

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM UNTUK
MENINGKATKAN FOLLOWERS @PNDICE.ID

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh
ZULFA AL-FARIDZI
NIM : 20330164

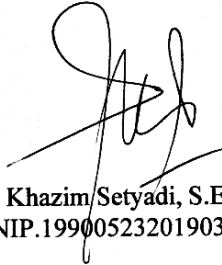
PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2023

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Instagram Untuk Meningkatkan *Followers*
@pndice.id
Penulis : Zulfa Al-Faridzi
NIM :20330164
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir
di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada *29 Juli 2023*.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



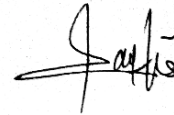
Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom
NIP.199005232019031012

Anggota 1



Ifah Atur Kurniati, M.I.Kom
NIP. 198505182020122009

Anggota 2



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

Mengetahui,
Ketua Jurusan Penerbitan



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

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Instagram Untuk
Meningkatkan *Followers* @pndice.id
Penulis : Zulfa Al-Faridzi
NIM : 20330164
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 21 Juli 2023.

Pembimbing 1



Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M. Hum

NIP 197508072009121001

Pembimbing 2



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

NIP 198812222020122006

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si

NIP 199211132019032025

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zulfa Al-Faridzi
NIM : 20330164
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2022/2023

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

“Pembuatan Konten Instagram Untuk Meningkatkan Followers @pndice.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 dengan sebenar-
benarnya.

Jakarta, 14 Juli 2023

Yang menyatakan,


E7AKX511532630

Zulfa Al-Faridzi

NIM. 20330164

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Zulfa Al-Faridzi
NIM : 20330164
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2022/2023

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: “Pembuatan Konten Instagram Untuk Meningkatkan Followers @pndice.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.

Jakarta, 27 Juli 2023

Yang menyatakan,



NIM. 20330164

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Instagram Untuk Meningkatkan Followers @pndice.id
Penulis : Zulfa Al-Faridzi
Pembimbing 1 : Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M. Hum
Pembimbing 2 : Sartika Ekadyasa, S. Kom, M.I.Kom

Indonesia is a country with a tropical climate and only has 2 seasons, rainy and dry. In Indonesia, the need for ice cubes and refrigerators is quite high because of the temperature in the region. PND Ice Making System is a company engaged in the distribution of ice cube machines and refrigerators. Instagram social media is one of the promotional media owned by this company with promotion purpose. In carrying out its promotion, the company needs the role of a Social Media Specialist for creating its Instagram social media content. This Final Project aims to describe Instagram Content Creation to increase @pndice.id Followers.

Keywords: *Internet, Followers, Social Media Specialist*

Perkembangan teknologi informasi di era revolusi 4.0 memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Pengguna internet di Indonesia mencapai hingga 215,63 juta di periode 2022-2023 (APJII). Menurut *We are Social*, di tahun 2022 Indonesia menempati peringkat ke-4 pengguna Instagram terbanyak di dunia. PND Ice Making System adalah perusahaan distributor mesin es batu yang menyediakan kebutuhan produk dan solusi industri pabrik es. Kurangnya jumlah followers laman Instagram PND Ice Making System dibandingkan dengan kompetitornya menjadi salah satu permasalahannya. Tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui pembuatan konten Instagram untuk meningkatkan followers @pndice.id. Metode yang dilakukan untuk menyusun Tugas Akhir ini adalah studi pustaka, observasi, dan wawancara. Setelah penulis melakukan Praktik Industri sebagai *social media specialist*, akun instagram PND mengalami peningkatan performa followers sebesar 32%.

Kata Kunci: *Internet, Followers, Social Media Specialist*

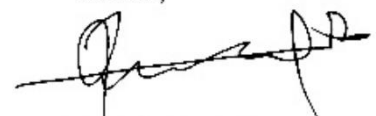
PRAKATA

Puji Syukur kepada Allah subhanahu wa ta'ala, yang telah memberi kemampuan dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Pembuatan Konten Instagram Untuk Meningkatkan Followers @pndice.id”. Tujuan penulisan tugas akhir ialah sebagai bentuk pemenuhan salah satu persyaratan bagi penulis untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3/Sarjana Terapan Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Laporan ini memuat pengalaman penulis melakukan Praktik Industri sebagai Social Media Specialist selama 6 (enam) bulan di PND *Ice Making System*. Penulisan Laporan Praktik Industri ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang tua dan orang-orang terdekat yang berada di sekitar penulis. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penulisan laporan ini.

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 selaku dosen pembimbing 1 Penulis.
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn., Sekretaris Jurusan Penerbitan.
5. Zaenab, S.S., M.Si Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Pak Pandu Ardiansyah, selaku General Manager PND Ice Making System.
7. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., selaku Pembimbing 2 Penulis.
8. Randaru, Exally, Ghazy, Azhar, Alifia dan Rekan-rekan prodi periklanan Angkatan 2020

Jakarta, ~~21~~ ²¹ Juli 2023

Penulis,



Zulfah Al-Faridzi

NIM. 20330164

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1	1
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	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSAKA	6
A. Komunikasi Pemasaran	6
B. Media Baru	7
C. Periklanan Digital	11
E. AISAS	13
F. STP	14
G. SWOT	14
BAB III	16

METODE PELAKSANAAN	16
A. Data Perusahaan	16
1. Profile Perusahaan.....	16
2. Lokasi Kantor	16
3. Struktur Organisasi.....	17
4. Visi dan Misi.....	18
5. Analisis Situasi Kerja	18
B. Teknik Pengumpulan Data	18
1. Studi Pustaka	19
2. Observasi	19
3. Wawancara.....	19
C . Ruang Lingkup	19
1. Peran Social Media Specialist.....	19
2. Waktu Kegiatan	20
3. Kategori Karya	20
4. Ide Kreatif	21
D. Langkah Kerja	21
BAB IV	23
PEMBAHASAN	23
A . Gambaran Umum Pekerjaan	23
B . Analisis instagram PND ICE sebelum di tangani oleh penulis	24
C . Analisa STP	25
D. SWOT	25
a. Competitive Review.....	26
F. Alur Pekerjaan	27
G . AISAS	30
H. Hasil Pekerjaan	34
2. Insight Terakhir	38
<i>c. Progress Followers</i>	38
BAB V	39
PENUTUP	39

A. Simpulan	39
B. Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data covid 19 di Indonesia	1
Gambar 2. Data Ekonomi Indonesia Triwulan IV	2
Gambar 3. Pengguna internet di indonesia	3
Gambar 4. platform sosial media terbanyak	3
Gambar 5. Pengguna instagram di dunia	4
Gambar 6. Performa Instagram Jan 2023	5
Gambar 7. elemen komunikasi	8
Gambar 8. STP	16
Gambar 9. Logo perusahaan	18
Gambar 10. Lokasi Kantor	18
Gambar 11. Struktur Organisasi	19
Gambar 12. Tahap Produksi	22
Gambar 13. Audiens pnd	24
Gambar 14. instagram perusahaan sebelum ditangani penulis	25
Gambar 15. Alur pekerjaan Penulis	28
Gambar 16. Reels Content	29
Gambar 17. Konten Interest	30
Gambar 18. Konten Stories	30
Gambar 19. Konten tebak-tebakan	31
Gambar 20. konten reels ke kantor pnd	32
Gambar 21. Konten Product Knowledge	33
Gambar 22. Konten promotion	33
Gambar 23. Konten story edukasi	34
Gambar 24. Konten entertainment	34
Gambar 25. Konten hari nelayan	35
Gambar 26. Top Konten	36
Gambar 27. Insight Terbaru	37
Gambar 28. Akun berinteraksi	38

DAFTAR TABEL

Tabel 1. STP	26
Tabel 2. Competitive review	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar bimbingan	44
Lampiran 2. Lembar bimbingan	45
Lampiran 3. Sertifikat magang	46
Lampiran 4. Dokumentasi Bimbingan	47

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, N. (2018). *Remaja millennial dan media sosial: media sosial sebagai media informasi pendidikan bagi remaja millennial*. Jurnal Pendidikan Islam Indonesia, 2(2), 221-236.
- Berry, T. (2018). *What is a SWOT analysis*. B Plans. Accessed October, 10.
- Blystone, D. (2022). Instagram: What it is, its history, and how the popular app works. Investopedia. Dostupné, 24, 2023.
- Bovee, C.L., & Thill, J.V. (1992). *Business Communication Today*. NY, NY: McGraw-Hill.
- Burnett, M.J., & Dollar, A. (1989). *Business Communication: Strategies for Success*. Houston, Texas: Dane.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media, 3.
- Flew, Terry. 2005. *New Media*. Oxford University Press.
- Gustafson, T., & Chabot, B. (2007). Brand awareness. Cornell Maple Bulletin, 105(1), 1-5.
- Hanlon, A. (2022). *The segmentation, targeting, positioning (STP) marketing model*. Retrieved from Smart Insights: <https://www.smartinsights.com/digital-marketingstrategy/customer-segmentation-targeting/segmentation-targeting-and-positioning>. STP
- Jaideep, S. (2019). *Advertising: Its definitions, characteristics and objectives*. Your Article Library, 1.

Kopp, C. M. (2022, 10). *What Is Brand Awareness? Definition, How It Works, and Strategies*. Investopedia. from <https://www.investopedia.com/terms/b/brandawareness.asp>

Kotler, Philip. Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta Erlangga.

Nirwana, A. J. (2016). *Media Baru, Lahan Bagi Pencipta Konten Kreatif*. Universitas Mercu Buana, Yogyakarta. KONTEN KREATIF

Rahardja, U., Lutfiani, N., & Amelia, S. (2019). *Creative content marketing in scientific publication management in industrial era 4.0*. Aptisi Transactions on Management (ATM), 3(2), 168-177.

Sanchez, N. (2002). *Communication process*. Hyperlink [<http://www.stfrancis.edu/ba/ghkickul/stuwebs/btopics/works/comproc.html>], 17.

Simarmata, J. (2010). *Rekayasa Web*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.

Wirawan, F. W., & Hapsari, P. D. (2016). *Analisis aisas model terhadap product placement dalam film indonesia studi kasus: brand kuliner di film ada apa dengan cinta 2*. Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi, 12(2), 69-81.