

LAPORAN TUGAS AKHIR

PENGELOLAAN CAMPAIGN “*CREATE YOUR OWN BEAUTY PRIVILEGE*” BERBASIS *USER GENERATED CONTENT* (UGC) UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
(A.Md) Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Oleh :

AUDITA ARI SORAYA

2370404025

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan *Campaign* “*Create Your Own Beauty Privilege*” Berbasis *User Generated Content* (UGC) Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*

Penulis : Audita Ari Soraya

NIM : 2370404025

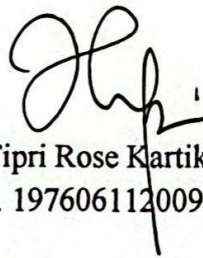
Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada hari Kamis, 16 Juli 2026

Disahkan oleh:

Ketua Penguji



Dr. Tipri Rose Kartika, M.M.
NIP. 197606112009122002

Anggota 1



Dr. Ressa Uli Patrisia, M.I.Kom.
NUPTK. 8250760661230173

Anggota 2



Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si.
NIP. 199410152019032015

Mengetahui
Ketua Jurusan Komunikasi



Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M
NIP. 197106062006041001

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Campaign “*Create Your Own Beauty Privilege*” berbasis *User Generated Content* (UGC) untuk Meningkatkan *Brand Awareness*

NIM 2370404025

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Kamis, 11 Juni 2026

Pembimbing 1


Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si.
NIP. 199410152019032015

Pembimbing 2


Faika A. Rahadian S.E., M.Com

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	: Audita Ari Soraya
NIM	: 2370404025
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Pengelolaan Campaign "Create Your Own Beauty Privilege" berbasis User Generated Content (UGC) untuk Meningkatkan Brand Awareness

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, 9 Juni 2025

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila logo, the text '10000', 'METRAI TEMPAK', and a barcode with the number 'DCC31AOX038630003'.

Audita Ari Soraya
NIM: 2370404025

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Audita Ari Soraya
NIM : 2370404025
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

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 Campaign "Create Your Own Beauty Privilege" berbasis User Generated Content (UGC) untuk Meningkatkan Brand Awareness*

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, 0 Juni 2026

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a red and white 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the serial number 472FEAOX034639008.

Audita Ari Soraya
NIM: 2370404025

ABSTRACT

As digital technology continues to evolve, User Generated Content (UGC) has become an effective strategy for increasing brand awareness through authentic and audience-relevant content. This final project discusses the role of the Account Executive at PT Flux Asia Solusindo in managing the "Create Your Own Beauty Privilege" campaign for ZAP Premiere on the TikTok platform using the SOSTAC analytical framework. The Account Executive was responsible for managing client communication, coordinating the internal team, organizing the campaign timeline, and monitoring the campaign implementation. The campaign successfully exceeded its target of 5,000,000 views, achieving 6,336,770 views, or 126.74% of the target. Furthermore, the performance of ZAP Premiere's TikTok account increased by 77.76%, with an additional 2,184,660 views after the campaign, as total views rose from 2,809,430 before the campaign to 4,994,090 after its implementation. These findings indicate that the Account Executive played a significant role in ensuring the campaign was executed effectively and contributed to enhancing ZAP Premiere's brand awareness.

Keywords: Account Executive (AE), User Generated Content (UGC), SOSTAC, Brand Awareness, TikTok.

ABSTRAK

Di era digital saat ini, *User Generated Content (UGC)* menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness* melalui konten yang autentik dan relevan bagi audiens. Tugas akhir ini membahas peran *Account Executive* di PT Flux Asia Solusindo dalam mengelola campaign "*Create Your Own Beauty Privilege*" untuk ZAP Premiere melalui platform TikTok dengan menggunakan kerangka analisis SOSTAC. *Account Executive* bertanggung jawab dalam mengelola komunikasi dengan klien, mengoordinasikan tim internal, mengatur *timeline campaign*, serta memantau pelaksanaan *campaign*. *Campaign* ini berhasil melampaui target sebesar 5.000.000 *views* dengan pencapaian 6.336.770 *views* atau 126,74% dari target. Selain itu, performa akun TikTok ZAP Premiere meningkat sebesar 77,76% atau 2.184.660 *views* setelah *campaign* dilaksanakan, dengan total *views* meningkat dari 2.809.430 *views* menjadi 4.994.090 *views*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peran *Account Executive* berkontribusi penting dalam memastikan pelaksanaan *campaign* berjalan efektif serta mendukung peningkatan *brand awareness*.

Kata Kunci: *Account Executive (AE), User Generated Content (UGC), SOSTAC, Brand Awareness, TikTok.*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa dan Nabi Muhammad SAW yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan praktik industri ini dengan baik. Tujuan tugas akhir dari penulisan 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).

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *Account Executive* yang bertanggung jawab dalam mengelola campaign "*Create Your Own Beauty Privilege*" berbasis *User Generated Content* (UGC) untuk meningkatkan *brand awareness* ZAP Premiere pada platform *TikTok*. Tugas yang dilakukan meliputi melakukan riset dan pengumpulan data terkait kebutuhan klien, menjalin komunikasi serta koordinasi dengan pihak internal dan eksternal perusahaan, menyusun dan menyampaikan *brief campaign* kepada tim terkait, memantau pelaksanaan campaign, serta melakukan monitoring dan evaluasi kinerja campaign.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta
2. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D., selaku Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Komunikasi.
4. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn. selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S., M.Si selaku Koordinator Program Studi Periklanan.

6. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Periklanan
7. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si. Selaku Dosen Pembimbing 1 Dalam Pembuatan Tugas Akhir.
8. Faika A. Rahmadian S.E.,M.Com selaku Dosen Pembimbing II Dalam Pembuatan Tugas Akhir.
9. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah membantu dan melayani mahasiswa selama menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Media Kreatif.
10. Keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan kepada penulis
11. Fajar yang selalu hadir memberikan dukungan, semangat, serta menemani dan membantu penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
12. Ciwi - ciwi yang telah memberikan kebersamaan, semangat, selama menjalani masa perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir ini.
13. The Adams dan Reality Club yang telah memberikan semangat kepada penulis melalui karya dan musiknya dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
14. Teman-teman Periklanan angkatan 23 yang telah bersama-sama menjalani proses perkuliahan, berbagi pengalaman, serta saling memberikan dukungan sampai pada tahap proses pembuatan Tugas Akhir.

Jakarta, 9 Juni 2026
Penulis

Audita Ari Soraya
NIM 2370404025

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	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.....	8
F. Manfaat Penulisan.....	8
1. Manfaat Penulis.....	8
2. Manfaat untuk Politeknik Negeri Media Kreatif	9
3. Manfaat untuk Masyarakat.....	10
BAB II KAJIAN TEORI	11
A. Komunikasi	11
B. Periklanan.....	13
C. <i>Brand Awareness</i>	15
D. <i>Campaign Digital</i>	18
E. <i>Account Executive</i>	20

F. <i>User Generated Content (UGC)</i>	22
G. SOSTAC.....	24
H. <i>Tools Pendukung Account Executive</i>	27
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	31
A. Data Perusahaan	31
1. Profil dan Logo Perusahaan	31
B. Teknik Pengumpulan Data	40
C. Ruang Lingkup.....	42
1. Peran Penulis.....	42
2. Kategori Karya	43
3. Ide Karya.....	44
D. Langkah Kerja.....	44
BAB IV PEMBAHASAN.....	49
A. Gambaran Umum Permasalahan.....	49
B. Proses Alur Kerja Peran <i>Account Executive</i>	52
1. Pra – Produksi	53
2. Produksi.....	58
3. Pasca Produksi	61
C. Hasil Pekerjaan.....	63
D. Analisis SOSTAC.....	67
E. Perbandingan.....	75
BAB V PENUTUP.....	89
A. Simpulan	89
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis SOSTAC Peran Account Executive.....	68
Tabel 2 Perbandingan Target Key Performance Indicator (KPI).....	76
Tabel 3 Analisis AISAS pada salah satu konten UGC	77
Tabel 4 Data Views 12 Konten Sebelum Campaign UGC	79
Tabel 5 Data Views 12 Konten Sesudah Campaign UGC.....	83
Tabel 6 Perbandingan Performa Sebelum dan Sesudah Campaign UGC	86
Tabel 7 Top 3 Best Performing Content pada Akun TikTok ZAP Premiere.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Statistik UGC	3
Gambar 2 Data Platfrom Sosial Media untuk UGC	4
Gambar 3 Brand Awaremess Pyramid	16
Gambar 4 Logo Perusahaan	31
Gambar 5 Struktur Perusahaan.....	34
Gambar 6 Klien yang pernah bekerja sama dengan PT Flux Asia Solusindo.....	40
Gambar 7 Alur Kerja Account Executive Sumber : Data Penulis.....	52
Gambar 8 Meeeting dengan Klien	53
Gambar 9 Dokumen Minutes of Meeting (MoM).....	54
Gambar 10 Meeting dengan Tim Internal	55
Gambar 11 Timeline Campaign UGC	56
Gambar 12 komunikasi dengan Klien.....	57
Gambar 13 Arrangement Meeting.....	58
Gambar 14 Follow Up Progres Campaign UGC	59
Gambar 15 Follow Up Revisi Klien.....	60
Gambar 16 Alternative Pillar 2 Campaign UGC.....	61
Gambar 17 Getcore Campaign UGC ZAP Premiere	62
Gambar 18 Campaign Report UGC	63
Gambar 19 Dokumen MInutes of Meeting	64
Gambar 20 Timeline Campaign	65
Gambar 21 Campaign Report UGC ZAP Premiere	66
Gambar 22 Getcore UGC ZAP Premiere	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup.....	94
Lampiran 2. Salinan Pembimbing TA.....	98
Lampiran 3. Surat Keterangan Magang	100
Lampiran 4. Dokumentasi Kegiatan	100
Lampiran 5. Lembar Hasil Cek Plagiarisme	103
Lampiran 6. Sertifikasi Kompetensi	105