

LAPORAN TUGAS AKHIR
PROSES PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM
@makrodomain

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh
ANDIKHA ALAMSYAH
20330023

PROGRAM STUDI PERIKLANAN JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA
2023

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Proses Pembuatan Konten Instagram @makrodomain
Penulis : Andikha Alamsyah
NIM : 20330023
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

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

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



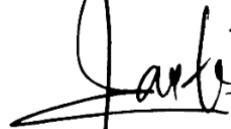
Suratni, M.Hum
NIP. 198310242009122002

Anggota 1



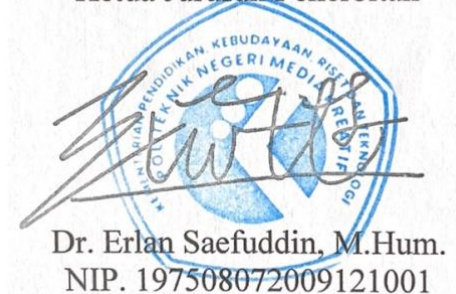
Ferdiansyah, M.Sn

Anggota 2



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Mengetahui,
Ketua Jurusan Penerbitan



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Proses Pembuatan Konten Instagram @makrodomain
Penulis : Andikha Alamsyah
NIM : 20330023
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan. Ditandatangani di Jakarta, 13 Juli 2023.

Pembimbing I



Drs. Sudrajat, M.M
NIP. 196012221982031003

Pembimbing II



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Andikha Alamsyah
NIM : 20330023
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2023/2024

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: **“Proses Pembuatan Konten Instagram @makrodomain”** 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 sebenarnya.

Jakarta, 13 Juli 2023

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a 2000 Rupiah Indonesian postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '2000', 'METERAI', and 'TEMPEL'. The serial number 'A/C2FAK-31426989' is visible at the bottom of the stamp.

Andikha Alamsyah
NIM. 20330023

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Andikha Alamsyah
NIM : 20330023
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2023/2024

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Proses Pembuatan Konten Instagram @makrodomain”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif 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 sebenarnya

Jakarta, 13 Juli 2023

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a 20,000 Rupiah Indonesian postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '20.000', 'METRAI', and 'TRAPEZ'. The serial number 'C2FAKY566989' is visible at the bottom of the stamp.

Andikha Alamsyah
NIM. 20330023

ABSTRAK

In 2023 the number of active social media users in Indonesia is 167 million people (Dataindonesia.id, 2023). According to datareportal.com, the platforms most used by Indonesians are Whatsapp (88.7%), Instagram (84.8%) and Facebook (81.3%). This proves that the most appropriate media for business owners to interact with their users is social media. Due to the large number of social media users, Makro Domain uses this opportunity to promote businesses in the Food and Beverage industry, namely coffee shops. Through social media, Makro Domain aims to maintain engagement with existing audiences with content or activities on social media, as well as to provide awareness to reach potential audiences to find out about Makro Domain coffeeshops that have a friendly and aesthetic place. The purpose of writing this Final Project is to understand the process of managing social media in creating Instagram @makrodomain content in 2023 using observational data collection techniques, library research, and searches.

Keyword: Social media Specialist, Advertising communication, Process social media

Pada tahun 2023 jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang (Dataindonesia.id, 2023). Menurut datareportal.com, *platform* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu Whatsapp (88.7%), Instagram (84.8%) dan Facebook (81.3%). Hal tersebut membuktikan bahwa media yang paling tepat untuk pemilik usaha berinteraksi dengan penggunanya yaitu media sosial. Karena pengguna media sosial yang sangat besar maka Makro Domain menggunakan peluang tersebut untuk mempromosikan bisnis di bidang industri makanan dan minum yaitu *coffeeshop*. Melalui media sosial tersebut Makro Domain bertujuan untuk menjaga *engagement* terhadap *existing audience* dengan konten-konten ataupun aktivitas di media sosial, sekaligus dapat memberikan *awareness* untuk menjangkau *potential audience* agar mengetahui Makro Domain *coffeeshop* yang memiliki tempat yang *friendly* dan *aesthetic*. Tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini adalah memahami proses pengelolaan media sosial dalam pembuatan konten Instagram @makrodomain Tahun 2023 dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, studi pustaka, dan penelusuran.

Kata Kunci: Sosial Media Spesialis, Komunikasi Pemasaran, Proses sosial media.

PRAKATA

Segala Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya penulis diberikan kesehatan dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir ini 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 Specialist* yang telah melakukan proses pembuatan konten untuk media sosial @makrodomain. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul “Proses Pengelolaan Media Sosial dalam Pembuatan konten Instagram @makrodomain Tahun 2023”.

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. Kedua orangtua, terimakasih atas doa dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik.
2. Dr. Tipri Rose Kartika, SE., M.M. Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
3. Nova Darmanto S.Sos., M.Si., Wakil Direktur I Bidang Akademik dan Kerjasama.
4. Dr. Yunus Fitriadi, M.Si., M.Pd., Wakil Direktur II Bidang Umum dan Keuangan.
5. Suratni, SS, M.Hum., Wakil Direktur III Bidang Kemahasiswaan
6. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan
7. R. Sulistyowibowo, S.Sn.,M.Sn. Sekretaris Jurusan Penerbitan.
8. Zaenab, S.S., M.Si. Koordinator Program Studi Periklanan
9. Drs. Sudrajat, M.M selaku Pembimbing Pertama Akademis penyusunan Tugas Akhir ini.
10. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom selaku Pembimbing Kedua Akademis penyusunan Tugas Akhir ini.

11. Para staf Jurusan Penerbitan dan para karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan layanan administrasi kepada penulis selama di Politeknik Negeri Media Kreatif.
12. Rekan-rekan Angkatan 11 Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama-sama selama tiga tahun.
13. Serta orang-orang yang sudah mendukung penulis tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas ucapan dan doanya sehingga penulis bisa menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.

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

Jakarta, 14 Juli 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Andikha Alamsyah', written in a cursive style with a horizontal line crossing through the middle of the letters.

Andikha Alamsyah
NIM. 20330023

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	i
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penulisan	9
F. Manfaat Penulisan	9
1. Manfaat Untuk Penulis.....	9
2. Manfaat Untuk Polimedia	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Komunikasi	11

1. Pengertian Komunikasi	11
2. Tujuan Komunikasi.....	11
3. Bentuk-Bentuk Komunikasi.....	13
4. Fungsi Komunikasi	15
B. Periklanan	17
1. Pengertian Periklanan	17
2. Fungsi Periklanan.....	17
3. Tujuan Periklanan	19
4. Metode <i>AISAS</i>	20
C. <i>Brand Awareness</i>	21
Pengertian <i>Brand Awareness</i>	21
D. Media Sosial	23
1. Pengertian Media Sosial.....	23
2. Fungsi Media Sosial.....	23
3. Media Sosial Instagram.....	24
4. Fitur-fitur media sosial Instagram.....	27
5. Pengertian Media Sosial Spesialis	30
6. Tugas Media Sosial Spesialis.....	31
E. Konsep Konten.....	31
1. Pengertian Konten.....	31
2. Jenis-jenis konten Media Sosial	32
F. Desain Grafis	34
1. Proses Perancangan Desain.....	34
2. Desain <i>Brief</i>	36
3. Referensi Desain	38

4. <i>Asset Design</i>	38
5. <i>Tools Design</i>	39
G. Proses Kreatif	39
1. Definisi Kreativitas	39
2. Elemen Proses Kreatif.....	40
3. <i>Brainstroming</i>	42
BAB III	44
METODE PELAKSANAAN	44
A. Data Perusahaan	44
1. Tentang Perusahaan	44
2. Alamat Perusahaan.....	45
3. Struktur Organisasi Perusahaan	45
4. Visi Misi Makro Domain	46
B. Teknik Pengumpulan Data	47
1. Observasi.....	47
2. Studi Pustaka.....	48
3. Netnografi	48
C. Ruang Lingkup	49
1. Peran Penulis.....	49
2. Kategori Karya	49
3. Ide Kreatif	50
D. Alur Pekerjaan	50
1. Tahap Pra-produksi/Persiapan	51
2. Tahap Produksi/Proses	53
3. Tahap Pasca Produksi/Evaluasi	59

BAB IV	60
PEMBAHASAN	60
A. Hasil Karya.....	60
B. Analisa Performa Konten Instagram Makro Domain	71
C. Perbandingan Perfoma Menggunakan Prinsip Desain.....	74
D. Komparasi Praktik dengan Teori	77
BAB V.....	86
PENUTUP.....	86
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran	86
1. Bagi Akademis	86
2. Bagi Perusahaan atau Praktisi	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Daftar Nama Negara pengguna Instagram terbesar.....	4
Gambar 2 Data Pengguna Instagram	5
Gambar 3 Media Sosial Instagram Makro Domain	7
Gambar 4 Alur Creative Process.....	41
Gambar 5 Logo Makro Domain	44
Gambar 6 Peta lokasi Makro Domain	45
Gambar 7 Struktur Organisasi Perusahaan	46
Gambar 8 Diagram Alur Pekerjaan.....	51
Gambar 9 Alur persiapan pembuatan konten pada media sosial makro domain.....	51
Gambar 10 Reference yang diambil penulis saat brainstorming konten	52
Gambar 11 Ide Konsep sebelum membuat konten.....	53
Gambar 12 Content Pilar Makro Domain.....	53
Gambar 13 Alur Proses Tahap Produksi	54
Gambar 14 proses pembuatan COV	54
Gambar 15 Contoh Caption yang dibuat oleh penulis	55
Gambar 16 Deck content.....	55
Gambar 17 Process approval content oleh penulis	56
Gambar 18 Proses Develop content ke visual.....	56
Gambar 19 Proses mencari asset sebagai pelengkap visual.....	57
Gambar 20 Proses approval visual.....	58
Gambar 21 Upload file google drive.....	58
Gambar 22 Schedule content Makro Domain	59
Gambar 23 Content Pillar social media specialist	61
Gambar 24 Brief untuk Konten Instagram Makro Domain.....	61
Gambar 25 Saat Penulis melakukan photoshoot untuk kebutuhan konten..	62
Gambar 26 Melakukan Approval Konten yang sudah di buat	62
Gambar 27 Konten marketing makro domain.....	63
Gambar 28 Konten Brand Awareness makro domain	63

Gambar 29 Konten desember	64
Gambar 30 Konten Engagement makro domain	65
Gambar 31 Konten Engagement Makro Domain	65
Gambar 32 Konten Engagement Makro Domain	66
Gambar 33 Konten Engagement Makro Domain	66
Gambar 34 Konten Marketing Makro Domain	67
Gambar 35 Konten Marketing Makro Domain	67
Gambar 36 Konten Marketing Makro Domain	68
Gambar 37 Konten Engagement Makro Domain	68
Gambar 38 Konten Engagement Makro Domain	69
Gambar 39 Konten Engagement Makro Domain	69
Gambar 40 Konten Marketing Makro Domain	70
Gambar 41 Konten Engagement Makro Domain	70
Gambar 42 Instagram @makrodomain sebelum penulis magang.....	75
Gambar 43 Profil Instagram @makrodomain setelah penulis magang	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kegiatan penelitian tugas akhir	47
Tabel 2 Konten Feed dengan reach tertinggi	71
Tabel 3 Konten Feed dengan reach terendah.....	71
Tabel 4 Konten Feed dengan impression tertinggi	72
Tabel 5 Konten Feed dengan impression terendah.....	72
Tabel 6 Konten Feed dengan engagement tertinggi.....	73
Tabel 7 Konten Feed dengan engagement terendah.....	73
Tabel 8 Perbandingan Konten visual perfoma tertinggi dan terendah	74
Tabel 9 Konten Feed Instagram Makro Domain Menggunakan AISAS.....	79
Tabel 10 Konten feed instagram @makrodomain menggunakan AISAS.....	81
Tabel 11 Konten Feed instagram @makrodomain menggunakan AISAS....	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 BIODATA MAHASISWA	90
Lampiran 2 SALINAN LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR	91
Lampiran 3 Dokumentasi Uji Proposal Tugas Akhir.....	93
Lampiran 4 Surat Keterangan Magang.....	94
Lampiran 5 Hasil lain Kerjaan Penulis	95
Lampiran 6 Foto Bukti Sidang Tugas Akhir.....	97