

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PENGELOLAAN KAMPANYE DIGITAL
BIORE BREEZE SERIES BERBASIS MODEL SOSTAC
PADA PLATFORM INSTAGRAM
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar (A.Md.I.Kom) Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

SHABIRA NUR AZIZAH

NIM: 2370404134

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA

2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Kampanye Digital Biore Breeze Series
Berbasis Model SOSTAC pada Platform Instagram
Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*

Penulis : Shabira Nur Azizah

NIM : 2370404134

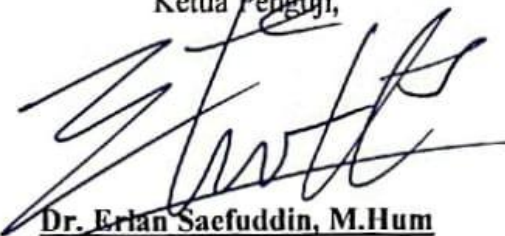
Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Jumat, 17 Juli 2026.

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



Dr. Erian Saefuddin, M.Hum

NIP. 197508072009121001

Anggota 1



Maya Puspita Dewi, S.Sos., MM

NIDN. 0309047603

Anggota 2



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom

NIP.19881222202012006

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



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

NIP. 197106062006041001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir. : Pengelolaan Kampanye Digital Biore Breeze Series
Berbasis Model Sostac Pada Platform Instagram Untuk
Meningkatkan Brand Awareness
Penulis : Shabira Nur Azizah
NIM : 2370404134
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di 11 Juni 2022

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Sartika Ekadyasa, M.Si
NIP. 198812222020122006

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shabira Nur Azizah
NIM : 2370404134
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: PENGELOLAAN KAMPANYE DIGITAL BIORE BREEZE SERIES BERBASIS MODEL SOSTAC PADA PLATFORM INSTAGRAM 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, 12 Juni 2026



Shabira Nur Azizah

NIM. 2370404134

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Shabira Nur Azizah
NIM : 2370404134
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: PENGELOLAAN KAMPANYE DIGITAL BIORE BREEZE SERIES BERBASIS MODEL SOSTAC PADA PLATFORM INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS merupakan karya asli yang saya susun sendiri, belum pernah dibuat maupun diajukan oleh pihak lain, serta bebas dari unsur plagiarisme.

Saya juga memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif kepada Politeknik Negeri Media Kreatif untuk menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, serta memublikasikan Tugas Akhir ini untuk kepentingan akademik. Pemberian hak tersebut dilakukan dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta, dan pemegang Hak Cipta atas karya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 12 Juni 2026

Yang menyatakan,



Shabira Nur Azizah

NIM. 2370404134

ABSTRAK

The increasing mobility of Generation Z has created a growing demand for practical sweat care products, leading Biore to launch Biore Breeze Powder Sheet to complete the Biore Breeze Series with the positioning of "The 1st Complete Sweat Care Series in Indonesia." This condition highlights the need for a well-managed digital campaign to improve brand awareness. This study aims to describe the management of the Biore Breeze Series digital campaign on Instagram @id.biore using the concepts of Integrated Marketing Communication (IMC), digital campaign, social media, Instagram, STP, the SOSTAC model, SWOT analysis, brand awareness, and the role of an Account Executive. This study employed a descriptive qualitative method using observation, documentation, interviews, and a survey of 163 respondents. The author served as an Account Executive Intern by coordinating communication between the client and internal team, managing the publication of Always On Content and Key Opinion Leader (KOL) Content, and preparing campaign reports. The findings indicate that the digital campaign improved brand awareness, reflected by 90.2% of respondents recognizing Biore Breeze Deodorant, along with increases in reach, impressions, engagement, and engagement rate compared to the 2025 campaign. Therefore, the implementation of the SOSTAC model successfully supported the improvement of brand awareness from the unaware of brand stage to brand recognition.

Keywords: *digital campaign, SOSTAC, Instagram, brand awareness, Biore Breeze Series.*

Meningkatnya mobilitas Generasi Z mendorong kebutuhan akan produk perawatan keringat yang praktis sehingga Biore meluncurkan Biore Breeze Powder Sheet untuk melengkapi rangkaian Biore Breeze Series dengan *positioning* sebagai "The 1st Complete Sweat Care Series in Indonesia." Kondisi tersebut mendorong perlunya pengelolaan kampanye digital untuk meningkatkan *brand awareness*. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan pengelolaan kampanye digital Biore Breeze Series pada platform Instagram @id.biore menggunakan konsep *Integrated Marketing Communication* (IMC), kampanye digital, media sosial, Instagram, STP, model SOSTAC, analisis SWOT, *brand awareness*, dan peran *Account Executive*. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, dokumentasi, wawancara, dan survei terhadap 163 responden. Penulis berperan sebagai *Account Executive Intern* dalam mengoordinasikan komunikasi antara klien dan tim internal, mengelola publikasi *Always On Content* dan *Key Opinion Leader (KOL) Content*, serta menyusun *campaign report*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi kampanye digital mampu meningkatkan *brand awareness*, ditandai dengan 90,2% responden telah mengenal Biore Breeze Deodorant serta meningkatnya *reach*, *impressions*, *engagement*, dan *engagement rate* dibandingkan kampanye tahun 2025. Dengan demikian, implementasi model SOSTAC mampu mendukung *peningkatan brand awareness* dari tahap *unaware of brand* menjadi *brand recognition*.

Kata kunci: *Kampanye Digital, SOSTAC, Instagram, Brand awareness, Biore Breeze Series.*

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta pertolongan-Nya sehingga penulis diberikan kekuatan, kesehatan, kesabaran, dan kelancaran dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penyusunan Tugas Akhir ini dilakukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh *gelar* Diploma-3 pada Program Studi Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif.

Penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada::

1. Allah SWT atas segala rahmat sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ni.
2. Dwi Riyono, S.T., Mak., Ph.D., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
3. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D., selaku Wakil Direktur Bidang Akademik.
4. Imanuel Ronald David Mongkau, M.M., selaku Ketua Jurusan Komunikasi.
5. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi.
6. Dr. Handika Dany Rahmayanti S.Si.,M.Si selaku Dosen Pembimbing1 Tugas Akhir.
7. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan.
8. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Periklanan sekaligus dosen pembimbing 2 pada tugas akhir ini.
9. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif.
10. Nadia Dwi Agustina selaku Supervisor, dan Nabila Nur Fatimah sebagai kepala pembimbing selama menjalani masa praktik industri.
11. Instansi terkait Hakuhodo Digital Internasional Indonesia.
12. Orang tua penulis, terima kasih atas dedikasinya memberikan penulis kesempatan menuntut ilmu di bangku perkuliahan.ini,

13. Keluarga penulis, kakak, adik, nenek, dan orang-orang terdekat yang dicintai penulis.
14. Amalia Hasna Syahida, teman seperjuangan penulis sejak dari masa sekolah menengah pertama.
15. Jihan Nadin Amirah, teman yang selalu memberi penulis dukungan penuh disetiap langkah yang penulis ambil selama masa perkuliahan ini.
16. Amalia Rahma Gunadi, yang menemani perjalanan penulis selama masa perkuliahan dan saat penyusunan tugas akhir ini.
17. Ar Rafael, Ghani, Rafi, Raesya, Shofi, Sheva, para kakak tingkat yang telah membantu, memberi arahan, dan membersamai penulis selama penyusunan tugas akhir ini.
18. Teman–Teman Mahasiswa Periklanan 2023, atas waktu, tenaga dan usaha untuk terus saling membersamai selama menempuh masa pendidikan di Politeknik Negeri Media Kreatif, hingga masing-masing setiapnya mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini tepat waktu.
19. Teman–Teman Tuku Kelapa Dua, yang sejak semester lima membersamai dan memberi penulis ruang untuk mengerjakan tugas maupun menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sebagai bahan evaluasi dan perbaikan di masa mendatang. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi para pembaca.

Jakarta, 12 Juni 2026

Penulis,



Shabira Nur Azizah

NIM. 237040413

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR	iv
DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
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	3
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penulisan	4
F. Manfaat Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. <i>Intergrated Marketing Communiaction</i>	7
B. Kampanye Digital	7
C. Media Sosial.....	8
D. Instagram	9
E. STP	10
F. Model SOSTAC	11
G. Analisis SWOT	13
H. <i>Brand Awareness</i>	14
I. <i>Account Executive</i>	17

J. Hubungan Teori dan Praktik.....	18
BAB III METODE PELAKSANAAN	20
A. Objek Penulisan	20
1. Profil dan Logo Perusahaan	20
2. Sejarah Perusahaan	21
3. Alamat Perusahaan	21
4. Layanan Perusahaan.....	21
5. Klien Perusahaan	23
6. Biore Women Indonesia.....	24
B. Teknik Pengumpulan Data.....	25
1. Observasi.....	25
2. Studi Pustaka	26
3. Dokumentasi.....	27
4. Wawancara	27
5. Survei	28
C. Ruang Lingkup.....	28
D. Langkah Kerja.....	30
BAB IV PEMBAHASAN.....	33
A. Gambaran Umum	33
B. Pengelolaan Kampanye Digital Biore Breeze Series Berbasis Model SOSTAC	35
C. Peningkatan Brand awareness Biore Breeze Series di Tahun 2026.	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Analisis SWOT Biore Breeze Series.....	37
Tabel 2. Perbandingan Kompetitor Biore Breeze Deodoran.....	38
Tabel 3. Analisis STP Biore Breeze Deodoran	42
Tabel 4. Jumlah Konten Terilis Biore Breeze Series 2026	52
Tabel 5. Tabel Peforma Kampanye Digital Biore Breeze 2026.....	56
Tabel 6. Tabel Peforma Kampanye Digital.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Piramida Brand Awareness	16
Gambar 2. Logo Perusahaan H:Digital	20
Gambar 3. Klien Hakuhodo Digital Indonesia	23
Gambar 4. Profil Instagram Biore Women Indonesia	24
Gambar 5. Alur Peran Account Executive Intern.....	30
Gambar 6. Alur Kerja Account Executive Intern	31
Gambar 7. Peluncuran Biore Breeze Deodoran 2025	33
Gambar 8. DVC Biore Breeze Deodoran 2025	35
Gambar 9. AON <i>Content</i> Biore Breeze Deodorant	45
Gambar 10. KOL <i>Content</i> Biore Breeze Series	48
Gambar 11. AON <i>Content</i> Biore Breeze Deodorant	53
Gambar 12. KOL <i>Content</i> Biore Breeze Series	54
Gambar 13. Usia Responden Survei Biore Breeze Deodoran.....	57
Gambar 15. Tingkat Pengenalan Responden terhadap Produk	58
Gambar 15. Pengalaman Responden	58
Gambar 16. Ketertarikan Responden	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup.....	72
Lampiran 2. Transkrip Wawancara	74
Lampiran 3. Salinan Lembar Pembimbingan Tugas Akhir	75
Lampiran 4. Surat Keterangan Magang	77
Lampiran 5. Dokumentasi Kegiatan Bimbingan Tugas Akhir.....	78
Lampiran 6. Dokumentasi Sidang Tugas Akhir	79
Lampiran 7. Lembar Hasil Cek Plagiarisme	80
Lampiran 8. Sertifikat Kompetensi.....	81