

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERAN STRATEGIC PLANNER UNTUK MENINGKATKAN BRAND
PREFERENCE ALADDIN PRINTING

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh :
FEBRIANA NUR AZIZAH
NIM : 20330057

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2023

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Peran strategic planner untuk Meningkatkan
Brand Preference Aladdin Printing

Penulis : Febriana Nur Azizah

NIM : 20330057


Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Kamis, tanggal 3 Agustus 2023

Disahkan Oleh:

Ketua Penguji



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum

NIP 197508072009121001

Anggota 1



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

NIP 198812222020122006

Anggota 2



Drs. Sudrajat., MM

NIP 196012221982031003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Penerbitan



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum

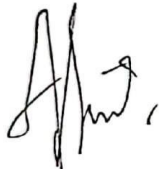
NIP 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Peran Strategic Planner untuk Meningkatkan
Brand Preference Aladdin Printing
Penulis : Febriana Nur Azizah
NIM : 20330057
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan. Ditandatangani di
Jakarta, 3 Agustus 2023

Pembimbing 1



Drs. Sudrajat.,MM

NIP. 196012221982031003

Pembimbing 2



Omar Yusuf S.E.,MM

NIP. 9900979905

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si
NIP. 19921113201903205

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR
DAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Febriana Nur Azizah
NIM	20330057
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Penerbitan
Tahun Akademik	2023

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Peran Strategic Planner untuk Meningkatkan *Brand Preference* Aladdin Printing

Penulis **adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.** Bila mana 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, 20 Juli 2023



Febriana Nur Azizah

NIM. 20330057

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Febriana Nur Azizah
NIM : 20330057
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2023

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:

Peran Strategic Planner untuk meningkatkan brand preference aladdin printing 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 saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 20 Juli 2023



Febriana Nur Azizah

NIM. 20330057

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Pembuatan konten Instagram Aladdin printing untuk meningkatkan brand preference Aladdin printing dari Pt.Dasa Prima
Penulis : Febriana Nur Azizah
Pembimbing I : Drs. Sudrajat., MM.
Pembimbing II : Omar Yusuf S,E.,M.M

Digital printing is a method of printing images in the form of files, which can then be printed directly on various media instantly and quickly in the era of information technology development. Aladdin printing is a digital printing service in the city of Depok that wants to be known by more people, therefore in its design, Aladdin printing requires the role of a Strategic Planner to implement creative ideas into its content. This final project aims to describe the role of the Strategic Planner in content creation. The author applies three data collection methods in the form of observation, interviews, and literature study. The result of the role played by the author as a Strategic Planer is the achievement of brand preference

Keywords: Strategic Planner, Digital printing, Social Media

Digital printing merupakan suatu metode mencetak gambar yang berbentuk file, lalu dapat dicetak langsung pada berbagai media dengan instan dan cepat di era perkembangan teknologi informasi. Aladdin printing merupakan salah satu jasa cetak digital yang berada di kota Depok yang ingin dikenal lebih banyak orang, oleh karena itu dalam perancangannya, Aladdin printing membutuhkan peran seorang *Strategic Planner* untuk mengimplementasikan ide kreatif ke dalam *contentnya*. Tugas akhir ini bertujuan untuk mendeskripsikan peran Strategic Planner dalam pembuatan content. Penulis menerapkan tiga metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan studi pustaka. Hasil dari peran yang dilakukan penulis sebagai Strategic Planer adalah tercapainya brand preference

Kata kunci: Strategic Planner, Digital printing, Media sosial

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Karya Akhir dengan judul “Pembuatan konten Instagram untuk meningkatkan brand preference aladdin printing dari PT.Dasa Prima” dengan sebaik-baiknya. Tujuan penulisan tugas akhir ialah sebagai bentuk pemenuhan salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3/Sarjana Terapan Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Pada Tugas Karya Akhir ini.

Penulis sangat menyadari bahwa Tugas Karya Akhir ini tidak akan tersusun dengan sedemikian rupa tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, izinkan penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya dengan penuh hormat kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, karena rahmat dan karunia-Nya yang berlimpah kepada penulis, sehingga dapat diberi kemudahan, kesabaran, dan kekuatan dalam penyusunan tugas akhir ini.
2. Kepada Kedua orang tua dan segenap keluarga yang telah memberikan support moral dan material selama penulis menyelesaikan pendidikan di sini.
3. Dr. Tipri Rose Kartika. M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
4. Nova Darmanto S.Sos., M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik.
5. Dr. Erlan Saefuddin M.Hum Ketua Jurusan Penerbitan.
6. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn. Sekretaris Jurusan Penerbitan.
7. Zaenab, S.S., M.Si Koordinator Program Studi Periklannann
8. Drs. Sudrajat.,MM selaku Pembimbing 1 penyusunan Laporan Praktik Industri ini
9. Omar Yusuf S,E.,MM selaku Pembimbing2 penyusunan Laporan Praktik Industri ini.
10. Ulfah anggraeni selaku HRD PT.Dasa Prima yang telah menerima penulis melakukan Praktik Industri.
11. Seluruh Dosen dan Staf Ahli Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta, terkhusus

Program Studi Periklanan yang telah melayani dengan sepenuh hatiselama 3 tahun penulis menempuh Pendidikan disini.

12. Arsyie Akbar selaku user penulis di PT.Dasa Prima, yang telah banyak memberikan kesempatan penulis untuk terus bekerja sama dan belajar banyak hal dalam praktik industri ini.

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

Jakarta, 20 Juli 2023

Penulis,



Febriana Nur Azizah

NIM. 20330057

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR	iii
DAN BEBAS PLAGIARISME	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penulisan.....	6
F. Manfaat Penulis.....	6
1. Penulis.....	6
2. Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta	6
3. Perusahaan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Komunikasi.....	7
1. Definisi Komunikasi	7
2. Manfaat Komunikasi.....	7
3. Jenis Media Komunikasi Digital.....	7
B. Marketing.....	8
1. Marketing Komunikasi	8
C. Periklanan	8
1. Definisi Periklanan	8
2. Unsur Periklanan.....	9

D. Strategic Planner	9
1. Strategic Planner	9
2. Editorial plan.....	9
3. Konten marketing.....	10
4. Caption.....	10
E. Brand Preference	10
H. Media Sosial	12
1. Definisi Media Sosial.....	12
2. Jenis Media Sosial	12
3. Instagram	13
I. AISAS	14
1. Attention	15
2. Interest	15
3. Search.....	15
4. Action.....	15
5. Share	15
BAB III METODE PELAKSANAAN	17
A. Data Perusahaan Aladdin Printing.....	17
1. Sejarah Aladdin printing	17
2. Lokasi dan Alamat	17
3. Visi Misi	18
4. Layanan dan Produk	22
B. Teknik Pengumpulan Data.....	25
1. Observasi	25
2. Wawancara.....	25
3. Studi Pustaka.....	26
4. Angket(kuesioner)	26
C. Ruang Lingkup	26
1. Peran Penulis.....	26
2. Kategori Karya.....	27
3. Ide Kreatif.....	27
D. Langkah Kerja	28

BAB IV PEMBAHASAN.....	30
A. Gambaran Umum Pekerjaan.....	30
B. Analisis STP (Segmentasi, Targeting, Positioning) pada aladdinprinting....	31
C. Analisis SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, dan threats) pada aladdinprinting.....	32
D. Competitive Review	33
E. Alur Pekerjaan.....	34
Pra produksi	34
Pasca produksi	38
F. AISAS	38
1. Attention	38
2. Interest	39
3. Search.....	40
4. Action.....	41
5. Share	42
G. Analisa Penulis	43
H. Hasil Kerja Penulis	45
I. Komparasi Teori dengan Praktik.....	47
BAB V PENUTUP.....	49
A. Simpulan.....	49
B. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah pengguna internet pada tahun 2022	1
Gambar 1. 2 Jumlah pengguna Instagram pada tahun 2022	2
Gambar 1. 3 Data usaha digital printing di kota Depok.....	3
Gambar 1. 4 Instagram aladdinprinting	4
Gambar 1. 5 Konten Instagram aladdinprinting.....	5
Gambar 3.1 Logo aladdinprinting	17
Gambar 3.2 Struktur Organisasi PT Dasa prima.....	19
Gambar 3.3 Struktur Divisi Digital Marketing	19
Gambar 3.4 Layanan aladdinprinting.....	23
Gambar 3. 5 Layanan aladdinprinting.....	23
Gambar 3. 6 Layanan aladdinprinting.....	23
Gambar 3. 7 Layanan aladdinprinting.....	24
Gambar 3. 8 Layanan aladdinprinting.....	24
Gambar 3. 9 Content pillar.....	27
Gambar 3. 10 Workflow strategic planner	28
Gambar 4. 1 Konten instagram aladdinprinting	30
Gambar 4.3 Workflow strategic planner	34
Gambar 4. 4 Instagram kompetitor	35
Gambar 4. 5 Content pillar.....	36
Gambar 4. 6 editorial plan.....	36
Gambar 4. 7 revisi editorial plan.....	37
Gambar 4. 8 approval editorial plan.....	37
Gambar 4. 9 postingan instagam aladdinprinting.....	38
Gambar 4.10 konten Instagram aladdinprinting.....	39
Gambar 4.11 konten Instagram aladdinprinting.....	40
Gambar 4. 12 konten Instagram aladdinprinting.....	41
Gambar 4.13 konten Instagram aladdinprinting.....	42
Gambar 4.14 konten Instagram aladdinprinting.....	43

Gambar 4. 15 konten Instagram aladdinprinting.....	44
Gambar 4. 16 konten Instagram aladdinprinting.....	44
Gambar 4. 17 konten Instagram aladdinprinting.....	45
Gambar 4. 18 konten Instagram aladdinprinting.....	46
Gambar 4. 19 report Instagram aladdinprinting	47

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Analisis STP.....	32
Tabel 4. 2 SWOT aladdinprinting.....	33
Tabel 4. 3 Competitive Review.....	34
Tabel 4. 3 teori komparasi praktik.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Penulis	52
Lampiran 2 Salinan Lembar Pembimbing 1 Tugas Akhir	53
Lampiran 3 Salinan Lembar Pembimbing 2 Tugas Akhir	54
Lampiran 4 Transkrip Wawancara	55
Lampiran 5 Data Hasil Kuesioner	59
Lampiran 6 surat pemberian izin karya.....	60
Lampiran 7 Dokumentasi kegiatan mengenai tugas akhir	62