

## **TUGAS LAPORAN AKHIR**

# **PERENCANAAN DAN PELAKSANAAN PROGRAM *SOCIAL EXPERIMENT* INSTAGRAM GROTOPIA UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* TAHUN 2024**

**Diajukan sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Ahli Madya**



**Disusun oleh:  
Muhammad Rafka Saputra**

**NIM:  
21330068**

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

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perencanaan dan Pelaksanaan Program *Social Experiment* Instagram Grotopia Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Tahun 2024

Penulis : Muhammad Rafka Saputra

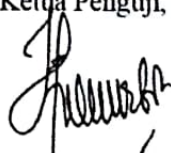
NIM : 21330068

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

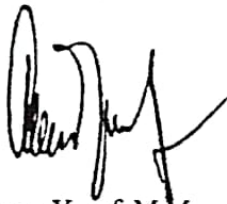
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu , tanggal 17 Juli 2024.

Disahkan oleh:  
Ketua Penguji,



Zaenab, SS., M.Si  
NIP. 19921113201903202

Anggota 1



Omar Yusuf, M.M.  
NUPN. 9900979905

Anggota 2



Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB.  
NIP.0704050023

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erian Saefuddin, M.Hum  
NIP. 197508072009121001

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konsep Konten "Social Experiment" Instagram Grotopia untuk meningkatkan Brand Awareness tahun 2024  
Penulis : Muhammad Rafka Saputra  
NIM : 21330068  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.  
Ditandatangani di Jakarta, 01 Juli 2024

Pembimbing I



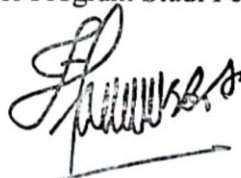
Rizky Kertanegara, S.S., M. Si.  
NIP. 198301152014041001

Pembimbing II



Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB.  
NIP.0704050023

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi Periklanan



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

## PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rafka Saputra  
NIM : 21330068  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi  
Tahun Akademik : 2023/2024

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Perancangan Konsep Konten "Social Experiment" Instagram Grotopia untuk meningkatkan Brand Awareness tahun 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, 01 Juli 2024

Yang menyatakan,



Muhammad Rafka Saputra

NIM. 21330068

## PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA

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

Nama : Muhammad Rafka Saputra

NIM : 21330068

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2023/2024

demikian 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: Perancangan Konsep Konten "Social Experiment" Instagram Grotopia untuk meningkatkan Brand Awareness tahun 2024

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, 01 Juli 2024

Yang menyatakan,



Muhammad Rafka Saputra

NIM: 21330068

## ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Perencanaan dan Pelaksanaan Program  
*Social Experiment* Instagram Grotopia  
Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* 2024

Penulis : Muhammad Rafka Saputra

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Dosen Pembimbing 1 : Rizky Kertanegara, S.S., M. Si.

Dosen Pembimbing 2 : Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB.

*Grotopia is a newly established local brand that aims to help women care for their hair roots and prevent hair loss. Grotopia utilizes Instagram as its primary promotional platform but still faces challenges in terms of brand awareness. The purpose of this writing is to explain the process of planning and executing creative and engaging Instagram content for Grotopia using the "Social Experiment" program to increase brand awareness. Theories used include SWOT, STP, and the stages of the creative process. Methods employed by the author include direct observation at Grotopia and online and offline literature studies. The result is a greater number of impressions on the Social Experiment content for Grotopia's Instagram and thorough preparation for the program.*

**Key Words: Digital Communication, Social Media, Instagram, Brand Awareness, Content**

Grotopia, merupakan merek lokal yang baru lahir, hadir untuk membantu perempuan merawat akar rambut dan mencegah kerontokan. Grotopia memanfaatkan Instagram sebagai media promosi utamanya, namun masih mengalami kekurangan dalam hal *brand awareness*. Tujuan penulisan ini adalah untuk menjelaskan proses perencanaan dan pelaksanaan konten Instagram Grotopia yang kreatif dan lebih menarik dengan menggunakan program “*Social Experiment*” agar dapat meningkatkan *brand awareness*. Teori yang digunakan penulis adalah SWOT, STP, hingga tahapan proses kreatif. Metode yang digunakan penulis seperti Observasi langsung di Grotopia dan Studi Pustaka *Online* dan *Offline*. Sehingga hasilnya adalah lebih banyaknya impresi pada konten Social Experiment untuk Instagram Grotopia dan persiapan yang cukup matang untuk menjalani program tersebut.

**Kata Kunci: Komunikasi Digital, Media Sosial, Instagram , Brand Awareness, Konten**

## PRAKATA

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, Kemampuan dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan laporan Tugas akhir ini untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan Diploma-3/Sarjana Terapan Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *Social Media Specialist* di Grotopia by Capsen. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan tugas akhir berjudul “Perencanaan dan Pelaksanaan Program *Social Experiment* Instagram Grotopia Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* 2024”. Laporan tugas akhir 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 kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si. Wakil Direktur Bidang Akademik
3. Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum., selaku Ketua Jurusan Komunikasi.
4. Raden Sulistiyo Wibowo, S.Sn., M.Sn selaku Koordinator Jurusan Komunikasi
5. Richard selaku Direktur Grotopia sekaligus pembimbing yangtelah menerima penulis melakukan Praktik Industri.
6. Zaenab, M.Si selaku Koordinator Program Studi Prodi Periklanan
7. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Prodi Periklanan
8. Rizky Kertanegara,S.S.,M. Si selaku Pembimbing 1 penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.
9. Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB. selaku Pembimbing 2 penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.

10. Para staf Jurusan Komunikasi dan para karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan layanan administrasi kepada penulis selama di Politeknik Negeri Kreatif.
11. Orangtua Ibu dan Ayah yang telah merawat, membimbing dan memberi pelajaran sejak kecil hingga bisa duduk dibangku perkuliah.
12. Adik Aiden yang telah menemani dan menghibur selama penulisan Laporan Tugas Akhir ini.
13. Julia, Vinny, Aya, Fahru, Lala, Sekar dan Vania hingga Ratna yang telah menemani penulis selama menyusun Laporan Tugas Akhir ini.
14. Teman-teman kantor Grotopia dan tim Capsen yang telah membantu banyak dan menemani penulis selama melakukan Praktik Industri.
15. Seluruh teman satu bimbingan yang sudah membantu saya dalam penulisan ini.
16. Seluruh teman-teman periklanan angkatan-12, khususnya kelas D yang telah berjuang bersama selama 3 tahun pendidikan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan penulisan Laporan Tugas Akhir ini. Semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 08 Juli ,

Muhammad Rafka Saputra  
NIM.21330068

## DAFTAR ISI

|                                                                   |     |
|-------------------------------------------------------------------|-----|
| LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....                                | ii  |
| LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....                        | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN<br>BEBAS PLAGIARISME..... | iv  |
| PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA .....                                  | v   |
| ABSTRAK.....                                                      | vi  |
| PRAKATA .....                                                     | vii |
| DAFTAR ISI.....                                                   | ix  |
| DAFTAR GAMBAR .....                                               | xii |
| DAFTAR TABEL .....                                                | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                              | xv  |
| BAB 1 .....                                                       | 1   |
| PENDAHULUAN .....                                                 | 1   |
| A. Latar Belakang.....                                            | 1   |
| B. Identifikasi Masalah .....                                     | 5   |
| C. Batasan Masalah.....                                           | 5   |
| D. Rumusan Masalah .....                                          | 6   |
| E. Tujuan Penulisan .....                                         | 6   |
| F. Manfaat Penulisan .....                                        | 6   |
| BAB II .....                                                      | 7   |
| TINJAUAN PUSTAKA.....                                             | 7   |
| 1. KOMUNIKASI DIGITAL .....                                       | 7   |
| A. Definisi Komunikasi Digital.....                               | 7   |
| B. Konsep Komunikasi Digital. ....                                | 7   |
| 2. MEDIA KOMUNIKASI DIGITAL .....                                 | 7   |
| A. Pengertian Media Baru .....                                    | 7   |
| B. Pengertian Media Sosial .....                                  | 8   |

|    |                                                             |    |
|----|-------------------------------------------------------------|----|
| C. | Jenis Media Sosial .....                                    | 8  |
| 1. | Instagram .....                                             | 8  |
| 3. | TEORI <i>BRAND</i> . ....                                   | 11 |
| A. | Definisi <i>Brand</i> . ....                                | 11 |
| B. | Definisi <i>Brand Awareness</i> .....                       | 11 |
| C. | Tingkatan <i>Brand Awareness</i> .....                      | 11 |
| D. | Definisi SWOT .....                                         | 12 |
| E. | Definisi STP (Segmenting, Targeting, and Positioning) ..... | 13 |
| F. | Definisi <i>Product Knowledge</i> .....                     | 14 |
| 4. | Proses Kreatif .....                                        | 14 |
| A. | Definisi Proses Kreatif .....                               | 14 |
| B. | Tahapan Proses Kreatif.....                                 | 14 |
| 5. | Konten .....                                                | 15 |
| A. | Defenisi Konten.....                                        | 15 |
| B. | Jenis-jenis Konten. ....                                    | 15 |
| 1. | <i>Promotional</i> . ....                                   | 16 |
| 2. | <i>Entertainment</i> . ....                                 | 16 |
| 3. | <i>Educational</i> .....                                    | 16 |
| 4. | <i>Conversational</i> . ....                                | 16 |
| C. | Konten <i>Social Experiment</i> . ....                      | 16 |
|    | BAB III .....                                               | 17 |
|    | METODE PELAKSANAAN .....                                    | 17 |
| A. | Data/Objek Penulisan .....                                  | 17 |
| B. | Struktur Organisasi .....                                   | 24 |
| C. | Posisi dan Uraian Pekerjaan .....                           | 24 |
| D. | Teknik pengumpulan Data .....                               | 26 |
| E. | Ruang Lingkup .....                                         | 28 |
| F. | Langkah Kerja .....                                         | 29 |

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| BAB IV .....                                                        | 33 |
| PEMBAHASAN .....                                                    | 33 |
| A. Analisis Situasi .....                                           | 33 |
| 1. Gambaran Media Sosial .....                                      | 33 |
| 2. Analisis Media Sosial Periode Februari 2024. ....                | 34 |
| 3. Analisis Kompetitor.....                                         | 35 |
| 4. Analisis SWOT.....                                               | 38 |
| B. Proses Pembuatan .....                                           | 39 |
| 1. Alur Kerja. ....                                                 | 39 |
| 2. Analisis STP .....                                               | 50 |
| 3. Penerapan Konsep Konten <i>Social Experiment</i> .....           | 54 |
| C. Hasil.....                                                       | 58 |
| 1. Penonton Grotopia Periode (Maret-Mei 2024).....                  | 58 |
| 2. <i>Reach</i> Grotopia Periode (Maret-Mei 2024).....              | 59 |
| 3. <i>Engagement Rate</i> Periode (Maret-April 2024).....           | 60 |
| 4. <i>Insight Progress Brand Awareness</i> Instagram Grotopia ..... | 61 |
| 5. Top 3 Konten.....                                                | 63 |
| BAB V .....                                                         | 65 |
| PENUTUP .....                                                       | 65 |
| A. Simpulan.....                                                    | 65 |
| B. Saran.....                                                       | 66 |
| 1. Saran Bagi Mahasiswa .....                                       | 66 |
| 2. Saran bagi kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.....   | 66 |
| 3. Saran bagi perusahaan Masyarakat.....                            | 66 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                | 67 |
| LAMPIRAN .....                                                      | 69 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Data komparasi brand index lokal perawatan akar rambut tahun 2024.....                              | 2  |
| Gambar 1. 2 Instagram Grotopia Sebelum Adanya Konten Social Experiment.....                                     | 4  |
| Gambar 3. 1 Logo Grotopia .....                                                                                 | 17 |
| Gambar 3. 2 Nimalaya Gro Hair Oil.....                                                                          | 21 |
| Gambar 3. 3 Quill Bamboo Comb .....                                                                             | 21 |
| Gambar 3. 4 Langkah Kerja Penyusunan Konten Instagram Grotopia. ....                                            | 29 |
| Gambar 4. 1 Instagram Grotopia .....                                                                            | 33 |
| Gambar 4. 2 Reels Instagram Grotopia Sebelum ada Konsep konten “Social Experiment” ...                          | 34 |
| Gambar 4. 3 Reels Instagram Grotopia Sebelum ada Konsep konten “Social Experiment” dan mengalami penurunan..... | 35 |
| Gambar 4. 4 Produk Tumbuh Lab .....                                                                             | 36 |
| Gambar 4. 5 Produk Ree Derma .....                                                                              | 37 |
| Gambar 4. 6 Langkah Kerja Penyusunan Konten Instagram Grotopia. ....                                            | 39 |
| Gambar 4. 7 Dokumentasi Brainstroming bersama pembimbing industri. ....                                         | 40 |
| Gambar 4. 8 Dokumentasi pemberian <i>Brief</i> pembimbing industri.....                                         | 41 |
| Gambar 4. 9 Postingan N Pure yang menjadi referensi konsep konten “Social Experiment”.42                        |    |
| Gambar 4. 10 Proses pembuatan Script “Social Experiment” menggunakan Notion .....                               | 42 |
| Gambar 4. 11 Proses pembuatan <i>Script</i> “Social Experiment” menggunakan Notion .....                        | 43 |
| Gambar 4. 12 Proses pembuatan <i>Script</i> “Social Experiment” menggunakan Notion .....                        | 43 |
| Gambar 4. 13 Proses pembuatan <i>Script</i> “Social Experiment” menggunakan Notion .....                        | 44 |
| Gambar 4. 14 Dokumentasi pemberian <i>approval</i> dari pembimbing.....                                         | 44 |
| Gambar 4. 15 Dokumentasi pemberian revisi via Slack.....                                                        | 45 |
| Gambar 4. 16 Dokumentasi sebelum mencari target .....                                                           | 46 |
| Gambar 4. 17 Target “Social Experiment” telah ditemukan .....                                                   | 47 |
| Gambar 4. 18 Editing konten “Social Experiment” menggunakan CapCut .....                                        | 48 |
| Gambar 4. 19 Post konten Reels “Social Experiment” .....                                                        | 49 |
| Gambar 4. 20 Postingan N Pure yang menjadi referensi konsep konten “Social Experiment” .....                    | 50 |
| Gambar 4. 21 Reels Instagram Tumbuh Lab .....                                                                   | 51 |
| Gambar 4. 22 Instagram Persona Aganta .....                                                                     | 53 |
| Gambar 4. 23 Instagram Grotopia dengan Persona barunya .....                                                    | 53 |

|                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 4. 24 Setelah adanya konsep konten “Social Experiment” .....                               | 58 |
| Gambar 4. 25 Reach Instagram Grotopia setelah adanya konsep konten “Social Experiment” .....      | 59 |
| Gambar 4. 26 Engagement Instagram Grotopia setelah adanya konsep konten “Social Experiment” ..... | 60 |

## DAFTAR TABEL

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| Tabel 3. 1 Produk-produk Grotopia .....           | 20 |
| Tabel 3. 2 Struktur Organisasi Grotopia .....     | 24 |
| Tabel 4. 1 Analisis SWOT TumbuhLab .....          | 36 |
| Tabel 4. 2 Analisis SWOT Ree Derma .....          | 38 |
| Tabel 4. 3 Output Kerja Penulis .....             | 55 |
| Tabel 4. 4 Insight Konten Social Experiment ..... | 61 |
| Tabel 4. 5 Top Konten Social Experiment .....     | 63 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1 Biodata Penulis .....                  | 70 |
| Lampiran 2 Lembar Bimbingan Tugas Akhir .....     | 71 |
| Lampiran 3 Pendukung Penyusunan Tugas Akhir ..... | 71 |
| Lampiran 4 Pendukung Penyusunan Tugas Akhir ..... | 72 |
| Lampiran 5 Bukti Hasil Pekerjaan .....            | 74 |