

LAPORAN TUGAS AKHIR
OPTIMASI ASET DIGITAL JOGJA PAINTING UNTUK
MENINGKATKAN *ENGAGEMENT*

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md)



Disusun oleh

FIRELISKA SYAHRANI ARSYA

NIM: 20330061

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA

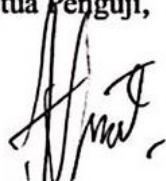
2023

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Optimasi Aset Digital Jogja *Painting* untuk Meningkatkan *Engagement*
Penulis : Fireliska Syahrani Arsyah
NIM : 20330061
Program Studi : Periklanan (Konsentrasi: D3)
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, tanggal 02 Agustus 2023.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Drs. Sudrajat, M.M

NIP. 196012221982031003

Anggota 1



Ferdiansyah, M.Sn

Anggota 2



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

Mengetahui,
Ketua Jurusan Penerbitan



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Optimasi Asset Digital Jogja Painting Untuk Meningkatkan Brand Awareness
Penulis : Fireliska Syahrani Arsyah
NIM : 20330061
Program Studi : Periklanan (Konsentrasi: D3)
Jurusan : Penerbitan

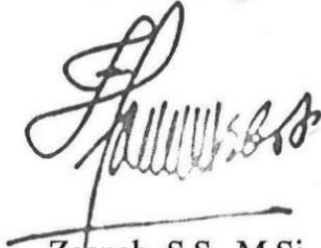
Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 21 Juli 2023

Pembimbing 1



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

Pembimbing 2



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

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 : Fireliska Syahrani Arsyah
NIM : 20330061
Program Studi : Periklanan (Konsentrasi: D3)
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2020

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul “Optimasi Aset Digital Jogja *Painting* untuk Meningkatkan *Engagement*” adalah **original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas 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.

Jakarta, 21 Juli 2023

Yang menyatakan,



Fireliska Syahrani Arsyah
NIM. 20330061

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademik Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fireliska Syahrani Arsyah
NIM : 20330061
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:

“Optimasi Aset Digital Jogja *Painting* untuk Meningkatkan *Engagement*”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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, 21 Juli 2023
Yang menyatakan.



Fireliska Syahrani Arsyah
NIM. 20330061

ABSTRACT

The internet is often referred to as online media, which is a medium that is relatively commonly used by many people. According to the results of a survey by the Indonesian Internet Service Providers Association (APJII), there will be an increase in 2022–2023 of 78.19% compared to 2021–2022. With the rapid use of the internet, the flow of information exchange becomes faster and easier. This convenience has made millions of people around the world interact with each other via the internet, giving rise to sites for social media. In addition to communicating and looking for the latest information. Social media is also a very effective way to market products/services by introducing their business through marketing activities on various social media platforms. Jogja Painting is a company engaged in the creative arts sector by providing mural art services. This company experiences problems or difficulties with the social media it manages. The purpose of this Final Project is to explain the role of the social media officer in optimizing Jogja Painting's Digital Assets to Increase Engagement. Data collection methods used are observation, library research, and netnography. The results of the existing analysis and theory, Jogja Painting is optimal when compared to the competitors that have been described and still has good performance in optimizing Digital Assets managed by Jogja Painting.

Keywords: *Internet, Social Media, Social Media Officer, Engagement, Jogja Painting*

Internet sering disebut sebagai media online merupakan media yang relatif umum digunakan oleh banyak orang. Menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), akan terjadi peningkatan pada 2022–2023 sebesar 78,19% dibandingkan dengan 2021–2022. Dengan semakin pesatnya penggunaan internet, arus pertukaran informasi pun menjadi lebih cepat dan mudah. Kemudahan ini telah membuat jutaan orang di seluruh dunia saling berinteraksi melalui internet, sehingga memunculkan situs untuk media sosial. Selain berkomunikasi dan mencari informasi terkini. Media sosial juga merupakan cara yang sangat efektif untuk memasarkan produk/jasa dengan memperkenalkan bisnisnya melalui kegiatan pemasaran di berbagai platform media sosial. Jogja Painting merupakan perusahaan yang bergerak dibidang kreatif seni dengan menyediakan layanan seni mural. Perusahaan ini mengalami kendala atau kesulitan terhadap media sosial yang dikelola. Tujuan dari Tugas Akhir ini untuk menjelaskan bagaimana peran social media officer dalam mengoptimalkan Aset Digital Jogja Painting untuk Meningkatkan Engagement. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan observasi, Studi Pustaka, dan Netnografi. Hasil analisis dan teori yang ada, Jogja Painting sudah optimal jika dibandingkan dengan kompetitor yang telah dijabarkan dan masih terbilang memiliki kinerja yang baik dalam mengoptimalkan Aset Digital yang dikelola Jogja Painting.

Kata Kunci: *Internet, Media Sosial, Social Media Officer, Engagement, Jogja Painting*

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmatnya yang telah memberikan kekuatan, kemampuan, dan Kesehatan 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 (tiga) Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Tugas Akhir ini berjudul “Optimasi Aset *Digital Jogja Painting* untuk meningkatkan *Engagement*”

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, S.Sos., 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 & Dosen Pembimbing II.
6. Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing I.
7. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
8. Dewi Rachmawati, S.Si., selaku Pembimbing di Perusahaan *Jogja Painting*.
9. Teruntuk Orang Tua, Adik, keluarga Lilik dan Embu, yang selalu mendoakan, memberikan semangat serta dukungan yang penuh, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan sebaik-baiknya.
10. Teruntuk teman penulis (Abelia, Sekar, Puteri, Raysha, Dehan, Imel, Hanin) yang selalu menemani, dan tidak henti-hentinya memberikan dukungan kepada penulis pada saat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
11. Teruntuk sahabat grup yok semangat yok (Diella, Ana, Firda, Mia, Agni, Fani), yang selalu memberikan dukungan positif, serta mendengarkan keluhan penulis pada saat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

12. Teruntuk Yudi Rasyid Perdana, yang selalu membantu penulis dan selalu memberi dukungan yang penuh sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
13. Teruntuk teman-teman satu pembimbing yang sudah berjuang bersama, dan selalu menyemangati satu sama lain, kalian hebat semua.
14. Teruntuk teman-teman mahasiswa Angkatan 2020 program Studi Periklanan, khususnya kelas A yang telah berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan pendidikan selama 3 tahun saling membantu dan memberi.
15. Teruntuk Kak Suci Amalia yang turut memberikan dukungan serta arahan, pada saat penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini.
16. Terakhir, teruntuk diri saya sendiri yang sudah kuat melewati lika liku selama proses perkuliahan, tetap tegar dan ikhlas menjalani semuanya. Saya bangga pada diri sendiri untuk saat ini, kedepannya semoga saya lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

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

Jakarta, 21 Juli 2023

Penulis,



Fireliska Syahrani Arsyah

NIM. 20330061

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR	iv
DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penelitian	4
F. Manfaat Penulisan	4
BAB 2	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Komunikasi	6
1. Pengertian Komunikasi	6
2. Tujuan Komunikasi	7
B. Periklanan	7
1. Pengertian Periklanan	7
2. Tujuan Periklanan.....	7
C. Aset Digital	8
D. Strategi Pemasaran (STP)	9
1. <i>Segmentation</i>	10
2. <i>Targeting</i>	10

3. <i>Positioning</i>	10
E. Analisis SWOT	10
1. <i>Strength</i> (Kekuatan)	11
2. <i>Weakness</i> (Kelemahan)	11
3. <i>Opportunities</i> (Peluang)	11
4. <i>Threats</i> (Ancaman)	11
F. Model AISAS	11
G. Media Sosial	13
1. Definisi Media Sosial	13
2. Karakteristik Media Sosial	13
H. Instagram	15
I. Facebook	17
BAB III	19
METODE PELAKSANAAN	19
A. Data Perusahaan	19
1. Profil Perusahaan	19
2. Visi dan Misi Perusahaan	19
3. Lokasi Perusahaan	20
4. Struktur Organisasi Perusahaan	20
B. Teknik Pengumpulan Data	23
C. Ruang Lingkup	24
1. Peran <i>Social Media Officer</i>	24
2. Waktu dan Kegiatan	24
3. Jenis Pekerjaan yang dihasilkan	24
D. Langkah Kerja	24
1. Praproduksi	25
2. Produksi	25
3. Pascaproduksi	26
E. Key Performance Indicator (KPI)	26
F. Timeline	27
BAB IV	28
PEMBAHASAN	28

A. Gambaran Umum	28
B. Analisis STP.....	28
C. Analisis SWOT.....	29
D. Analisis Kompetitor	30
1. Kuas Gilak.....	30
2. Imural	31
3. Mural Go	32
E. Analisis Social Media Kompetitor	33
1. Instagram	33
2. Facebook	34
F. Analisis Performa Aset	35
1. Followers (Pengikut)	35
2. Reach (Jangkauan)	36
3. Facebook Page Visits (Kunjungan Halaman Facebook).....	38
4. Instagram Profile Visits (Kunjungan Profil Instagram)	38
G. Analisis Konten & Top Konten.....	39
1. Top Konten Instagram.....	40
2. Top Konten Facebook	41
H. Analisis AISAS.....	43
1. Analisis AISAS Instagram.....	43
2. Analisis AISAS Facebook	45
BAB V.....	47
PENUTUPAN	47
A. Simpulan	47
B. Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA	49

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Key Performance Indicator (KPI)	26
Tabel 3. 2 Timeline	27
Tabel 4. 1 Analisis SWOT Jogja Painting	30
Tabel 4. 2 Analisis Social Media Kompetitor Instagram.....	34
Tabel 4. 3 Analisis Social Media Kompetitor Facebook	34
Tabel 4. 4 Jenis Konten Jogja Painting	39
Tabel 4. 5 Top Konten Instagram Jogja Painting.....	41
Tabel 4. 6 Top Konten Facebook Jogja Painting	43
Tabel 4. 7 Analisis AISAS Konten Instagram	44
Tabel 4. 8 Analisis AISAS Konten Facebook.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data media sosial menjadi sumber informasi	2
Gambar 2. 1 STP (Segmentation, Targeting, Positioning)	9
Gambar 2. 2 Analisis SWOT	11
Gambar 2. 3 AISAS Model.....	12
Gambar 3. 1 Logo Perusahaan	19
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Perusahaan	20
Gambar 3. 3 Alur Pekerjaan.....	25
Gambar 4. 1 Asset Digital Jogja Painting	28
Gambar 4. 2 SWOT kompetitor Kuasgilak.....	31
Gambar 4. 3 SWOT kompetitor Imural	32
Gambar 4. 4 SWOT kompetitor Mural Go	33
Gambar 4. 5 Jumlah Total Pengikut Aset Digital Jogja Painting	35
Gambar 4. 6 Analisis Pengikut Baru pada Aset Digital Jogja Painting.....	36
Gambar 4. 7 Analisis Jangkauan pada Asset Digital Jogja Painting.....	36
Gambar 4. 8 Analisis Perbandingan Jangkauan Facebook	37
Gambar 4. 9 Analisis Perbandingan Jangkauan Instagram.....	37
Gambar 4. 10 Analisis Kunjungan Halaman Facebook.....	38
Gambar 4. 11 Analisis Kunjungan Profil Instagram.....	38
Gambar 4. 12 Tampilan Konten Instagram.....	43
Gambar 4. 13 Tampilan Konten Facebook	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Penulis	51
Lampiran 2 Lembar Bimbingan Pembimbing I	52
Lampiran 3 Lembar Bimbingan Pembimbing II.....	53
Lampiran 4 Lembar Penilaian Pembimbing I	54
Lampiran 5 Lembar Penilaian Pembimbing II.....	55
Lampiran 6 Dokumentasi Bimbingan	56
Lampiran 7 Hasil Pekerjaan	57
Lampiran 8 Sertifikat Magang	58