

# LAPORAN TUGAS AKHIR

## PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM ENERGIX UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* 2024

Diajukan sebagai salah satu persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya



**Disusun Oleh**  
**JULIA ANANDA**  
**NIM: 21330044**

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN**  
**JURUSAN KOMUNIKASI**  
**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF**  
**JAKARTA**  
**2024**

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Media Sosial Energix untuk Meningkatkan Brand Awareness  
Penulis : Julia Ananda  
NIM : 21330044  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi

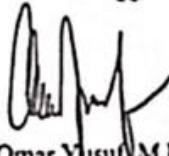
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, tanggal 17 Juli 2024.

Disahkan oleh:  
Ketua Penguji,



Rizky Kertanegara, M.Si  
NIP 198301152014041001

Anggota 1



Omar Yusuf, M.M  
NUPN. 9900979905

Anggota 2



Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB  
NIP.0704050023

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum  
NIP. 197508072009121001

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Media Sosial Instagram Energix untuk Meningkatkan Brand Awareness 2024

Penulis : Julia Ananda

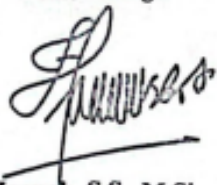
NIM : 21330044

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.  
Ditandatangani di Jakarta, 24 Juni 2024

Pembimbing I



Zaenab, S.S., M.Si


NIP.199211132019032025

Pembimbing II

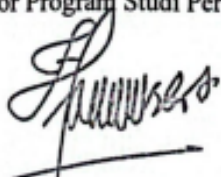


Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB

NIP.0704050023



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 : Julia Ananda  
NIM : 21330044  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi  
Tahun Akademik : 2023/2024

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

“Pengelolaan Media Sosial Instagram Energix untuk Meningkatkan Brand Awareness 2024”

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, 24 Juni 2024

Yang menyatakan,



The image shows a handwritten signature in black ink over a yellow postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000' and 'TEMPER'. Below the stamp, the alphanumeric code 'CB898ALX303212765' is printed.

Julia Ananda  
NIM. 21330044

## LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Julia Ananda  
NIM : 21330044  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi  
Tahun Akademik : 2023/2024

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengelolaan Media Sosial Instagram Energix untuk Meningkatkan Brand Awareness 2024.**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif 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, 24 Juni 2024

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '7000' and 'PERALIHAN KEPERAWATAN'. The serial number '780E3ALX303212771' is visible at the bottom of the stamp.

Julia Ananda

NIM: 21330044

## **PRAKATA**

Kami mengucapkan puji dan syukur kepada Allah Swt. yang telah memberikan izin, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan judul "**Pengelolaan Media Sosial Instagram Energix Untuk Meningkatkan Brand Awareness 2024**".

Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar ahli madya (Diploma-3) Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, dan motivasi selama proses penulisan ini, karnanya laporan tugas akhir ini bisa selesai dengan baik. Terima kasih kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, S.Si., M.Si., Wakil Direktur
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan.
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn., Sekretaris Jurusan Penerbitan.
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Zaenab, S.S., M.Si., Pembimbing I Laporan Tugas Akhir.
7. Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB., Pembimbing II Laporan Tugas Akhir.
8. Semua dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang senantiasa melayani mahasiswa selama penuls menempuh pendidikan disini.
9. Kepada teman-teman program studi Periklanan angkatan 2021 yang telah membantu, memotivasi, dan memberikan arahan serta infomasi dalam pengerjaan tugas akhir ini. Kerja sama yang baik dari kalian sangat membantu penulis dalam mencapai hasil yang maksimal.
10. Tak lupa kepada keluarga tercinta yang selalu menjadi sumber dukungan, cinta, dan motivasi tanpa henti. Terima kasih atas doa, semangat, dan pengertian yang kalian berikan selama perjalanan penulisan tugas akhir ini. Keberadaan kalian adalah pilar utama dalam setiap langkah penulis.
11. Muhammad Rayhan Febianto. Pasangan penulis yang telah menemani, membantu, dan mendukung penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini.

12. Sahabat “Cegah Covid” yang selalu bersama penulis dan saling membantu selama masa perkuliahan.
13. Kak Sisca dan Kak Elsa selaku pembimbing selama melaksanakan praktik industri di SevenAds yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir.
14. Teman-teman bimbingan Ms. Zaenab, S.S., M.Si dan Ms. Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB yang telah banyak membantu dan berbagi informasi dengan penulis.
15. Dan terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu, mendoakan, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka dengan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca, penguji, atau siapapun yang bekenan untuk memberi masukan. Terima kasih atas partisipasi dan kontribusi yang diberikan.

Jakarta, 28 Juni 2024



Julia Ananda  
NIM 21330044

## ABSTRAK

Penulis : Julia Ananda  
Pembimbing 1 : Zaenab, S.S., M.Si  
Pembimbing 2 : Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB  
NIM : 21330120  
Jurusan : Komunikasi  
Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Media Sosial Instagram Energix untuk Meningkatkan *Brand Awareness* 2024

*The evolution of modernity influences the perspectives and behaviors of individuals or groups, who tend to align their lives with what they see on social media. This leads to personal considerations regarding its impact. With a substantial number of Instagram users, Energix is compelled to undertake marketing activities to enhance brand awareness in Indonesia. Formed after separating from its previous company, Energix strives to differentiate itself and introduce its products more broadly, focusing on environmentally friendly and sustainable aspects, utilizing Instagram as its marketing platform. This research employs observation and literature study techniques for data collection. The results of social media management indicate an increase in brand awareness, evidenced by the growth in reach, impressions, and engagement.*

**Keywords:** *Instagram, Management, Brand Awareness, Energix, SevenAds*

Perkembangan era modernitas mempengaruhi cara pandang dan perilaku individu atau kelompok, yang cenderung menyesuaikan kehidupan mereka dengan apa yang mereka lihat di media sosial. Hal ini menjadi pertimbangan personal terhadap pengaruhnya. Dengan jumlah pengguna Instagram yang sangat banyak, Energix terdorong untuk melakukan kegiatan pemasaran guna meningkatkan *brand awareness* di Indonesia. Energix, yang terbentuk setelah memisahkan diri dari perusahaan lama, berusaha membuat diferensiasi dan memperkenalkan produknya lebih luas dengan fokus pada aspek ramah lingkungan dan berkelanjutan, serta menjadikan Instagram sebagai media pemasarannya. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data observasi dan studi pustaka. Hasil dari pengelolaan media sosial ini menunjukkan peningkatan kesadaran merek yang dapat dilihat dari meningkatnya *reach, impression* dan *engagement*.

**Kata Kunci:** Instagram, Pengelolaan, *Brand Awareness*, Energix, SevenAds



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....</b>	<b>v</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah .....	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penulisan .....	6
F. Manfaat Penulisan .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
A. Komunikasi.....	8
1. Definisi Komunikasi .....	8
2. Elemen Komunikasi.....	9
B. Merek ( <i>Brand</i> ) .....	11
1. Definisi Merek ( <i>Brand</i> ) .....	11
2. Definisi Keasadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ) .....	12
C. Media Sosial .....	13
1. Definisi Media .....	13
2. Instagram .....	13
3. TikTok .....	14
D. Analisis STP .....	14
E. SWOT .....	16
F. AISAS.....	17
<b>BAB III METODE PELAKSANAAN.....</b>	<b>19</b>

A.	Data Perusahaan.....	19
1.	Profil Perusahaan .....	19
2.	Visi dan Misi Perusahaan .....	21
3.	Informasi Umum Perusahaan.....	21
4.	Klien Perusahaan .....	22
B.	Teknik Pengumpulan Data .....	22
1.	Observasi .....	23
2.	Penelusuran Data <i>Online</i> .....	23
3.	Studi Pustaka .....	24
C.	Ruang Lingkup .....	24
1.	Peran <i>Social Media Specialist</i> .....	24
2.	Periode Kegiatan.....	25
3.	Jenis kegiatan.....	25
4.	Langkah Kerja.....	26
<b>BAB IV</b>	<b>PEMBAHASAN.....</b>	<b>32</b>
A.	Gambaran Umum.....	32
1.	Gambaran Umum <i>Brand</i> Energix.....	32
2.	Gambaran Umum Pekerjaan.....	40
B.	Analisis Instagram Energix Sebelum Ditangani Penulis .....	43
C.	Alur Kerja .....	49
1.	Analisis <i>Similar Competitor</i> .....	49
2.	Analisis <i>SWOT</i> .....	52
D.	Analisis STP ( <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> ).....	54
1.	<i>Segmentation</i> (Segmentasi).....	55
2.	<i>Targeting</i> (Penargetan) .....	55
3.	<i>Positioning</i> (Posisi).....	56
4.	Pra Produksi.....	57
5.	Produksi .....	63
6.	Pasca Produksi .....	66
E.	Analisis Sesudah Ditangani Penulis .....	70
1.	<i>Social Media Care</i> .....	74
2.	<i>Social Media Report</i> .....	81
3.	<i>Insight Progress Brand Awareness</i> Energix.....	84
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>91</b>

A. Simpulan .....	91
B. Saran .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>95</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Aplikasi Analisis SWOT Energix .....	53
Tabel 2. <i>Timeline</i> Klien Energix Bulan Juli.....	60
Tabel 3. <i>Suggestion Content</i> .....	61
Tabel 4. Aplikasi <i>Tone of Voice</i> Energix .....	73
Tabel 5. <i>FAQ</i> Energix .....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Analisis STP .....	14
Gambar 2. Logo Sevenads .....	19
Gambar 3. <i>Clients</i> SevenAds Indonesia .....	22
Gambar 4. Langkah Kerja .....	26
Gambar 5. Logo Energix .....	32
Gambar 6. Beberapa Produk Energix .....	35
Gambar 7. Tampilan Instagram Energix .....	37
Gambar 8. Tampilan Tiktok Energix .....	38
Gambar 9. Tampilan <i>Website</i> Energix .....	39
Gambar 10. Instagram Energix Terdahulu .....	44
Gambar 11. Instagram Energix Terdahulu .....	45
Gambar 12. Instagram Energix Terdahulu .....	46
Gambar 13. Instagram Energix Terdahulu .....	47
Gambar 14. Data <i>Reach</i> Instagram Sebelum Ditangani Penulis .....	48
Gambar 15. Instagram Bluetti Indonesia .....	50
Gambar 16. Contoh <i>Competitive Review</i> Energix <i>Brand</i> EcoFlow .....	51
Gambar 17. Target Energix .....	55
Gambar 18. <i>Flow of Job Social Media Specialist</i> .....	57
Gambar 19. <i>List Special Days</i> .....	58
Gambar 20. <i>Content Making</i> .....	63
Gambar 21. <i>Client's Feedback</i> .....	64
Gambar 22. <i>Client's Feedback</i> .....	64
Gambar 23. <i>List Scheduling</i> .....	65
Gambar 24. <i>Content Plan</i> .....	66
Gambar 25. <i>Admin Kolom Komentar</i> .....	67
Gambar 26. <i>Admin Direct Message</i> .....	68
Gambar 27. <i>Weekly Report</i> Energix .....	69
Gambar 28. <i>Monthly Report</i> Energix .....	70
Gambar 29. Konten Instagram Energix .....	71
Gambar 30. <i>Caption</i> Instagram Energix .....	72
Gambar 31. Balasan Komentar Instagram Energix .....	73
Gambar 32. <i>FAQ</i> Energix .....	77
Gambar 33. <i>Admin Bulan Mei</i> Energix .....	78
Gambar 34. <i>Admin DM Bulan Mei</i> Energix .....	79
Gambar 35. <i>Running Giveaway</i> Bulan Mei Energix .....	80
Gambar 36. Pengumuman <i>Giveaway</i> Bulan Mei Energix .....	81
Gambar 37. <i>Weekly Report</i> Bulan Mei Energix .....	82
Gambar 38. Analisis Performa Energix .....	82
Gambar 39. Analisis Performa Energix .....	83
Gambar 40. <i>Reach</i> Energix Bulan April .....	85
Gambar 41. <i>Summary Overview</i> Energix Bulan April .....	86
Gambar 42. <i>Top Post</i> Energix Bulan April .....	87
Gambar 43. <i>Reach</i> Energix Bulan Mei .....	88
Gambar 44. <i>Summary Overview</i> Energix Bulan Mei .....	89

Gambar 45. *Top Post* Energix Bulan Mei..... 89

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran 1.</b> Biodata Penulis .....	95
<b>Lampiran 2.</b> Sertifikat Uji Kompetensi .....	98
<b>Lampiran 3.</b> Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing 1 .....	99
<b>Lampiran 4.</b> Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing 2 .....	100
<b>Lampiran 5.</b> Surat Keterangan Magang Industri .....	101
<b>Lampiran 6.</b> Dokumentasi Pembimbingan Tugas Akhir.....	103
<b>Lampiran 7.</b> Hasil Karya .....	104
<b>Lampiran 8.</b> Dokumentasi Magang Industri.....	105
<b>Lampiran 9.</b> Sidang Tugas Akhir .....	106