

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM @OKOCE.INDONESIA
DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE* ORGANISASI
BERORIENTASI *PROFIT* TAHUN 2025

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh
TALITHA NATASYA
NIM: 2270404115

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA
2025

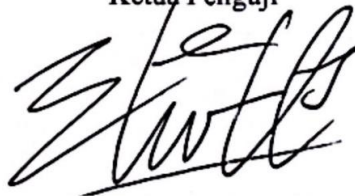
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten dan Instagram @okoce.indonesia Dalam
Membangun *Brand image* Organisasi Berorientasi Profit
Tahun 2025

Penulis : Talitha Natasya
NIM : 2270404115
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir
di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari ^{Kamis}....., tanggal 7/7 2025.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
NIP. 197508072009121001

Anggota I



Arius Krypton, M.Si
NIDN. 0008048305

Anggota II



Rizky Kertanegara, M.Si
NUPTK. 9447761662131482

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



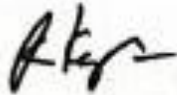
Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Instagram @okoce.indonesia Dalam
Membangun Brand Image Organisasi Berorientasi Profit
Penulis : Talitha Natasya
NIM : 2270404115
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

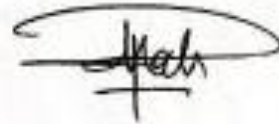
Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 30 Juni 2025

Pembimbing 1



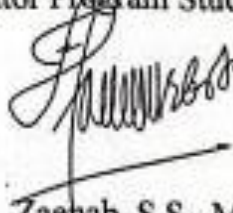
Rizky Kertanegara, M.Si
NIP. 198301152014041001

Pembimbing 2



Pahala Basuki, M.I.Kom
NIP. 198301152014041001

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 : Talitha Natasya

NIM : 2270404115

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2022/2023

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

**PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM @OKOCE.INDONESIA DALAM
MEMBANGUN *BRAND IMAGE* ORGANISASI BERORIENTASI PROFIT
TAHUN 2025**

adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari
plagiarisme.

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini,
saya bersedia dituntut dan diproses dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-
benarnya.

Jakarta, 30 Juni 2025

Yang menyatakan,



Talitha Natasya
NIM 2270404115

PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH

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

Nama : Talitha Natasya
NIM : 2270404115
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

demikian 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:

PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM @OKOCE INDONESIA DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE* ORGANISASI BERORIENTASI PROFIT TAHUN 2025

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 sebenarnya.

Jakarta, 30 Juni 2025

Yang menyatakan,



Talitha Natasya
NIM 2270404115

ABSTRAK

OK OCE Indonesia is undergoing a transformation from a social movement into a profit-oriented organization. This shift requires an adjustment in digital communication strategies, particularly through Instagram, to shape a new brand image while preserving its social values. This final project aims to design and manage Instagram content for @okoce.indonesia in alignment with the organization's new strategic direction. The research draws upon theories of social media, digital content, and brand image. The methods used include interviews with internal stakeholders, literature review, and direct observation of the content production process. The results show that a well-directed content strategy—light in tone and visually consistent—can effectively shape OK OCE's image as a more professional yet grounded organization. This strategy has proven effective in supporting the transformation process without losing the brand's social identity.

Keyword : Brand image, Content Strategy, Instagram, OK OCE Indonesia, Storytelling

OK OCE Indonesia sedang mengalami transformasi dari gerakan sosial menjadi organisasi berorientasi *profit*. Perubahan ini menuntut penyesuaian strategi komunikasi *digital*, terutama melalui Instagram, guna membentuk citra baru yang tetap mempertahankan nilai sosialnya. Tugas akhir ini bertujuan untuk merancang dan mengelola konten Instagram @okoce.indonesia agar selaras dengan arah strategis baru organisasi. Penulisan ini didukung oleh teori mengenai media sosial, konten *digital*, dan *brand image*. Metode yang digunakan meliputi wawancara dengan pihak internal, studi pustaka terhadap literatur relevan, serta observasi langsung terhadap proses produksi konten di lapangan. Hasilnya menunjukkan bahwa strategi konten yang terarah, ringan, dan *visual* konsisten mampu membentuk citra OK OCE sebagai organisasi yang lebih profesional namun tetap membumi. Strategi ini efektif dalam mendukung proses transformasi tanpa menghilangkan nilai-nilai sosial yang telah melekat pada *brand*.

Kata Kunci: Citra Merek, Strategi Konten, Instagram, OK OCE Indonesia, Narasi

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan baik. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan Program Diploma III (D3) Jurusan Komunikasi Program Studi Periklanan Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai intern di OK OCE dan terlibat langsung dalam kegiatan produksi dan pengelolaan konten *digital*, khususnya untuk *platform* Instagram. Berdasarkan pengalaman tersebut, penulis menyusun laporan tugas akhir yang berjudul:

"PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM @OKOCE.INDONESIA DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE* ORGANISASI BERORIENTASI *PROFIT* TAHUN 2025."

Penyusunan laporan ini tidak lepas dari dukungan, arahan, dan bimbingan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis dengan segala hormat menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn, Sekretaris Jurusan Komunikasi
5. Zaenab, S.S., M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan
6. Sartika Ekadyasa S.Kom., M.I.Kom., Sekretaris Program Studi Periklanan
7. Rizky Kertanegara, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan, motivasi, serta kritik dan saran selama proses bimbingan berlangsung.
8. Pahala Basuki, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan mendampingi penulis dengan sabar dan penuh perhatian.

9. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
10. OK OCE Indonesia sebagai perusahaan tempat Praktik Industri
11. Mama, Papa dan Kakak yang selalu ada memberikan dukungan penuh, baik secara moral maupun materi. Serta memberikan motivasi untuk menyusun laporan ini hingga bisa diselesaikan dengan baik.
12. Zahran Farisy, Flavia, Friska, Silvia, Najwa, Umi, Sifa, Yuni, Abil, Riani, Zahra, serta teman-teman terdekat lainnya, yang telah menjadi tempat berbagi cerita, membantu dalam mencari berbagai referensi, dan terus memberikan semangat selama menjalani masa praktik industri ini.
13. Teman-teman Musfit Agency yang sudah bekerja sama dalam menyelesaikan tugas-tugas selama diperkuliahan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam laporan praktik industri ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk laporan ini.

Jakarta, 1 Juli
2025



Talitha Natasya
2270404115

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	iiiv
PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	iiix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penulisan	10
F. Manfaat Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Media Sosial Instagram.....	12
1. Pengertian Media Sosial	12
2. Karakteristik Media Sosial	12
3. Definisi Instagram	12
4. Fitur-Fitur Unggulan Instagram	13
5. Instagram dalam Strategi <i>Branding</i>	13
6. Peran Instagram dalam Perubahan Citra Organisasi	13
B. Konten <i>Digital</i>	14
1. Pengertian Konten <i>Digital</i>	14
2. Strategi Perencanaan Konten <i>Digital</i>	15
3. <i>ContentPillar</i>	15
2. Jenis-jenis <i>ContentPillar</i>	16
4. Peran Konten <i>Digital</i> dalam Transformasi Organisasi.....	16
C. <i>Brand image</i>	17
1. Pengertian <i>Brand image</i>	17
2. Komponen <i>Brand image</i>	18
3. Strategi Membangun <i>Brand image</i> melalui Media Sosial.....	19

D. Transformasi Organisasi Non- <i>Profit</i> ke <i>Profit-Oriented</i>	20
1. Pengertian Organisasi Berbasis Komunitas.....	20
2. Tantangan Perubahan Citra Organisasi Sosial menjadi Bisnis.....	21
3. Strategi Komunikasi Organisasi dalam Membentuk Citra Baru	21
E. Perancangan Desain dan <i>Editing</i> Video	22
BAB III METODE PELAKSANAAN	24
A. Data Institusi	24
1. Profil Institusi	24
2. Visi dan Misi	26
3. Layanan.....	27
4. Struktur Perusahaan	29
B. Teknik Pengumpulan Data	30
1. Wawancara	30
2. Observasi.....	30
3. Studi Pustaka	31
C. Langkah Kerja	31
1. Praproduksi/Persiapan	32
2. Produksi/Pelaksanaan	33
3. Pascaproduksi/Evaluasi	34
BAB IV PEMBAHASAN	35
A. Kondisi Awal Instagram.....	35
B. Proses Pembuatan Konten	39
1. Alur Kerja	39
2. Contoh Konten.....	53
C. Perbandingan Sebelum dan Sesudah: Transformasi <i>Brand image</i>	58
D. Integrasi Teori Transformasi Citra <i>Digital</i>	61
1. Penerapan Kontinuitas melalui Alur <i>Storytelling</i> dalam Konten <i>Instagram</i>	62
2. Konsistensi <i>Visual</i> dan Naratif	65
3. Kesesuaian Nilai melalui Autentisitas Konten	68
BAB V PENUTUP.....	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Observasi Konten OK OCE Desember-Februari.....	35
Tabel 2. Perbandingan Sebelum dan Sesudah: Transformasi <i>Brand image</i>	59
Tabel 3. Analisis Kontinuitas Instagram OK OCE.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tren Penggunaan Media Sosial di Indonesia Tahun 2024	1
Gambar 2. Jumlah UMKM yang masuk Ekosistem <i>Digital</i>	4
Gambar 3. Data OK OCE Indonesia	6
Gambar 4. Logo OK OCE.....	24
Gambar 5. Struktur Organisasi OK OCE.....	29
Gambar 6. Langkah Kerja Pembuatan Konten.....	32
Gambar 7. Tampilan Instagram sebelum dikelola penulis.....	38
Gambar 8. Instagram Socioprenuer.....	40
Gambar 9. Data Riset Lokasi <i>Audiens</i> Instagram OK OCE	42
Gambar 10. Data Usia <i>Audiens</i> Instagram OK OCE.....	43
Gambar 11. Data <i>Audiens</i> Instagram OK OCE.....	44
Gambar 12. <i>Brainstorming</i> Tim.....	45
Gambar 13. <i>Content plan</i> OK OCE Bulan Mei.....	47
Gambar 14. Foto Produk <i>Parfume</i> KSB.....	49
Gambar 15. Review dan Revisi Konten.....	51
Gambar 16. <i>Content Calendar</i> Bulan Mei.....	52
Gambar 17. Konten Promosi OK OCE	54
Gambar 18. Konten Edukasi OK OCE.....	55
Gambar 19. Konten Hiburan OK OCE.....	56
Gambar 20. Konten <i>Feedss</i> OK OCE.....	57
Gambar 21. Konten <i>Reels</i> OK OCE.....	58
Gambar 22. Konten OK OCE sebelum transformasi.....	61
Gambar 23. Konten OK OCE Seteah Transformasi.....	61
Gambar 24. <i>Feedss</i> OK OCE Sebelum konsistensi <i>visual</i>	66
Gambar 25. Instagram OK OCE Setelah Konsistensi <i>Visual</i>	67
Gambar 26. Konten <i>Reels</i> Review <i>Parfume</i> KSB	68
Gambar 27. Konten Edukasi.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Riwayat Hidup	75
Lembar Pembimbingan Tugas Akhir 1.....	77
Lembar Pembimbingan Tugas Akhir 2.....	78
Tabel Wawancara	79
Sertifikat Praktik Industri.....	80
Lembar Hasil Cek Plagiarisme.....	81