

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KONTEN INKLUSIF TIKTOK @SeronaCoffee
BERKOLABORASI DENGAN BARISTA TULI OLEH NEEDS
CREATIVE AGENCY UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
PERIODE MARET-JUNI 2025

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Ahli Madya



Disusun Oleh:

AISYAH GHaida MELDI

NIM : 2270404008

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Inklusif Tiktok @SeronaCoffee Berkolaborasi Dengan Barista Tuli Oleh Needs Creative Agency Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Periode Maret-Juni 2025

Penulis : Aisyah Ghaida Meldi

NIM 2270404008

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada hari Selasa, 15 Juli 2025.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji


Rizky Kertanegara, S.S., M.Si
NUPTK. 9447761662131482

Anggota 1


Khoirun Nisa' S.Pd., M.Si.
NIP. 199009012014032002

Anggota 2


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

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi


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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Inclusive Tiktok @ SeronaCoffee
Berkolaborasi Dengan Barista Teman Tuli Untuk Meningkatkan
Brand Awareness

Penulis : Aisyah Ghaida Meldi
NIM : 2270404008
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan. Ditandatangani
di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta, 20 Juni 2025.

Pembimbing 1



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

Pembimbing 2



Freddy Yakob, M.I.Kom
NIDN. 0018119003

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 : Aisyah Ghaida Meldi
NIM : 2270404008
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Perancangan Konten Inklusif Tiktok @SeronaCoffee Berkolaborasi Dengan Barista Tuli Oleh Needs Creative Agency Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Periode Maret-Juni 2025 **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, 8 Juli 2025

Yang menyatakan,



Aisyah Ghaida Meldi
2270404008

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Aisyah Ghaida Meldi
NIM : 2270404008
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: **Perancangan Konten Inklusif Tiktok @SeronaCoffee Berkolaborasi Dengan Barista Tuli Oleh Needs Creative Agency Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Periode Maret-Juni 2025** 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 sebagaipemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 8 Juli 2025

Yang menyatakan,



Aisyah Ghaida Meldi

2270404008

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Inklusif Tiktok @SeronaCoffee Berkolaborasi Dengan Barista Tuli Oleh Needs Creative Agency Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Periode Maret-Juni 2025

Penulis : Aisyah Ghaida Meldi

Pembimbing I : Zaenab, S.S.,M.Si.

Pembimbing II : Freddy Yakob, M.I.Kom.

In the digital era, social media plays a vital role in building brand awareness. Serona Coffee, the first inclusive coffee shop in Bintaro, utilizes TikTok to communicate its message of diversity through the involvement of deaf baristas. However, prior to having a strategic content plan, the TikTok account @seronacoffee experienced limited reach and stagnant audience growth. This study aims to design an effective content strategy to enhance brand awareness through TikTok. The methods used include direct observation and literature study, applying the AISAS model and principles of digital marketing communication. During the four-month implementation period, the account showed significant growth, gaining 2,659 new followers, with one video reaching 490,000 views and attracting 702 new followers. These findings indicate that a well-planned, value-driven inclusive content strategy is effective in building digital brand awareness.

Keywords: Content Planning, Brand Awareness, TikTok, Inclusive Content

Dalam era digital, media sosial memainkan peran penting dalam membangun kesadaran merek. Serona Coffee, sebagai coffee shop inklusif pertama di Bintaro, memanfaatkan platform TikTok untuk menyampaikan pesan keberagaman melalui keterlibatan barista tuli. Namun, sebelum adanya perencanaan konten yang strategis, akun TikTok @seronacoffee memiliki jangkauan terbatas dan pertumbuhan audiens yang stagnan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang perencanaan konten yang efektif dalam meningkatkan brand awareness melalui media sosial TikTok. Metode yang digunakan meliputi observasi langsung dan studi pustaka, dengan penerapan teori AISAS serta prinsip komunikasi pemasaran digital. Selama empat bulan masa implementasi, terjadi peningkatan signifikan pada akun TikTok @seronacoffee, yaitu penambahan 2.659 pengikut, serta satu konten berhasil meraih 490.000 tayangan dan menghasilkan 702 pengikut baru. Temuan ini membuktikan bahwa strategi konten yang terencana dan berbasis nilai inklusif efektif dalam membangun *brand awareness* secara digital.

Kata Kunci: Perencanaan Konten, Brand Awareness, TikTok, Konten Inklusif.

PRAKATA

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran 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 persyaratan Diploma-3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Laporan TA 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. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erland Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi.
4. Raden Sulistyo Wibowo, S.Sn.,M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom., Sekretaris Program Studi Periklanan.
7. Zaenab, S.S., M.Si., Selaku Dosen Pembimbing I.
8. Freddy Yakob, M.I.Kom., Selaku Dosen Pembimbing II.
9. Seluruh dosen dan tenaga pendidikan, beserta civitas Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah membantu, melayani dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Media Kreatif.
10. Orang tua dan keluarga penulis yang telah membantu dan mendukung penuh penulis dalam berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif.
11. Needs Creative Agency Team yaitu Kak Alip, Kak Dara, Kak Kiky, Kak Egan, Kak Dinda, Kak Zola, Kak Danu, Kak Zachtra, Kak Putri, Kak Hamka, Kak Vigo, Taqi, Yoora, Kak Insan, dan Achan yang sudah menemani dan mendukung penulis dalam menjalani Praktik Industri.

12. Seluruh teman-teman prodi Periklanan yang telah merangkul dan membantu penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif.
13. Qolila, Syeza, dan juga Amah yang selalu menjadi support system penulis dalam merancang laporan ini.
14. Rianthea Valysa alias Sasha yang sudah menjadi teman saya menjalani kegiatan perkuliahan dari semester satu sampai saat ini.
15. Untuk Createlier dan Estungkara yaitu Sasha, Varlo, Luthfi, Shaka, dan Haikal yang sudah menemani dan menjadi teman seperjuangan penulis dari awal perkuliahan.
16. *Calon Entrepreneur* selaku teman dan sahabat dari masa awal perkuliahan yang telah berjuang bersama penulis sampai saat ini.

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

Jakarta, 20 Juli 2025

Penulis,



Aisyah Ghaida Meldi
NIM 22704040008

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
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 Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Komunikasi Pemasaran	8
B. Media Sosial	11
C. Tiktok	13
D. Perancangan Konten (<i>Content Plan</i>).....	15
E. Analisis SWOT	18
F. Analisis STP	19
I. <i>Brand Awareness</i>	26
BAB III METODE PELAKSANAAN	31
A. Data Penulisan	31

B. Teknik Pengumpulan Data	33
C. Ruang Lingkup Penulis.....	36
D. Langkah Kerja.....	39
BAB IV PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum.....	46
B. Analisis Konten Inklusif	50
C. Alur Pekerjaan Perancangan Konten	54
D. Analisis Metriks Awareness.....	79
BAB V PENUTUP	99
A. Simpulan.....	99
B. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Tren Konsumsi Kopi Indonesia Tahun 2023	1
Gambar 2. Data Media Sosial Yang Digemari Tahun 2025.....	3
Gambar 3. Logo Needs Creative Agency.....	31
Gambar 4. Logo Serona Coffee.....	32
Gambar 5. Tahapan Kerja Needs Creative Agency.....	40
Gambar 6. Logo Serona Coffee.....	46
Gambar 7. Konten-Konten Serona Sebelumnya.....	47
Gambar 8. Tiktok Serona Coffee	48
Gambar 9. Konten <i>Mini Vlog</i> Serona	51
Gambar 10. Konten <i>Storytelling</i> Serona.....	52
Gambar 11. Konten <i>Slide</i> Serona	53
Gambar 12. Konten Interaktif Serona	54
Gambar 13. Konten <i>Engagement</i> Serona	54
Gambar 14. <i>Metrik Insight</i> TikTok mingguan	63
Gambar 15. Perencanaan <i>Meeting</i> Audit.....	64
Gambar 16. Trending Tiktok Creative Center.....	65
Gambar 17. Contoh Penulisan <i>Brief</i> Serona Coffee.....	73
Gambar 18. Contoh Revisi <i>Brief</i> Serona Coffee	75
Gambar 19. Finalisasi <i>Brief</i> Serona Coffee	76
Gambar 20. <i>Top 4 Content</i> Serona Coffee	79
Gambar 21. <i>Top Content</i> Pertama	81
Gambar 22. <i>Insight Top Content</i> Pertama	82
Gambar 23. <i>Top Content</i> Kedua.....	83
Gambar 24. <i>Insight Top Content</i> Kedua.....	83
Gambar 25. <i>Top Content</i> Ketiga	84
Gambar 26. <i>Insight Top Content</i> Ketiga	84
Gambar 27. <i>Top Content</i> Keempat	86
Gambar 28. <i>Insight Top Content</i> Keempat.....	86
Gambar 29. <i>Followers</i> Serona Sebelum Penulis <i>Handle</i>	87
Gambar 30. <i>Followers</i> Serona Sesudah Penulis <i>Handle</i>	87
Gambar 31. <i>Matriks Awareness</i> Serona Coffee	88
Gambar 32. Kata Kunci Tertinggi di Kolom Komentar.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Segmentasi Serona Coffee	58
Tabel 2. Targeting Serona Coffee	59
Tabel 3. Positioning Serona Coffee.....	60
Tabel 4. Objektif Konten AISAS	67
Tabel 5. Content Pillar Serona	69
Tabel 6. Hasil Akhir Brief Serona.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara Serona Coffee	106
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa	109
Lampiran 3. Lampiran 3. Lembar Bimbingan Pembimbing Tugas Akhir	112
Lampiran 4. Lembar Bimbingan Pembimbing Tugas Akhir.....	113
Lampiran 5. Sertifikat Praktik Industri.....	114
Lampiran 6. Dokumentasi Terkait Tugas Akhir.....	115
Lampiran 7. Hasil Cek Plagiarisme	116
Lampiran 8. Sertifikat Kompetensi	117
Lampiran 9. Dokumentasi Sidang Tugas Akhir	118