

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**PERANCANGAN AKTIVITAS KAMPANYE**  
**#SHARETHELOVE UNTUK MENINGKATKAN BRAND**  
**AWARENESS PADA INSTAGRAM @ALTEACARE.ID**

**Diajukan sebagai salah satu syarat**  
**Untuk memperoleh gelar Ahli Madya Komunikasi**



**Disusun Oleh :**

**NAOMI CHAERULMAL**

**NIM :20330099**

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN**  
**JURUSAN PENERBITAN**  
**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF**  
**JAKARTA 2023**

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Aktivitas Kampanye #ShareTheLove Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada Instagram @alteacare.id

Penulis : Naomi Chaerulmal

NIM : 20330099


Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

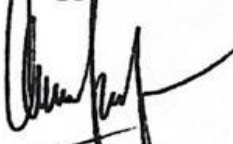
Tugas akhir ini telah dipertanggungjawabkan dihadapan tim penguji tugas akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada hari Kamis, 3 Agustus 2023

Disahkan oleh:

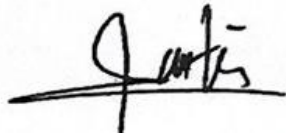
Ketua Penguji,

  
R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn  
NIP. 197906242006041001

Anggota 1

  
Omar Yusuf, MM  
NIP. 9900979905

Anggota 2

  
Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom  
NIP. 198812222020122006

Mengetahui,

Ketua Jurusan Penerbitan

  
Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum  
NIP. 197508072009121001

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Aktifitas Kampanye #ShareTheLove Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada Instagram @alteacare.id

Penulis : Naomi Chaerulmal


NIM : 20330099

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan


Tugas akhir ini telah telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.  
Ditandatangani di Jakarta, 21 Juli 2023

Pembimbing 1



Dr. Tipri Rose Kartika, M.M.  
NIP. 197606112009122002

Pembimbing 2



Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom  
NIP. 198812222020122006

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si

NIP. 199211132019032025

**LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS SIDANG TUGAS  
AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Naomi Chaerulmal  
NIM : 20330099  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2020

Dengan ini menyatakan bahwa karya tugas akhir saya dengan judul “PERANCANGAN AKTIFITAS KAMPANYE #ShareTheLove UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA INSTAGRAM @alteacare.id” 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 sebenar-benarnya .

Depok, 21 Juli 2023

Yang menyatakan,



Naomi Chaerulmal

NIM. 20330099



## PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH

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


Nama : Naomi Chaerulmal  
NIM : 20330099  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2020

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: "PERANCANGAN AKTIFITAS KAMPANYE #ShareTheLove UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA INSTAGRAM @alteacare.id" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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 dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya.

Depok, 21 Juli 2023

  
Naomi Chaerulmal  
NIM. 20330099

## ABSTRAK

Di era modern saat ini persaingan bisnis setiap tahunnya melesat semakin tinggi. Hingga paada akhirnya menuntut perusahaan untuk semakin kreatif agar mampu bersaing dalam perkembangan *digital marketing*. Media Sosial juga salah satu bagian dari *digital marketing* dengan adanya Media Sosial secara tidak langsung dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat dalam berkomunikasi secara langsung dan tidak langsung. Hal ini menunjukkan bahwa AlteaCare sebagai salah satu platform kesehatan berbasis digital (*online*) juga ingin membangun awareness pada akun Instagramnya sebagai akun *digital marketing*. *Traffic* Instagram yang baik tentunya juga akan mendatangkan *awareness* untuk AlteaCare. Tujuan penulisan tugas akhir ini untuk mengetahui peran *Social Media Marketing Specialist* dalam perancangan aktifitas sosial media untuk meningkatkan *Brand awareness* pada Instagram AlteaCare. Strategi yang dijalankan dalam perancangan kampanye #ShareTheLove pada aktifitas sosial media AlteaCare ini pada akhirnya menghasilkan kenaikan *traffic* pada akun Instagram diikuti dengan peningkatan *brand awareness*, dilihat dari peningkatan jumlah *followers* akun Instagram AlteaCare walaupun tidak sepenuhnya maksimal dan mencapai *goals* dari kampanye tersebut.

**Keywords:** *Konten Instagram, Brand Awareness, Social Media Marketing Specialist, AlteaCar, Kampanye, #ShareTheLove*

*In the modern era, business competition is getting higher every year. Until finally demanding companies to be more creative in order to be able to compete in the development of digital marketing. Social Media is also a part of digital marketing with the existence of Social Media which can indirectly affect people's lives in communicating directly and indirectly. This shows that AlteaCare as a digital-based (online) health platform also wants to build awareness on its Instagram account as a digital marketing account. Of course, good Instagram traffic will also bring awareness to AlteaCare. The purpose of writing this final project is to find out the role of Social Media Marketing Specialist in designing social media activities to increase Brand awareness on Instagram AlteaCare. The strategy implemented in designing the #ShareTheLove campaign on AlteaCare's social media activities ultimately resulted in an increase in traffic on the Instagram account followed by an increase in brand awareness, seen from the increase in the number of followers of the AlteaCare Instagram account although not fully maximized and achieving the goals of the campaign.*

**Keywords:** *Content Instagram, Brand Awareness, Social Media Marketing Specialist, AlteaCare, campaign, #ShareTheLove*

## 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 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam Tugas Akhir ini penulis berperan sebagai Social Media Marketing Specialist telah melaksanakan tugasnya dalam merancang sebuah ide konten untuk Instagram @alteacare.id.

Laporan 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 terima kasih banyak kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif
2. Nova Darmanto, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, 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. Sharon Yemima Hutagalung selaku Lead Brand Communication & Partnership yang telah menerima penulis melakukan Praktik Industri di AlteaCare
7. Dayintani Kirana selaku pembimbing juga Senior Social Media Special perusahaan di AlteaCare
8. Keluarga tercinta terutama Mama dan Ayah yang selalu support dalam menyelesaikan Laporan Praktik Industri.
9. Sahabat-sahabat ku di SMP, SMA, Kuliah dan teman seperjuangan selama magang di AlteaCare.
10. Rekan-rekan angkatan 11 Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama-sama selama tiga tahun ini.

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

Depok, 3 Agustus 2023



Naomi Chaerulmal

NIM. 20330099



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS SIDANG TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah .....	5
E. Tujuan Penulisan .....	5
F. Manfaat Penulisan .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
A. Komunikasi Pemasaran .....	7
1. Definisi Komunikasi.....	7
2. Definisi Pemasaran .....	7
3. Definisi Komunikasi Pemasaran .....	7
4. Definisi <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> .....	8
B. Media Sosial.....	8
1. Definisi Media Sosial .....	8
2. Jenis Jenis Media Sosial .....	8
C. Instagram.....	10
1. Definisi Instagram .....	10
2. Fitur Fitur Instagram.....	10
D. Brand Awareness.....	12

1. Definisi <i>Brand Awareness</i> .....	12
2. Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	12
E. Strategi Komunikasi AISAS .....	13
1. <i>Attention</i> .....	14
2. <i>Interest</i> .....	14
3. <i>Search</i> .....	14
4. <i>Action</i> .....	14
5. <i>Share</i> .....	15
<b>BAB III METODE PELAKSANAAN.....</b>	<b>16</b>
A. Data Perusahaan .....	16
1. Sejarah Perusahaan .....	16
2. Visi dan Misi Perusahaan .....	17
3. Informasi Umum Perusahaan .....	17
4. Struktur Organisasi Perusahaan.....	17
B. Teknik Pengumpulan Data .....	19
1. Observasi .....	19
2. Studi Pustaka .....	20
3. Penelurusan Data <i>Online</i> .....	20
4. Wawancara .....	20
C. Ruang Lingkup .....	21
1. Peran <i>Social Media Marketing Specialist</i> .....	21
2. Periode Pekerjaan .....	21
3. Kategori Karya .....	22
4. Ide Kreatif.....	22
5. Langkah Kerja .....	22
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>25</b>
A. Gambaran Umum .....	25
1. Gambaran Umum Pekerjaan.....	25
2. Gambaran Umum Kampanye .....	30
B. <i>Creative Brief (Social Media Activity Plan)</i> .....	31
C. Analisis Alur Kerja.....	37

1. Tahap Persiapan/PraProduksi .....	37
2. Tahap Produksi/Pelaksanaan .....	41
3. Tahap <i>Pasca Produksi</i> /Evaluasi .....	46
D. Formula Model AISAS pada konten dari kampanye <i>#ShareTheLove</i> .....	48
1. <i>Attention</i> .....	48
2. <i>Interest</i> .....	50
3. <i>Search</i> .....	52
4. <i>Action</i> .....	54
5. <i>Share</i> .....	55
E. Implementasi 5W + 1H pada kampanye <i>#ShareTheLove</i> .....	56
F. Hasil Alur Kerja .....	58
1. <i>Report Campaign</i> (2 Februari – 14 Februari) .....	58
2. <i>Report Campaign</i> (2 Februari – 14 Februari) .....	59
3. <i>Report Social Media Advertising (Instagram) Giveaway</i> <i>#ShareTheLove</i> .....	60
4. Top Post Kampanye <i>#ShareTheLove</i> .....	61
5. Social Media Report (Desember, Januari, Februari) .....	62
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>63</b>
A. Simpulan .....	63
B. Saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>68</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1</b> Data Pengguna Sosial Media .....	1
<b>Gambar 2</b> Media Sosial Instagram AlteaCare .....	3
<b>Gambar 3</b> Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	12
<b>Gambar 4</b> Teori Komunikasi AISAS .....	14
<b>Gambar 5</b> Logo Perusahaan AlteaCare .....	16
<b>Gambar 6</b> Struktur Organisasi Perusahaan .....	18
<b>Gambar 7</b> Konten Instagram AlteaCare 2021 .....	26
<b>Gambar 8</b> Konten Instagram AlteaCare 2022 .....	27
<b>Gambar 9</b> Konten Instagram AlteaCare 2021 .....	31
<b>Gambar 10</b> Konten Instagram AlteaCare 2021 .....	33
<b>Gambar 11</b> <i>Timeline</i> Kampanye #ShareTheLove .....	36
<b>Gambar 12</b> <i>Giveaway Social Media Ads</i> #ShareTheLove.....	37
<b>Gambar 13</b> <i>Editorial Plan</i> Instagram AlteaCare 2023 .....	38
<b>Gambar 14</b> <i>Content Planning</i> Februari 2023 .....	39
<b>Gambar 15</b> <i>Content Planning</i> Februari 2023 .....	39
<b>Gambar 16</b> <i>Content Planning</i> Februari 2023 .....	40
<b>Gambar 17</b> <i>Content Planning</i> Februari 2023 .....	41
<b>Gambar 18</b> Konten ( <i>Product Knowledge</i> ) .....	42
<b>Gambar 19</b> Konten ( <i>Audience Related</i> ).....	43
<b>Gambar 20</b> Konten ( <i>Giveaway</i> ).....	44
<b>Gambar 21</b> Konten ( <i>Activation</i> ) .....	45
<b>Gambar 22</b> <i>Talking Points</i> Instagram Live .....	45
<b>Gambar 23</b> <i>Talking Points</i> Instagram Live .....	46
<b>Gambar 24</b> <i>Scheduling</i> Instagram Live .....	47
<b>Gambar 25</b> <i>Report Campaign</i> #ShareTheLove .....	58
<b>Gambar 26</b> <i>Report Campaign</i> #ShareTheLove .....	59
<b>Gambar 27</b> <i>Report Ads</i> #ShareTheLove .....	60
<b>Gambar 28</b> <i>Top Post</i> #ShareTheLove .....	61
<b>Gambar 29</b> <i>Top Post</i> #ShareTheLove .....	62

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1</b> STP AlteaCare, Halodoc, Klik Doktor .....	28
<b>Tabel 2</b> STP AlteaCare, Halodoc, Klik Doktor .....	30
<b>Tabel 3</b> Formula Model AISAS ( <i>Attention</i> ) .....	49
<b>Tabel 4</b> Formula Model AISAS ( <i>Interest</i> ) .....	51
<b>Tabel 5</b> Formula Model AISAS ( <i>Search</i> ).....	53
<b>Tabel 6</b> Formula Model AISAS ( <i>Action</i> ) .....	54
<b>Tabel 7</b> Formula Model AISAS ( <i>Share</i> ) .....	56