

LAPORAN TUGAS AKHIR

PENGELOLAAN *PROJECT DIGITAL CAMPAIGN* *NEW PRODUCT LAUNCHING* INDOMILK KENTAL MANIS DURIAN MUSANG KING UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* TAHUN 2025

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar (A.Md) Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

BAGUS ACHMAD FIRDAUS

NIM: 2270404023

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan *Project Digital Campaign New Product Launching* Indomilk Kental Manis Durian Musang King Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* tahun 2025
Penulis : Bagus Achmad Firdaus
NIM : 2270404023
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, tanggal 23 Juli 2025.

Disahkan Oleh:
Ketua Penguji



Pratiwi Kusumawardhani, M.Ds.
NIP 198512082014042002

Anggota 1



Dr. Ressa Uli Patrissia, S.S., M.I.Kom., AMIPR

Anggota 2



Rizky Kestanegara, M.Si.
NUPTK 9447761662131482

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum.
NIP 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul : *Pengelolaan Project Digital Campaign New Product
Launching Indomilk Kental Manis Durian Musang King Untuk Meningkatkan
Brand Awareness Tahun 2025*
Penulis : Bagus Achmad Firdaus
NIM : 2270404023
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 18 Juni 2025

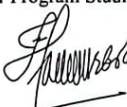
Pembimbing 1


Rizky Kertanegara, S.S., M.Si
NIP.198301152014041001

Pembimbing 2


Firda Nida Fauziyyah, S.I.Kom

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan


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

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini

Penulis : Bagus Achmad Firdaus

NIM : 2270404023

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2022

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

“ Pengelolaan *Project Digital Campaign New Product Launching* Indomilk Kental Manis
Durian Musang King Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Tahun 2025”

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, 07 Juli 2025

Y

Bagus Achmad Firdaus

NIM. 2270404023

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas akademika Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Penulis : Bagus Achmad Firdaus
NIM : 2270404023
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2022

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 “ *Pengelolaan Project Digital Campaign New Product Launching Indomilk Kental Manis Durian Musang King Untuk Meningkatkan Brand Awareness Tahun 2025*”

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 sebenar benarnya

Jakarta, 07 Juli 2025


Bagus Achmad Firdaus
NIM. 2270404023

ABSTRAK

In the digital era, communication strategy is a key element in building brand awareness. Indomilk Kental Manis launched the Mendadak Durian campaign to introduce its new Durian Musang King variant through a digital approach. This final project explores the author's role as an Account Executive at i-dac Indonesia in managing the campaign. The author was responsible for handling client communication, preparing briefs, coordinating internal teams, and delivering media performance reports. The campaign resulted in significant increases in reach, views, and engagement highlighting the vital role of an Account Executive in bridging client expectations with internal execution in an effective and structured manner.

Keyword: *Account Executive, Indomilk Kental Manis, Digital Campaign, Brand Awareness*

Di era digital, strategi komunikasi menjadi elemen penting dalam membangun *brand awareness*. Indomilk Kental Manis meluncurkan kampanye Mendadak Durian untuk memperkenalkan varian baru Durian Musang King melalui pendekatan digital. Tugas akhir ini membahas peran penulis sebagai *Account Executive* di i-dac Indonesia dalam pengelolaan kampanye tersebut. Penulis bertanggung jawab dalam mengelola komunikasi dengan klien, menyusun *brief*, mengoordinasikan kebutuhan tim internal, serta menyampaikan laporan performa media. Hasil kampanye menunjukkan peningkatan signifikan pada jangkauan, tayangan, dan interaksi, serta menegaskan pentingnya peran *Account Executive* dalam menjembatani ekspektasi klien dengan eksekusi tim internal secara efektif dan terstruktur.

Kata kunci: *Account Executive, Indomilk Kental Manis, Kampanye Digital, Brand Awareness*

PRAKATA

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Allah Yang Maha Esa dan Nabi Muhammad SAW., karena telah memberikan berkat berupa kesehatan, kekuatan, kemampuan, dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan penuh. Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mengikuti mata kuliah tugas akhir pada Program Studi Periklanan Jurusan Komunikasi di Politeknik Negeri Media Kreatif dan meraih gelar A.Md.I.Kom (ahli madya ilmu komunikasi) sebagai syarat kelulusan jenjang D3 (Diploma 3).

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, SE., M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Media Kreatif.
3. Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi.
4. Sulistyowibowo, 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. Rizky Kertanegara, M.Si. Dosen Pembimbing 1 Tugas Akhir.
8. Firda Nida Fauziyyah, S.I.Kom., Dosen pembimbing 2 Tugas Akhir.
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. Kepada Mama yang senantiasa memberikan doa dan semangat sehingga Tugas Akhir dapat dilaksanakan dengan lancar.

11. Kepada Wasi Zada, terima kasih telah memberikan kesempatan untuk menjalani praktik industri di i-dac Indonesia dan mengenal lebih dalam tentang industri periklanan khususnya di *Account Executive*.
12. Teman teman penulis yang senantiasa mendukung penulis untuk segera menyelesaikan tugas akhir.

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

Jakarta, 07 Juli 2025

Pernulis,



Bagus Achmad Firdaus

NIM 2270404023

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penulisan	7
F. Manfaat Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Komunikasi	10
B. Periklanan.....	13
C. Media Sosial.....	15
D. <i>Brand Awareness</i>	18
E. <i>Account Executive</i>	20
F. Hubungan Teori dan Praktik	21
BAB III MODE PELAKSANAAN	24
A. Data Perusahaan	24
B. Teknik Pengumpulan Data	29
C. Ruang Lingkup.....	31
D. Langkah Kerja.....	33

BAB IV METODE PELAKSANAAN	35
A. Gambaran Umum Permasalahan.....	35
B. Strategi Komunikasi Digital Indomilk Kental Manis Durian Musang King.....	38
C. Penguatan <i>Brand Awareness</i> melalui Konten Digital	41
D. Proses Pengelolaan Proyek Kampanye	43
E. Hasil Pekerjaan.....	46
F. Objective	51
G. Perbandingan.....	54
BAB V KESIMPULAN.....	56
A.Simpulan	56
B Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Volume Penjualan FMCG	2
Gambar 2 Data Volume Penjualan Kental Manis di Indonesia	2
Gambar 3 Unsur-Unsur Komunikasi	13
Gambar 4 Piramida <i>Brand Awareness</i>	19
Gambar 5 Logo Perusahaan	24
Gambar 6 Klien i-dac Indonesia	27
Gambar 7 Logo Indomilk Kental Manis	28
Gambar 8 Profil Digital Aset Indomilk Kental Manis	29
Gambar 9 Alur Kerja Account Executive	34
Gambar 10 Key Visual Kampanye Mendadak Durian.....	36
Gambar 11 Digital Asset Indomilk Kental Manis.....	40
Gambar 12 Pillar Konten Kampanye Mendadak Durian	41
Gambar 13 Dokumentasi Meeting dengan tim internal	43
Gambar 14 Mengirimkan Job Request ke tim terkait melalui email	44
Gambar 15 Report Bulanan Performa Media Sosial Indomilk Kental Manis	46
Gambar 16 Brief Tim Kreatif revisi feedback dari klien	47
Gambar 17 Brief KOL Whitelist	47
Gambar 18 Brief Media Tim untuk Boosting Konten	48
Gambar 19 Notulensi Meeting	49
Gambar 20 Konten Indomilk Kental Manis	50
Gambar 21 Insight Report Performa Bulanan	51
Gambar 22 Hasil Wawancara Via Google Meet Bersama Account Manager dan Tim	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1 KPI Kampanye Mendadak Durian	52
Tabel 2 KPI Kampanye Mendadak Durian di Media Sosial.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara.....	63
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup.....	66
Lampiran 3 Salinan Pembimbing TA.....	69
Lampiran 4 Surat Keterangan Magang	71
Lampiran 5 Dokumentasi Kegiatan	72
Lampiran 6 Dokumentasi Sidang Tugas Akhir	74
Lampiran 7 Lembaran Hasil Cek Plagiarisme	75
Lampiran 8 Sertifikat TOEFL	76