

# **LAPORAN TUGAS AKHIR**

## **PENGELOLAAN ALUR KERJA *ACCOUNT EXECUTIVE* PADA KONTEN *PODCAST* SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* HAPPILY DI FACEBOOK**

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



**Disusun Oleh :**

**Meilandri Vikash Athalla Nasution**

**2370404073**

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

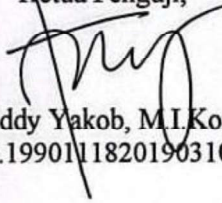
**2026**

## LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

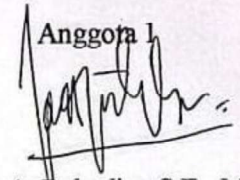
Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Alur Kerja Account Executive Pada  
Konten Podcast Sebagai Upaya Meningkatkan Brand  
Awareness Happily di Facebook  
Penulis : Meilandri Vikash Athalla Nasution  
NIM : 2370404073  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi

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

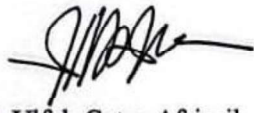
Disahkan oleh:  
Ketua Penguji,

  
Freddy Yakob, M.I.Kom.  
NIP.199011182019031009

Anggota 1

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

Anggota 2

  
Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., MM  
NIP.198605092019032011

Mengetahui  
Ketua Jurusan Komunikasi  


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

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul : Pengelolaan Alur Kerja Konten Podcast Sebagai Upaya  
Account Executive Dalam Meningkatkan Brand Awareness  
Happily Di Facebook

Nama : Meilandri Vikash Athalla Nasution  
NIM : 2370404073  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi  
Tahun Akademik : 2025/2026

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.  
Ditandatangani di ..Jakarta., 12. Juni..2026....

Pembimbing I



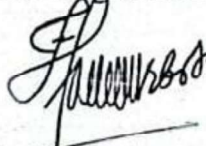
Maria Ulfah Catur Afriasih,  
S.Pd., MM  
NIP. 198605092019032011

Pembimbing II



Ratna Puspitasari Ardjani, MFB  
NIDN. 070450023

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si.  
NIP. 19921113019032025

## PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Meilandri Vikash Athalla Nasution  
NIM : 2370404073  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi  
Tahun Akademik : 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: "Pengelolaan Alur Kerja *Account Executive* Pada Konten Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness* Happily di Facebook Happily di Facebook " 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, 16 Juli 2026

Yang menyatakan,



Meilandri Vikash Athalla Nasution

NIM: 2370404073

## PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Meilandri Vikash Athalla Nasution  
NIM : 2370404073  
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 Alur Kerja *Account Executive* Pada Konten Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness* Happily di Facebook Happily di Facebook” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

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 sebagaipemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 16 Juli 2026

Yang menyatakan,



Meilandri Vikash Athalla Nasution

NIM: 2370404073

## ABSTRAK

*Happily is an adult diaper brand that continues to face challenges in increasing its brand awareness. To support this objective, Happily utilizes the Podcast Kata Dokter Happily content published on Facebook as a communication medium to engage with its audience. This study aims to examine the content workflow management of the podcast as an Account Executive's effort to enhance Happily's brand awareness on Facebook. The methods employed in this study include observation and literature review conducted during the internship at Crimson Agency. The results indicate that the content workflow management was carried out through the pre-production, production, and post-production stages involving coordination among the client, the internal team, and the production vendor. Based on the analysis using the Coordination Theory Framework, the activities of communication and monitoring, as well as the interdependencies of flow and shared resources, supported the effectiveness of the content workflow management, although several revisions required adjustments due to the production vendor's technical considerations. The structured workflow management contributed to improving Happily's brand awareness on Facebook, as reflected in the increase in reach and views during the publication period of the Podcast Kata Dokter Happily.*

**Keywords:** *Account Executive; brand awareness; Content workflow management; coordination theory.*

Happily merupakan *brand* popok dewasa yang masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan *brand awareness*. Untuk mendukung upaya tersebut, Happily memanfaatkan konten *Podcast Kata Dokter Happily* yang dipublikasikan melalui Facebook sebagai media komunikasi dengan audiens. Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan alur kerja konten Podcast sebagai upaya *Account Executive* dalam meningkatkan *brand awareness* Happily di Facebook. Metode yang digunakan meliputi observasi dan studi pustaka selama pelaksanaan di Crimson Agency. Hasil penulisan menunjukkan bahwa pengelolaan alur kerja konten dilakukan melalui tahapan *preproduction*, *production*, dan *post-production* yang melibatkan koordinasi antara klien, tim internal, dan vendor produksi. Berdasarkan analisis menggunakan *Framework Coordination Theory*, aktivitas *communication* dan *monitoring* serta hubungan *flow* dan *shared resources* mendukung kelancaran pengelolaan konten, meskipun terdapat revisi yang memerlukan penyesuaian karena pertimbangan teknis vendor produksi. Pengelolaan alur kerja tersebut mendukung peningkatan *brand awareness* Happily di Facebook yang ditunjukkan melalui peningkatan *reach* dan *views* selama periode publikasi *Podcast Kata Dokter Happily*.

**Kata Kunci:** *Account Executive; brand awareness; coordination theory; pengelolaan alur kerja konten.*

## **PRAKATA**

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Pengelolaan Alur Kerja Account Executive Pada Konten Podcast Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness Happily Di Facebook” dengan baik.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Periklanan, Jurusan Komunikasi, Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta. Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis memperoleh banyak pengetahuan dan pengalaman, khususnya dalam memahami pengelolaan alur kerja konten serta peran *Account Executive* dalam mendukung efektivitas komunikasi pemasaran digital.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan 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. sebagai Wakil Direktur Bidang Akademik dan Kerja Sama.
3. Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Komunikasi Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta;
4. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta;
5. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta;
6. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Periklanan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta;
7. Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan Tugas Akhir;
8. Ratna Puspitasari Ardjani, MFB., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan Tugas Akhir;

9. Pimpinan dan seluruh tim Crimson Agency bagian dari Redcomm Indonesia yang telah memberikan kesempatan dan pengalaman kepada penulis dalam memahami proses kerja di industri kreatif;
10. Kak Aditya Manggala, Kak Dian Islamiati, dan Kak Fransiska yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulis memperoleh pengalaman di dunia kerja;
11. Ayah dan Bunda yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik;
12. Nabilah, Fariza, Nabil dan Meisya yang telah memberikan dukungan dan kebersamaan selama penulis menjalani perkuliahan;
13. Teman-teman Cluster 35 Pulau Enggano yang telah memberikan dukungan dan kebersamaan selama penulis menjalani perkuliahan;
14. Teman-teman Eyang Homestay yang telah memberikan dukungan dan semangat selama penulis menjalani perkuliahan;
15. Teman-teman *Intern* Crimson Agency yang telah memberikan dukungan dan kebersamaan selama penulis memperoleh pengalaman kerja.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki kekurangan, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan di masa yang akan datang. Oleh karena itu, penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Depok, 12 Juni 2026

Penulis,



Meilandri Vikash Athalla Nasution

NIM 2370404073

## DAFTAR ISI

|                                                                    |      |
|--------------------------------------------------------------------|------|
| LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR.....                          | ii   |
| LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR .....                        | iii  |
| PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS<br>PLAGIARISME ..... | iv   |
| PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....                            | v    |
| ABSTRAK .....                                                      | vi   |
| PRAKATA.....                                                       | vii  |
| DAFTAR ISI.....                                                    | ix   |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                | xiii |
| DAFTAR TABEL .....                                                 | xiv  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                              | xv   |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                             | 1    |
| A. Latar Belakang.....                                             | 1    |
| B. Identifikasi Masalah .....                                      | 5    |
| C. Batasan Masalah.....                                            | 6    |
| D. Rumusan Masalah .....                                           | 7    |
| E. Tujuan Penulisan .....                                          | 7    |
| F. Manfaat Penulisan .....                                         | 7    |
| 1. Manfaat Bagi Penulis .....                                      | 7    |
| 2. Manfaat Bagi Politeknik Negeri Media Kreatif .....              | 8    |
| 3. Manfaat Bagi Masyarakat.....                                    | 8    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                                       | 9    |
| A. <i>Brand awareness</i> .....                                    | 9    |

|                                                                      |           |
|----------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1. Metrik <i>brand awareness</i> .....                               | 10        |
| B. <i>Account Executive</i> .....                                    | 11        |
| C. Peran <i>Account Executive</i> dalam Pengelolaan Alur Kerja ..... | 12        |
| D. <i>Coordination Theory</i> .....                                  | 13        |
| 1. <i>Coordination Activities</i> .....                              | 14        |
| 2. <i>Interdependencies</i> .....                                    | 16        |
| <b>BAB III METODE PELAKSANAAN.....</b>                               | <b>19</b> |
| A. Data dan Objek Penulisan.....                                     | 19        |
| 1. Profil Red Asia Inc .....                                         | 19        |
| 2. Profil Redcomm Indonesia .....                                    | 20        |
| 3. Profil Crimson Agency .....                                       | 22        |
| 4. Visi Dan Misi perusahaan.....                                     | 24        |
| 5. Struktur Organisasi Perusahaan.....                               | 24        |
| B. Teknik Pengumpulan Data .....                                     | 28        |
| 1. Observasi .....                                                   | 28        |
| 2. Studi Pustaka .....                                               | 28        |
| C. Ruang Lingkup.....                                                | 29        |
| 1. Peran Penulis .....                                               | 29        |
| 2. Kategori Karya .....                                              | 30        |
| D. Langkah Kerja.....                                                | 31        |
| 1. Praproduksi.....                                                  | 32        |
| 2. Produksi.....                                                     | 34        |
| 3. Pascaproduksi .....                                               | 35        |
| <b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>                                        | <b>37</b> |
| A. Gambaran Umum Happily.....                                        | 37        |

|                           |                                                                                                                                    |           |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| B.                        | Analisis situasi.....                                                                                                              | 39        |
| C.                        | Alur Kerja Pengelolaan Konten <i>Podcast Happily</i> oleh <i>Account Executive</i><br>.....                                        | 41        |
| 1.                        | Praproduksi.....                                                                                                                   | 42        |
| 2.                        | Produksi.....                                                                                                                      | 50        |
| 3.                        | Pascaproduksi.....                                                                                                                 | 61        |
| D.                        | Peran <i>Account Executive</i> dalam Pengelolaan Alur Kerja Konten <i>Podcast Happily</i> .....                                    | 63        |
| 1.                        | <i>Account Executive</i> sebagai Penghubung Klien dan Tim Internal..                                                               | 65        |
| 2.                        | <i>Account Executive</i> dalam Koordinasi dengan Vendor.....                                                                       | 65        |
| E.                        | Penerapan <i>Coordination Theory</i> pada pengelolaan alur kerja konten <i>Podcast Happily</i> di Facebook.....                    | 67        |
| 1.                        | Analisis <i>Coordination Activities</i> .....                                                                                      | 67        |
| 2.                        | Analisis <i>Interdependencies</i> .....                                                                                            | 72        |
| F.                        | <i>Brand Awareness Happily</i> Melalui Konten <i>Podcast</i> di Facebook.....                                                      | 78        |
| 1.                        | Hasil Publikasi Konten <i>Podcast</i> Kata Dokter <i>Happily</i> .....                                                             | 78        |
| 2.                        | Perbandingan Performa Facebook <i>Happily</i> Sebelum dan Selama Periode Publikasi <i>Podcast</i> Kata Dokter <i>Happily</i> ..... | 81        |
| 3.                        | Analisis <i>performance</i> Top 3 Konten periode sebelum dan sesudah <i>Podcast</i> Kata Dokter <i>Happily</i> .....               | 83        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b> |                                                                                                                                    | <b>89</b> |
| A.                        | Simpulan.....                                                                                                                      | 89        |
| B.                        | Saran .....                                                                                                                        | 90        |
| 1.                        | Bagi Perusahaan .....                                                                                                              | 90        |
| 2.                        | Bagi <i>Account Executive</i> .....                                                                                                | 90        |
| 3.                        | Bagi Penulis Selanjutnya.....                                                                                                      | 91        |

|                            |           |
|----------------------------|-----------|
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b> | <b>92</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>       | <b>94</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 <i>Volume share, growth for adult pants diapers</i> .....                                             | 2  |
| Gambar 3. 1 Logo <i>Red Asia Inc</i> .....                                                                        | 19 |
| Gambar 3. 2 Logo <i>Redcomm Indonesia</i> .....                                                                   | 20 |
| Gambar 3. 3 Logo <i>Crimson Agency</i> .....                                                                      | 22 |
| Gambar 3. 4 Brand yang ditangani oleh <i>Crimson Agency</i> .....                                                 | 23 |
| Gambar 3. 5 Struktur tim .....                                                                                    | 25 |
| Gambar 3. 6 <i>Workflow</i> pengelolaan <i>content</i> .....                                                      | 31 |
| Gambar 4. 1 Logo <i>Happily Popok Celana Dewasa</i> .....                                                         | 37 |
| Gambar 4. 2 Chat penyampaian <i>feedback</i> kepada vendor .....                                                  | 40 |
| Gambar 4. 3 Alur kerja pengelolaan konten <i>Podcast Happily</i> .....                                            | 41 |
| Gambar 4. 4 Review <i>Deck Brief Podcast Content</i> kepada Klien.....                                            | 43 |
| Gambar 4. 5 Penyampaian <i>Feedback</i> kepada tim internal .....                                                 | 45 |
| Gambar 4. 6 <i>Approval Deck Brief Podcast Content</i> .....                                                      | 48 |
| Gambar 4. 7 <i>Shooting Full Episode 1–5</i> .....                                                                | 51 |
| Gambar 4. 8 <i>Whatsapp chat Internal preview</i> .....                                                           | 53 |
| Gambar 4. 9 <i>Chat Whatsapp Account Executive</i> dan juga <i>Vendor</i> .....                                   | 56 |
| Gambar 4. 10 <i>Approval podcast content</i> melalui <i>Google Presentation</i> .....                             | 58 |
| Gambar 4. 11 <i>Sheets content recap Happily</i> .....                                                            | 61 |
| Gambar 4. 12 Alur Koordinasi Penyampaian <i>Review</i> dan <i>Feedback</i> Konten <i>Podcast Happily</i><br>..... | 64 |
| Gambar 4. 13 <i>Content recap Happily</i> .....                                                                   | 79 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.2. Indikator <i>Monitoring</i> .....                                                                     | 71 |
| Tabel 4.3. Indikator <i>Flow</i> .....                                                                           | 73 |
| Tabel 4.4 Indikator Shared resources .....                                                                       | 76 |
| Tabel 4.5. Perbandingan Performa Facebook Happily pada Dua Periode Kuartal                                       | 81 |
| Tabel 4.6.Perbandingan Total Reach dan Views Sebelum dan Selama Periode<br>Podcast Kata Dokter Happily .....     | 82 |
| Tabel 4.7. Performance Top 3 Konten periode sebelum dan sesudah Podcast Kata<br>Dokter Happily .....             | 84 |
| Tabel 4.8 Perbandingan performance Top 3 Konten periode sebelum dan sesudah<br>Podcast Kata Dokter Happily ..... | 87 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|                                                  |     |
|--------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1. Biodata Penulis .....                | 94  |
| Lampiran 2. Lembar Kartu Bimbingan 1 .....       | 95  |
| Lampiran 3. Lembar Kartu Bimbingan 2 .....       | 96  |
| Lampiran 4. Hasil Check Plagiarisme .....        | 97  |
| Lampiran 5. Surat Keterangan Magang .....        | 98  |
| Lampiran 6. Sertifikat Praktik Industri .....    | 99  |
| Lampiran 7. Dokumentasi Bimbingan .....          | 100 |
| Lampiran 8. Dokumentasi Sidang Tugas Akhir ..... | 101 |