

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KONTEN KREATIF DALAM MEMBANGUN
***BRAND AWARENESS* PADA INSTAGRAM TRL INDONESIA**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun Oleh
GABRIEL SAL JONGGI
NIM : 20330062

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2023

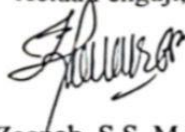
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Kreatif Dalam Membangun
Brand Awareness Pada Instagram TRL Indonesia
Penulis : Gabriel Sal Jonggi
NIM : 20330062
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di Kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada 01 Agustus 2023

Disahkan Oleh :

Ketua Penguji,



Zaenab, S.S., M.Si

NIP. 199211132019032025

Anggota 1



Nurul Akmalia, M. Med. Kom
NIP. 199102282019032015

Anggota 2



Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB
NIP. 0704050023

Mengetahui,
Ketua Jurusan Penerbitan



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

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Kreatif Dalam Membangun
Brand Awareness Pada Instagram TRL Indonesia

Penulis : Gabriel Sal Jonggi

NIM : 20330062


Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan

Ditandatangani di Jakarta, 21 Juli 2023

Pembimbing 1



Dr. Tipri Rose Kartika, M.M.
NIP. 1976006112009122002

Pembimbing 2



Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB
NIP. 0704050023

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si

NIP. 199211132019032025

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS
PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gabriel Sal Jonggi
NIM : 20330062
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2022 / 2023

Dengan ini menyatakan bahwa karya Tugas Akhir saya dengan judul “Perancangan Konten Kreatif Dalam Membangun *Brand Awareness* Pada Instagram TRL Indonesia” 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 saya buat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 20 Juli 2023

Yang menyatakan,

A red 1000 Rupiah postage stamp is placed over the signature. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '1000', 'METERA TEMPEL', and the alphanumeric code 'E3341AKX510295470'.

Gabriel Sal Jonggi

NIM. 20330062

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Gabriel Sal Jonggi
NIM : 20330062
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 “Perancangan Konten Kreatif Dalam Membangun *Brand Awareness* Pada Instagram TRL Indonesia” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif 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 saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 20 Juli 2023

Yang menyatakan,



Gabriel Sal Jonggi

NIM. 20330062

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Kreatif Dalam Membangun *Brand Awareness* Pada Instagram TRL Indonesia
Ditulis Oleh : Gabriel Sal Jonggi
Prodi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Pembimbing I : Dr. Tipri Rose Kartika, M.M
Pembimbing II : Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB

The rapid development of the internet and social media has provided convenience to all parties, especially in the social and economic fields. Over the past two years, social media users have made shopping transactions. This becomes a benchmark for a brand to prepare interesting content and communication styles. TRL Indonesia is collaborating with the Adconomic Digital Advertising Agency, where there is a role for Content Writer to be able to achieve objectives. The purpose of this writing is to find out the workflow of Content Writer in creating Brand Awareness for TRL Indonesia. Data collection methods used are observation and literature study. As for the results of what the author did as a Content Writer is to build Brand Awareness.

Keywords : *Content Writer, Brand Awareness, Social Media, TRL Indonesia*

Berkembangnya internet dan media sosial yang semakin pesat, memberikan kemudahan kepada seluruh pihak, terlebih lagi dalam bidang sosial dan ekonomi. Selama dua tahun terakhir, pengguna media sosial melakukan transaksi belanja. Hal ini menjadi tolak ukur bagi sebuah *brand* untuk mempersiapkan konten dan gaya komunikasi yang menarik. TRL Indonesia bekerjasama dengan Adconomic Digital Advertising Agency, dimana terdapat peran *Content Writer* untuk dapat mencapai *objective*. Tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui alur kerja *Content Writer* dalam menciptakan konten untuk TRL Indonesia. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dan studi pustaka. Adapun hasil dari yang dilakukan penulis sebagai *Content Writer* adalah untuk berusaha membangun *Brand Awareness*.

Kata Kunci : *Content Writer, Brand Awareness, Media Sosial, TRL Indonesia*

PRAKATA

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Magang Industri ini dengan lancar dan baik. Adapun penulisan Tugas Akhir ini dibuat sebagai bentuk kewajiban bagi penulis untuk bisa menyelesaikan Pendidikan Diploma-3 (Tiga) Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif yang berjudul “Perancangan Konten Kreatif Dalam Membangun *Brand Awareness* Pada Instagram TRL Indonesia”

Dalam proses pembuatan karya Tugas Akhir ini penulis tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang hadir di tengahnya penulis. Sehingga tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan kekuatan fisik dan mental serta kelancaran penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini
2. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayang yang tulus kepada penulis selama ini, sehingga penulis sudah bisa mencapai titik saat ini
3. Dr. Tipri Rose Kartika, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif, sekaligus pembimbing 1 dari penulis yang sudah membantu untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini
4. Nova Darmanto M.Si., selaku Wakil Direktur Bidang Akademik
5. Dr. Erlan Saefuddin, SS., M.Hum. selaku Ketua Jurusan Penerbitan
6. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan
7. Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB, selaku dosen pembimbing 2 dari penulis yang telah membantu untuk membimbing dan memberikan dukungan menyelesaikan Tugas Akhir ini
8. Miftahul Jannah sebagai *Administrative Staff* yang telah menerima dan membantu penulis dalam pelaksanaan Praktik Industri
9. Khoridah Nazihah sebagai *Senior Content Writer* yang menjadi *user* penulis saat melaksanakan Praktik Industri

10. Para dosen dan seluruh staf karyawan di Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah membantu segala urusan penulis
11. Kedua adik penulis yang membanggakan dan sudah membantu dalam proses penulisan Tugas Akhir ini
12. Sahabat-sahabat dari penulis yang tergabung dalam grup “*Secret Invasion*” yang sudah membantu memberikan dukungan moril kepada penulis
13. Teman-teman seangkatan penulis yang sudah berhasil bersama mencapai titik ini
14. Rekan kerja penulis selama menjalani kegiatan Praktik Industri di Adconomic Digital Advertising Agency
15. Serta banyak pihak lainnya yang penulis tidak dapat sebutkan satu per satu

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan yang terdapat di laporan ini. Penulis terbuka atas saran dan kritik yang membangun untuk laporan ini. Adapun penulis berharap laporan ini bisa bermanfaat bagi Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta dan rekan-rekan mahasiswa lain yang akan menjalankan Tugas Akhir di masa yang akan datang.

Jakarta, 20 Juli 2023

Penulis,



Gabriel Sal Jonggi

NIM. 20330062

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penulisan.....	5
F. Manfaat Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Komunikasi	7
1. Definisi Komunikasi	7
2. Fungsi Komunikasi	8
3. Elemen Komunikasi	9
4. Komunikasi Pemasaran.....	10
5. Media Komunikasi	11
B. Media Sosial.....	12
1. Definisi Media Sosial.....	12
2. Fungsi Media Sosial.....	12
3. Media Sosial Instagram.....	13
4. <i>Content Pillar</i> Instagram.....	15
5. <i>Social Commerce</i>	16

C. Periklanan.....	17
1. Definisi Periklanan.....	17
2. Tujuan Periklanan	17
3. Jenis Periklanan.....	18
4. Industri Kreatif	18
D. <i>Content Writer</i>	19
1. Definisi <i>Content Writer</i>	19
2. Peran <i>Content Writer</i>	19
E. <i>Brand Awareness</i>	20
1. Definisi <i>Brand Awareness</i>	20
2. Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	21
F. Proses Kreatif	22
1. Definisi Kreatif.....	22
2. Elemen Proses Kreatif.....	22
3. <i>Brainstorming</i>	23
4. Formula Model Komunikasi AISAS	23
BAB III METODE PELAKSANAAN	25
A. Data Perusahaan	25
B. Teknik Pengumpulan Data.....	28
C. Ruang Lingkup Penulis.....	29
D. Langkah Kerja.....	31
BAB IV PEMBAHASAN	33
A. Gambaran Umum	33
1. Gambaran Umum Pekerjaan	33
2. Analisa Penulis.....	35
B. Alur Pekerjaan.....	40
1. Persiapan	40
2. Pelaksanaan	44
3. Evaluasi	47
C. Hasil Pekerjaan.....	48
1. <i>Promotional Content</i>	48
2. <i>Educational Content</i>	49
3. <i>Quiz / Trivia Content</i>	50
D. Komparasi Praktik Dengan Teori.....	52

BAB V PENUTUP	54
A. Kesimpulan	54
B. Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Formula Komunikasi AISAS	24
Gambar 2 Logo Perusahaan.....	25
Gambar 3 Varian Produk TRL Indonesia.....	26
Gambar 4 Langkah Kerja <i>Content Writer</i>	31
Gambar 5 Tampilan Instagram TRL Indonesia.....	33
Gambar 6 Variasi Konten Sebelumnya	35
Gambar 7 <i>Copy Visual</i> Sebelumnya.....	36
Gambar 8 <i>Caption</i> Instagram Sebelumnya.....	37
Gambar 9 Variasi Konten Sekarang	38
Gambar 10 <i>Copy Visual</i> Sekarang.....	39
Gambar 11 <i>Caption</i> Instagram Sekarang.....	39
Gambar 12 Alur Kerja Penulis	40
Gambar 13 Contoh <i>Attention</i> Pada Konten TRL Indonesia	41
Gambar 14 Contoh <i>Interest</i> Pada Konten TRL Indonesia	42
Gambar 15 Contoh <i>Search</i> Pada Konten TRL Indonesia.....	43
Gambar 16 Contoh <i>Action</i> Pada Konten TRL Indonesia	43
Gambar 17 Contoh <i>Share</i> Pada Konten TRL Indonesia.....	44
Gambar 18 <i>Editorial Plan</i> TRL Indonesia	45
Gambar 19 <i>Editorial Plan</i> TRL Indonesia	45
Gambar 20 <i>Controlling & Revision</i> konten.....	46
Gambar 21 <i>Approval</i> Konten.....	46
Gambar 22 <i>Uploaded</i> Konten.....	47
Gambar 23 Hasil <i>Promotional Content</i>	48
Gambar 24 Hasil <i>Educational Content</i>	49
Gambar 25 Hasil <i>Quiz / Trivia Content</i>	50
Gambar 26 Instagram <i>Perfomance Overview</i>	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Komparasi Peta Okupasi Nasional	52
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Sidang Tugas Akhir	58
Lampiran 2 <i>Editorial Plan</i> TRL Indonesia	61
Lampiran 3 Dokumen Penerimaan Praktik Industri	62
Lampiran 4 Dokumentasi Pelaksanaan Praktik Industri	63
Lampiran 5 Dokumentasi Bimbingan Tugas Akhir	64