

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DOMA CREATIVE
AGENCY

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar (A.Md)
Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Oleh:

MUHAMMAD DZIKRI RIYADHI

NIM: 21330060

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2024

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Media Sosial Dalam Meningkatkan
Brand Awareness Doma Creative Agency
Penulis : Muhammad Dzikri Riyadhi
NIM : 21330060
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada 29 Juli 2024

Disahkan oleh:

Ketua Penguji



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

Anggota 1



Pahala Basuki M.I.Kom

Anggota 2



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefuddin, SS., M.Hum.
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Media Sosial Dalam Meningkatkan
Brand Awareness Doma Creative Agency
Penulis : Muhammad Dzikri Riyadhi
NIM : 21330060
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditanda tangani di Jakarta, 9 Juli 2024

Pembimbing 1




Dr. Erlan Saefuddin, SS., M.Hum.
NIP. 197508072009121001

Pembimbing 2



Omar Yusuf, M.M
NUPM. 9900979905

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Muhammad Dzikri Riyadhi
NIM : 21330060
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2021 - 2024

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul "Perancangan Konten Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness Doma Creative Agency" 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, 5 Juli 2024

Yang menyatakan.


METERAI
TEMPEL
ABCE1ALX284077713
Muhammad Dzikri Riyadhi
NIM. 21330060

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Muhammad Dzikri Riyadhi
NIM : 21330060
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2021 - 2024

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty - Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul “Proses Perancangan Konten Pada Instagram DOMA Creative Agency Guna Meningkatkan Awareness”

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalih media/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, 5 Juli 2024

Yang menyatakan.


METERAI
TEMPEL
BPF60ALX284077718
Muhammad Dzikri Riyadhi
NIM. 21330060

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Media Sosial Dalam Meningkatkan
Brand Awareness Doma Creative Agency

Pembimbing 1 : Dr. Erlan Saefuddin, SS., M.Hum.

Pembimbing 2 : Omar Yusuf, S.E., MM

DOMA Creative Agency faces several challenges in its content planning process. These include a lack of variety in content planning and an inefficient content planning process, which has led to a decrease in attention and interest from potential clients. Effective content planning is crucial for creating engaging content that can enhance brand awareness. The content planning process must adhere to the correct steps to ensure that the content produced is relevant to the target audience. The results of this study demonstrate that planned content creation based on sound content planning principles can effectively increase brand awareness. This is evidenced by the increase in profile activity, content interaction, impressions, interaction, and engagement rate.

Keywords: *Content Planning, Brand Awareness, DOMA Creative Agency*

DOMA Creative Agency memiliki beberapa kendala pada bentuk perancangan kontennya seperti perancangan konten yang kurang *variatif* dan proses perancangan konten yang belum maksimal menyebabkan turunnya perhatian dan minat dari prospek *klien*. Perancangan konten yang baik menjadi suatu hal yang sangat penting untuk menciptakan konten yang menarik dan dapat meningkatkan *Brand Awareness*, perancangan konten harus memenuhi tahapan-tahapan yang benar agar konten yang dibuat relevan dengan target audiens yang ditentukan. Hasil pembahasan konten yang dibuat secara terencana berdasarkan perancangan konten yang baik dan benar untuk meningkatkan *brand awareness*, terbukti dari peningkatan *profile activity, content interaction, impressions, interaction dan engagement rate*.

Kata kunci: **Perancangan Konten, Brand Awareness, DOMA Creative Agency**

PRAKATA

Dengan mengucapkan kalimat syukur kepada Allah Tuhan Yang Maha Esa penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Adapun tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma - 3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Tugas akhir ini berjudul “Perancangan Konten Media Sosial Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Doma Creative Agency”

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
3. Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan sekaligus Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini
4. R Sulistyو Wibowo, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Penerbitan.
5. Zaenab, S.S., M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Omar Yusuf, S.E., MM, Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan juga masukan kepada penulis untuk bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
8. DOMA Creative Agency yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk ikut serta dalam program Praktik Industri.
9. Keluarga penulis yang sudah menemani serta memberikan


dukungan maupun doa, agar dapat memudahkan penulis untuk menyelesaikan Laporan Tugas Akhir

10. Haris Legowo dan Ahmad Fadillah, yang sudah menemani serta memberikan semangat pada penulis untuk bisa menyelesaikan Laporan Tugas Akhir.
11. Rekan-rekan Angkatan Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama- sama selama tiga tahun.

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

Jakarta,.....,.....,2024

Penulis



Muhammad Dzikri Riyadhi
NIM.21330060

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	1
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	2
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	3
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	4
ABSTRAK.....	5
PRAKATA.....	6
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.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Konsep Komunikasi.....	6
B. Konsep Periklanan.....	7
C. <i>Brand</i>	7
D. Perancangan Konten.....	8
E. <i>Media Sosial</i>	9
F. Analisis <i>STP</i>	11
E. Analisis <i>SWOT</i>	12
1. <i>Strength</i> (kekuatan).....	13
2. <i>Weakness</i> (kelemahan).....	13
3. <i>Opportunity</i> (peluang).....	13

4. <i>Threats</i> (ancaman).....	14
F. <i>AISAS</i>	14
1. <i>Attention</i>	14
2. <i>Interest</i>	14
3. <i>Search</i>	15
4. <i>Action</i>	15
5. <i>Share</i>	15
G. <i>Brand Awareness</i>	15
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	17
A. Data Objek Penulisan.....	17
1. Profil Institusi.....	17
2. Alamat Institusi.....	19
3. Visi dan Misi Institusi.....	20
4. Struktur Organisasi.....	21
B. Teknik Pengumpulan Data.....	22
1. Studi Pustaka.....	22
2. Penelusuran Data Online.....	22
C. Ruang Lingkup.....	23
1. Peran Penulis.....	23
2. Kategori Karya.....	23
3. Ide Kreatif.....	23
D. Langkah Kerja.....	24
1. Pra-Produksi.....	24
2. Produksi (Pelaksanaan).....	24
3. Pasca-Produksi (Evaluasi).....	25
BAB IV PEMBAHASAN.....	26
A. Analisis <i>Marketing</i>	26

1. Analisis <i>Kompetitor</i>	27
2. Analisis <i>STP</i>	28
3. Analisis <i>SWOT</i>	29
4. Analisis <i>AISAS</i>	32
5. Analisis <i>Brand Awareness</i>	34
6. Analisis <i>Konten Pillar</i>	36
B. Hasil Pekerjaan Perancangan Konten.....	37
1. Materi <i>Riset Konten</i>	37
2. Membuat <i>Creative Brief Content</i>	38
3. Membuat <i>Layout Website</i>	39
4. Membuat <i>Hastag</i> yang Relevan.....	40
5. Membuat <i>Schedule Content</i>	41
6. Hasil Karya Penulis di <i>Instagram</i> DOMA Creative Agency.....	41
BAB V PENUTUP	43
A. Kesimpulan.....	43
B. Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis <i>Kompetitor</i>	37
Tabel 2 Analisis <i>STP</i>	38
Tabel 3 Analisis <i>SWOT</i>	39
Tabel 4 Analisis <i>AISAS</i>	43
Tabel 5 Analisis <i>Konten</i>	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model <i>STP</i>	12
Gambar 2 Analisis <i>SWOT</i>	14
Gambar 3 Piramida <i>Brand Awareness</i>	19
Gambar 4 Logo DOMA Creative Agency.....	21
Gambar 5 Struktur DOMA Creative Agency.....	23
Gambar 6 <i>Reporting</i> DOMA Creative Agency.....	27
Gambar 7 <i>Klien</i> DOMA Creative Agency.....	28
Gambar 8 <i>Profile Instagram</i> DOMA Creative Agency.....	29
Gambar 9 <i>Workflow</i> DOMA Creative Agency.....	30
Gambar 10 <i>Briefing</i>	31
Gambar 11 Brief <i>Konten</i> DOMA Creative Agency.....	32
Gambar 12 Revisi <i>Konten</i>	33
Gambar 13 Eksekusi <i>Visual</i> dari <i>Graphic Designer</i>	33
Gambar 14 <i>Schedule Content</i> DOMA Creative Agency.....	34
Gambar 15 <i>Uploading Content Sosial Media</i>	35
Gambar 16 <i>Reporting</i>	35
Gambar 17 <i>Profile Instagram</i> Kompetitor.....	36
Gambar 18. Perbandingan DOMA Creative Agency dengan Finecreative.....	44
Gambar 19 Catatan Materi <i>Konten</i> DOMA Creative Agency.....	46
Gambar 20 <i>Creative Brief Content</i> DOMA Creative Agency.....	47
Gambar 21 <i>Greeting Story</i> Hari Raya DOMA Creative Agency.....	48
Gambar 22 <i>Layout Website Klien</i>	48
Gambar 23 <i>Copywriting Website Klien</i>	49
Gambar 24 <i>Hashtag</i> Postingan.....	49
Gambar 25 <i>Schedule Content di Microsoft Excel</i>	50
Gambar 26 <i>Feeds Instagram</i> DOMA Creative Agency.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWA.....	58
SALINAN LEMBARAN PEMBIMBINGAN TA.....	61
SERTIFIKAT MAGANG INDUSTRI.....	63
SURAT KETERANGAN PENGGUNAAN KARYA.....	64
DOKUMENTASI FOTO TERKAIT TUGAS AKHIR.....	65
LEMBAR HASIL CEK PLAGIARISME.....	68
SERTIFIKAT KOMPETENSI.....	69