

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN KONTEN KREATIF UNTUK MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS PADA INSTAGRAM AJWA TV TAHUN 2024**

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



Disusun Oleh

ARDIANA DARMA UTAMI PUTRI

NIM : 21330016

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Kreatif Untuk
Meningkatkan *Brand Awareness* pada
Instagram Ajwa TV Tahun 2024

Penulis : Ardiana Darma Utami Putri

NIM : 21330016

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji
Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari

Selasa, tanggal 30 Juli 2024

Disahkan Oleh :

Ketua Penguji


Rizky Kertanegara, S.S., M. Si

NIP. 198301152014041001

Anggota I



Firda Nida Fauziyyah, S.I.Kom

Anggota II



Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum.

Mengetahui,

NIP. 197508072009121001


Ketua Jurusan Komunikasi
Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum.
NIP. 197508072009121001

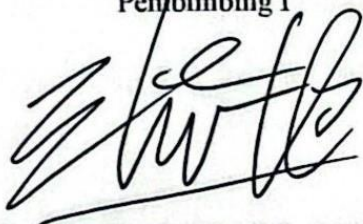
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir	: Perancangan Konten Kreatif Untuk Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> pada Instagram Ajwa TV Tahun 2024
Penulis	: Ardiana Darma Utami Putri
NIM	21330016
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 8 Juli 2024

Pembimbing I



Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum.

NIP. 197508072009121001

Pembimbing II



Dr. (Can) Ressa Uli Patrissia,
S.S., M.Ikom, AMIPR

ID. 0704040039

Mengetahui,

Koordinasi Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si.

NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ardiana Darma Utami Putri
NIM : 21330016
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2023/2024

Dengan ini menyatakan bahwa karya Tugas Akhir saya dengan judul "Perancangan Konten Kreatif Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* pada Instagram Ajwa TV 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 saya buat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 12 Juli 2024

Yang menyatakan,



Ardiana Darma Utami Putri

NIM. 21330016

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Ardiana Darma Utami Putri
NIM : 21330016
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2023/2024

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 "Perancangan Konten Kreatif Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* pada Instagram Ajwa TV Tahun 2024" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif in 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 sebenar-benarnya.

Jakarta, 12 Juli 2024

Yang menyatakan,


Ardiana Darma Utami Putri

NIM. 21330016

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir	: Perancangan Konten Kreatif Untuk Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Pada Instagram Ajwa TV Tahun 2024
Ditulis Oleh	: Ardiana Darma Utami Putri
Prodi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Pembimbing I	: Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum
Pembimbing II	: Dr. (Can) Ressa Uli Patrissia, S.S., M.Ikom, AMIPR

Ajwa TV is still a newcomer to national television because it only started in the last four years, they also don't have a structured flow for designing creative content on Instagram. The content they produce is still small, the impact of which is that the level of engagement they get is still relatively low in building brand awareness. Therefore, Instagram social media provides new opportunities for the Ajwa TV television station to reach a wide audience. The concepts used in this writing are advertising communication, social media, and the creative process. The purpose of this writing is to find out how to design creative content for Instagram Ajwa TV. The data collection methods used were observation and literature study.

Keywords : *Social Media Specialist, Brand Awareness, Instagram, Ajwa TV*

Ajwa TV masih terbilang pendatang baru dalam pertelevisian nasional karena baru memulainya sejak empat tahun terakhir, mereka juga tidak mempunyai alur yang terstruktur untuk perancangan konten kreatif di Instagram. Hasil konten yang mereka hasilkan masih sedikit, dampaknya tingkat *engagement* yang mereka dapat masih terbilang rendah dalam membangun *brand awareness*. Oleh karena itu, media sosial Instagram memberikan peluang baru untuk stasiun televisi Ajwa TV dalam menjangkau audience secara luas. Konsep yang digunakan dalam penulisan ini yaitu komunikasi periklanan, media sosial, dan proses kreatif. Tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui bagaimana perancangan konten kreatif untuk Instagram Ajwa TV. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dan studi Pustaka.

Kata Kunci : *Social Media Specialist, Brand Awareness, Instagram, Ajwa TV*

PRAKATA

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Magang Industri ini dengan lancar dan baik. Adapun penulisan Tugas Akhir ini dibuat sebagai bentuk kewajiban bagi penulis untuk bisa menyelesaikan Pendidikan Diploma-3 (Tiga) Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif yang berjudul “Perancangan Konten Kreatif Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Pada Instagram Ajwa TV”

Dalam proses pembuatan karya Tugas Akhir ini penulis tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang hadir di tengah-tengah penulis. Sehingga tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Drs. Benget Simamora, M.M., Wakil Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif
3. Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi sekaligus pembimbing 1 dari penulis yang sudah membantu untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn. Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, SS., M.Si Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Dr. (Can) Ressa Uli Patrissia, S.S., M.Ikom, AMIPR., selaku pembimbing 2 dari penulis yang sudah membantu untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Kak Gerly beserta jajaran staff lainnya, Selaku tim *Social Media Officer* yang menjadi pembimbing Perusahaan di PT Omni Intivision.
8. Kak Mega Novia, Selaku HR Supervisor MOJI yang telah menerima penulis melakukan praktik industri di PT Omni Intivision.
9. Keluarga yang senantiasa selalu mendukung dan memberikan semangat untuk menjalankan seluruh kegiatan perkuliahan.
10. Para karyawan PT Omni Intivision yang telah menerima penulis selama Praktik Industri.
11. Rekan-rekan Grup “Calon Youtuber” yang telah menjadi teman berjuang bersama-sama selama tiga tahun.
12. Rekan-rekan SCM selama melakukan magang di PT Omni Intivision.
13. Cho Seungyoun dan Kitamura Takumi selaku teman istimewa yang selalu memberikan semangat dan motivasi.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan yang terdapat di laporan ini. Penulis terbuka atas saran dan kritik yang membangun untuk laporan ini. Adapun penulis berharap laporan ini bisa bermanfaat bagi Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta dan rekan-rekan mahasiswa lain yang akan menjalankan Tugas Akhir di masa yang akan datang.

Jakarta, 12 Juli 2024

Yang menyatakan,



Ardiana Darma Utami Putri

NIM. 21330016

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penulisan	4
F. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Komunikasi	6
1. Definisi Komunikasi	6
2. Fungsi Komunikasi	7
3. Elemen Komunikasi	8
4. Jenis Media Komunikasi	9
B. Media Sosial	10
1. Definisi Media Sosial	10
2. Manfaat Media Sosial	10
3. Definisi Instagram	11
4. Content Pillar Instagram	13
C. Periklanan	15
1. Definisi Periklanan	15
2. Jenis Periklanan	16
3. Tujuan Periklanan	16

4. STP (Segmenting, Targeting, Positioning).....	17
D. Social Media Specialist	18
1. Definisi Social Media Specialist.....	18
2. Peran Social Media Specialist.....	18
3. Tanggung jawab Social Media Specialist	19
E. <i>Brand Awareness</i>	19
1. Definisi Brand Awareness	19
2. Tingkatan Brand Awareness	20
F. Proses Kreatif	21
1. Definisi Kreatif	21
2. Elemen Proses Kreatif	21
3. Brainstorming	22
4. Konten Kreatif	22
5. Formula Model Komunikasi AISAS	23
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	25
A. Data Penulisan.....	25
B. Teknik Pengumpulan Data	28
C. Ruang Lingkup Penulis	30
D. Langkah Kerja	33
BAB IV PEMBAHASAN	35
A. Gambaran Umum Perancangan Konten Instagram	35
1. Gambaran Umum Pekerjaan.....	35
B. Proses Kreatif Perancangan Konten Instagram	38
1. <i>Immersion</i> (Persiapan)	39
2. <i>Incubation</i> (Inkubasi).....	41
3. <i>Illumination</i> (Iluminasi).....	44
4. <i>Verification</i> (Verifikasi)	48
C. Hasil Perancangan Konten Instagram	49
1. Promotional Content.....	49
2. Educational Content.....	50
3. Entertainment Content	51
4. Interactive content	52
BAB V PENUTUP	54
A. Kesimpulan.....	54

B. Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Alur proses formula AISAS	23
Gambar 2. Logo Perusahaan.....	25
Gambar 3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	27
Gambar 4 Hasil Karya Penulis	31
Gambar 5 Hasil Brief Konten.....	32
Gambar 6 Langkah kerja Social Media Specialist.....	33
Gambar 7 Tampilan Instagram Ajwa TV bulan Januari	35
Gambar 8 entertainment content sebelumnya	36
Gambar 9 promotional content sebelumnya.....	37
Gambar 10 Alur Perancangan Konten.....	39
Gambar 11 referensi pembuatan konten Ajwa TV	40
Gambar 12 Contoh Attention pada konten Ajwa TV	42
Gambar 13 konten para pencari tuhan.....	42
Gambar 14 contoh search pada konten Ajwa TV.....	43
Gambar 15 Contoh action pada konten Ajwa TV	43
Gambar 16 Contoh konten Share pada instagram Ajwa TV	44
Gambar 17 Editorial Plan Promotional Content.....	45
Gambar 18 Editorial Plan Educational Content	46
Gambar 20 contoh Approval konten	48
Gambar 22 Hasil Promotional Content	49
Gambar 23 Hasil Educational Content.....	50
Gambar 24 Hasil Entertainment Content	51
Gambar 25 Hasil interactive content	52
Gambar 30 overview performance ajwa tv	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Sidang Tugas Akhir.....	67
Lampiran 2 Lembar Pembimbing 1 Tugas Akhir.....	68
Lampiran 3 Lembar Pembimbing 2 Tugas Akhir.....	69
Lampiran 4 Konten Feeds Ajwa TV.....	70
Lampiran 5 Editorial Plan Ajwa TV.....	71
Lampiran 6 Konten Video Ajwa TV.....	72
Lampiran 7 Sertifikat Praktik Industri.....	73