

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERENCANAAN KONTEN INSTAGRAM
@KOPERASIDIGITALPROPERTREE BERBASIS *CUSTOMER*
***JOURNEY* DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT**
KEANGGOTAAN

Diajukan sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar

Ahli Madya



DISUSUN OLEH:
FATHIMAH WARDAH AZZAHRA
NIM.2370404048
PROGRAM STUDI D3 PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA

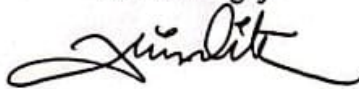
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perencanaan Konten Instagram
@koperasidigitalproptree Berbasis *Customer journey*
Dalam Upaya Meningkatkan Minat Keanggotaan
Penulis : Fathimah Wardah Azzahra
NIM : 2370404048
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 15 Juli 2024

Disahkan Oleh,
Ketua Penguji



Anindita Budi Astuti, M.M.
NIP. 198103052008122001

Anggota 1



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

Anggota 2



Naldo, M.Si
NUPTK.2251764665130293



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perencanaan Konten Instagram @koperasidigitalproptree
Berbasis *Customer Journey* Dalam Upaya Meningkatkan
Minat Keanggotaan
Penulis : Fathimah Wardah Azzahra
NIM : 2370404048
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah disepakati dan disetujui untuk disidangkan.
Ditanda tangani di Jakarta, 12 Juni 2026

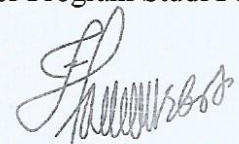
Pembimbing I


Rizky Kertanegara, M.Si
NUPTK. 9447761662131482

Pembimbing II


Naldo, M.Si
NUPTK.2251764665130293

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 : Fathimah Wardah Azzahra

NIM : 2370404048

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Perencanaan Konten Instagram @koperasidigitalproptree Dalam Upaya
Meningkatkan Minat Keanggotaan

**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, 3 Juli.....2026

Yang menyatakan,



Fathimah Wardah Azzahra

NIM. 2370404048

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Fathimah Wardah Azzahra
NIM : 2370404048
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:

Perencanaan Konten Instagram @koperasidigitalproptree Berbasis Customer Journey Dalam Upaya Meningkatkan Minat Keanggotaan

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, ... 3 Juli2026

Yang menyatakan,



Fathimah Wardah Azzahra
NIM: 2370404048

ABSTRAK

Propertree Digital Cooperative (KDP) is the first property-based digital cooperative in Indonesia to utilize the Instagram account @koperasidigitalpropertree as a marketing communication tool to reach prospective members. Observations show that the published content is still dominated by the Awareness stage, while the Consideration, Decision, Retention, and Advocate stages have not been distributed proportionally, thereby hindering the conversion of prospective members. This final project aims to develop an alternative Instagram content planning strategy based on the customer journey to increase interest in membership, drawing on the framework proposed by Chaffey and Ellis-Chadwick (2022). The methodology involves observation and literature review, processed through pre-production, production, and post-production phases. The discussion begins with an analysis of Segmentation, Targeting, and Positioning (STP), followed by the mapping of six content pillars at each stage of the customer journey, which are then broken down into 50 content topics, content briefs, and a three-month editorial calendar, supplemented by a KPI monitoring plan for each stage. The conclusion indicates that customer journey-based content planning results in a communication strategy that is more structured, phased, and relevant to the audience's needs at every phase of the decision-making process to join KDP as a member.

Key Word: *Customer journey, Content Plan, Instagram, Digital Cooperative, Editorial Calendar*

Koperasi Digital Propertree (KDP) merupakan koperasi digital berbasis properti pertama di Indonesia yang memanfaatkan akun Instagram @koperasidigitalpropertree sebagai sarana komunikasi pemasaran untuk menjangkau calon anggota. Observasi menunjukkan konten yang dipublikasikan masih didominasi tahap Awareness, sementara tahap Consideration, Decision, Retention, dan Advocate belum terdistribusi proporsional sehingga menghambat konversi calon anggota. Tugas Akhir ini bertujuan menyusun alternatif karya perencanaan konten Instagram berbasis *customer journey* untuk meningkatkan minat keanggotaan, mengacu pada kerangka Chaffey dan Ellis-Chadwick (2022). Metode dilakukan melalui observasi dan studi pustaka, diproses melalui praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Pembahasan diawali analisis Segmentation, Targeting, dan Positioning (STP), dilanjutkan pemetaan enam content pillar pada setiap tahap *customer journey*, lalu diturunkan menjadi 50 topik konten, content brief, dan editorial calendar tiga bulan, dilengkapi rencana monitoring KPI per tahap. Simpulan menunjukkan perencanaan konten berbasis *customer journey* menghasilkan strategi komunikasi yang lebih terstruktur, bertahap, dan relevan dengan kebutuhan audiens di setiap fase pengambilan keputusan bergabung sebagai anggota KDP.

Kata Kunci: Perjalanan Pelanggan, Perencanaan Konten, Instagram, Koperasi Digital, Editorial Kalender

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan kasih sayang dan kekuatan-Nya, sehingga penulis dapat menuntaskan penyusunan tugas akhir ini dengan judul “Perencanaan Konten Instagram @koperasidigitalproptree Berbasis *Customer journey* Dalam Upaya Meningkatkan Minat Keanggotaan”. Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kesehatan, kekuatan, kemudahan, dan kelancaran dalam setiap proses penyusunan tugas akhir ini.
2. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
3. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D., selaku Wakil Direktur Bidang Akademik.
4. Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Komunikasi.
5. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn. selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi.
6. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan.
7. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Periklanan.
8. Rizky Kertanegara, M.Si., selaku dosen pembimbing I.
9. Naldo, M.Si., selaku dosen pembimbing II
10. Ibu, Bapak, Kakak dan kedua kucing kesayangan penulis (Kuna dan Molly) yang telah memberikan dukungan, doa yang tidak pernah terputus, kasih sayang, rasa semangat, pengorbanan yang tidak terhingga, perhatian dan motivasi untuk penulis dalam membantu memberikan arahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
11. Bang Sagab, Bang Okto, Farrah, Ka Ayas, Ka Citra, Ka Bella, Ka Sabil, Ka Tapta, Bang David, Bang Obed, Ka Raja yang telah berbagi pengalaman dengan penulis di dunia industri selama praktik industri
12. Chinta, Sofie, Rianti, Dini, Dhea, Salma, dan teman-teman seperjuangan yang telah menemani proses perkuliahan dan penyusunan tugas akhir, serta

memberikan bantuan, semangat, dan kebersamaan yang berkesan untuk penulis.

13. Mutha, Muthi, dan Azizah yang senantiasa memberikan dorongan semangat dan juga do'a yang tak pernah terputus untuk penulis dalam penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini.
14. Park Jisung, yang melalui kerja keras, dedikasi, dan semangatnya telah menjadi salah satu sumber motivasi bagi penulis untuk terus berusaha dan tidak menyerah dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan memberikan dukungan selama proses penyusunan laporan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari kesempurnaan. Segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan tangan terbuka sebagai bahan evaluasi untuk langkah ke depan. Besar harapan penulis agar karya ini bisa dapat memberikan kontribusi nyata dan inspirasi bagi pembaca, terutama bagi mereka yang saat ini juga sedang berjuang dalam perjalanan yang sama.

Jakarta, 3 Juli 2026

Penulis,



Fathimah Wardah Azzahra

NIM: 2370404048

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
E. Tujuan Penulisan	8
F. Manfaat Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Komunikasi Pemasaran	10
B. Media Sosial	12
C. <i>Segmentation, Targeting, Positioning (STP)</i>	15
D. Strategi Konten Media Sosial.....	18
E. Definisi Minat Keanggotaan.....	24
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	26
A. Data/Objek Penulisan	26
B. Teknik Pengumpulan Data	30
C. Ruang Lingkup	34
D. Langkah Kerja	37
BAB IV PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Umum	46
B. Analisis STP Kompetitor	50
C. Strategi Konten Media Sosial.....	53
BAB V KESIMPULAN.....	104

A.	Simpulan.....	104
B.	Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....		107

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis STP Koperasi Digital Propertree dan Kompetitor.....	50
Tabel 2 Pemetaan Tahapan Customer Journey	56
Tabel 3 Pemetaan <i>Pillar</i> per <i>Customer journey</i>	57
Tabel 4 Content Plan Tahap Awareness.....	61
Tabel 5 Content Plan Tahap Consideration.....	63
Tabel 6 Content Plan Tahap Decision	65
Tabel 7 Content Plan Tahap Retention.....	67
Tabel 8 Content Plan Tahap Advocate	69
Tabel 9 Content Brief Tahap Awareness, Pillar Financial Literacy.....	71
Tabel 10 <i>Content Brief</i> Tahap <i>Consideration</i> , <i>Pillar Product Knowledge</i>	73
Tabel 11 Content Brief Tahap Decision, Pillar Finansial Habit Building.....	75
Tabel 12 Content Brief Tahap Retention, Pillar Riding The Wave	78
Tabel 13 Content Brief Tahap Advocate, Pillar Social Proof	79
Tabel 14 Content Brief Tahap Advocate, Pillar Community Showcase	80
Tabel 15 Editorial Calendar @koperasidigitalpropertree.....	86
Tabel 16 Rencana Monitoring	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Kondisi Koperasi Berdasarkan Sektor Usaha.....	1
Gambar 2	Statistik Pengguna Instagram Januari 2026.....	2
Gambar 3	Rapat Anggota Tahunan Koperasi Digital Propertree	4
Gambar 4	Logo Perusahaan.....	26
Gambar 5	Grand Opening kantor Koperasi Digital Propertree	26
Gambar 6	Struktur Organisasi Propertree Group	28
Gambar 7	Alur Langkah Kerja	37
Gambar 8	Akun Instagram @koperasidigitalpropertree.....	46
Gambar 9	Insight Instagram @koperasidigitalpropertree Pada Periode Nov 2025 - Jan 2026	47
Gambar 10	Jumlah Anggota Koperasi Digital Propertree 2023 - Januari 2026 .	49
Gambar 11	Future Consumer 2028	53
Gambar 12	Emotional Trajectory Index 2028	54
Gambar 13	Data Queri Terpopuler Tentang Finansial 1 Minggu Terakhir.....	83
Gambar 14	Pencarian Populer Di Indonesia Dalam 1 Minggu Terakhir	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Biodata Penulis	109
Lampiran 2: Salinan Lembar Pembimbingan TA Dosen Pembimbing I	111
Lampiran 3: Salinan Lembar Pembimbingan TA Dosen Pembimbing II	112
Lampiran 4: Surat Keterangan Magang	113
Lampiran 5: Transkrip Wawancara Narasumber 1	114
Lampiran 6: Transkrip Wawancara Narasumber 2	116
Lampiran 7: Transkrip Wawancara Narasumber 3	118
Lampiran 8: Transkrip Wawancara Narasumber 4	120
Lampiran 9: Transkrip Wawancara Narasumber 5	122
Lampiran 10: Transkrip Wawancara Narasumber 6	124
Lampiran 11: Transkrip Wawancara Narasumber 7	126
Lampiran 12: Dokumentasi Kegiatan Terkait dengan Tugas Akhir	128
Lampiran 13: Hasil Cek Plagiarisme	134