deck.....	52
2. Membuat Brief.....	53
3. Membuat Notulensi Meeting.....	54
4. Membuat Card Pada Trello.....	55
5. Time Schedule.....	56
F. Komparasi Praktik Dengan Teori.....	57
BAB V.....	60
PENUTUP.....	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran.....	60
1. Saran Untuk Olrange Digital Agency.....	60
2. Saran Untuk Politeknik Negeri Media Kreatif.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Timeline.....	38
Tabel 2 Data KPI	38
Tabel 3 Analisis STP TMRW.....	44
Tabel 4 Analisis SWOT Produksi Konten Sosial Media.....	45
Tabel 4 Analisis SOSTAC Produksi Konten Sosial Media.....	46
Tabel 5 Data KPI Sebelum Sesudah Internship.....	47
Tabel 6 Komparasi Praktik Dengan Teori.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Olrange Digital Agency.....	21
Gambar 3.2 Struktur Perusahaan.....	24
Gambar 3.3 Langkah Kerja.....	35
Gambar 4.1 Web TMRW.....	39
Gambar 4.2 Instagram TMRW.....	40
Gambar 4.3 Facebook TMRW.....	41
Gambar 4.4 Youtube TMRW.....	41
Gambar 4.5 Alur Pekerjaan.....	48
Gambar 4.6 Brief Dari Klien.....	59
Gambar 4.7 Meeting Internal.....	50
Gambar 4.8 Notulensi Meeting.....	51
Gambar 4.9 Preview Konten Ke Klien.....	52
Gambar 4.10 Menerjemahkan Feedback.....	53
Gambar 4.11 Card Pada Trello.....	54
Gambar 4.12 Konten Tracker.....	54
Gambar 4.13 Deck Editorial Plan.....	55
Gambar 4.14 Membuat Brief.....	56
Gambar 4.15 Notulensi Meeting.....	57
Gambar 4.16 Membuat Card Pada Trello.....	58
Gambar 4.17 Time Schedule.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

A. Biodata Penulis.....	66
B. Bimbingan Tugas Akhir 1.....	67
C. Bimbingan Tugas Akhir 2.....	68
D. Dokumen Pendukung Penyusunan Tugas Akhir.....	69
E. Surat Keterangan Magang.....	71
F. Dokumentasi.....	72