

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KONTEN INSTAGRAM TOPTUMBLER.ID
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

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



Oleh :
Sahlan Apriansyah
NIM : 21330101

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2024

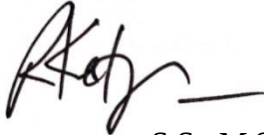
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Instagram Toptumbler.id
Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*
Penulis : Sahlan Apriansyah
NIM : 21330101
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, tanggal 23 Juli 2024

Disahkan oleh:

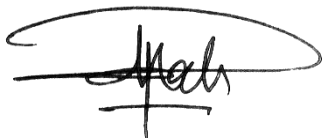
Ketua Penguji,



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, M.Hum

NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

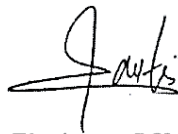
Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Instagram Toptumbler.id
Untuk Meningkatkan Brand Awareness
Penulis : Sahlan Apriansyah
NIM : 21330101
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di .Politeknik...Negeri..Media Kreatif Jakarta

04 Juli 2024

Pembimbing I



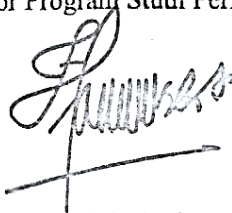
Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Pembimbing II



Dr. Ressa Uli Patrissia, S.S., M.I.Kom

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 : Sahlan Apriansyah

NIM : 21330101

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2023/2024

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Perancangan Konten Instagram Toptumbler.id 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, 04 Juli 2024

Yang menyatakan,



Sahlan Apriansyah

NIM: 21330101

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Sahlan Apriansyah

NIM : 21330101

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 Konten Instagram Tootumbler.id Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*.

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

04 Juli 2024

Yang menyatakan,



Sahlan Apriansyah

NIM: 21330101

ABSTRAK

Judul: Perancangan Konten Instagram Toptumbler.id Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*

Pembimbing 1: Sartika Ekadyasa, M.I.Kom.

Pembimbing 2: Dr. Ressa Uli Patrissia, S.S., M.I.Kom.

According to data from Hootsuite and We Are Social (2023), social media users in Indonesia reached 167.0 million, or 60.4% of the total population. This figure shows the importance of social media for companies in reaching a wider audience. Toptumbler.id has not currently optimized its social media. This final assignment aims to design an Instagram content strategy for Toptumbler.id to increase brand awareness. The strategies applied in this research include brand awareness theory, digital marketing and social media, key performance indicators (KPI) and the AISAS model. The results of the final project using the AISAS and KPI model concepts show an increase in the reach and interaction of content on the Toptumbler.id Instagram account. In the dashboard data, Reach increased by 464% from the previous period, while Engagement Content Interactions increased by 2.125%. In the period May – June 2024, Reach reached 9,006 million views, consisting of 7,422 paid reaches and 1,584 organic reaches. This proves that structured content planning and good execution can increase reach significantly, and result in an increase in the level of brand awareness of the toptumbler.id social media account.

Keywords: *Social Media, Brand Awareness, Content Design, Instagram, Toptumbler.id.*

Menurut data Hootsuite dan We Are Social (2023), pengguna media sosial di Indonesia mencapai 167,0 juta, atau 60,4% dari total populasi. Angka ini menunjukkan pentingnya media sosial bagi perusahaan dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Toptumbler.id saat ini belum mengoptimalkan media sosial yang dimiliki. Pada Tugas Akhir ini bertujuan merancang strategi konten Instagram bagi Toptumbler.id guna meningkatkan *brand awareness*. Strategi yang diterapkan dalam penelitian ini mencakup teori *brand awareness*, pemasaran digital dan media sosial, *key performance indicator* (KPI) dan model AISAS. Hasil tugas akhir dengan konsep model AISAS dan KPI menunjukkan peningkatan dalam jangkauan dan interaksi konten di akun Instagram Toptumbler.id. Pada data *dashboard*, *Reach* meningkat sebesar 464% dari periode sebelumnya, sementara *Engagement Content Interactions* meningkat sebesar 2,125%. Pada periode Mei – Juni 2024, *Reach* mencapai 9.006 juta *views*, terdiri dari 7.422 *paid reach* dan 1.584 *organic reach*. Hal ini membuktikan bahwa perencanaan konten yang terstruktur dan eksekusi yang baik dapat meningkatkan jangkauan secara signifikan, dan menghasilkan peningkatan pada level *brand awareness* terhadap akun media sosial toptumbler.id.

Kata Kunci: *Media Sosial, Brand Awareness, Perancangan Konten, Instagram, Toptumbler.id.*

PRAKATA

Puji dan Syukur kami panjatkan kepada Allah Yang Maha Esa dan Nabi Muhammad SAW., karena telah memberikan berkat berupa kesehatan, kekuatan, kemampuan, dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan penuh. Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mengikuti mata kuliah tugas akhir pada Program Studi Periklanan Jurusan Komunikasi di Politeknik Negeri Media Kreatif dan meraih gelar A.Md.I.Kom (ahli madya ilmu komunikasi) sebagai syarat kelulusan jenjang D3 (Diploma 3).

Dalam tugas akhir ini peran penulis adalah sebagai *Social Media Specialist* yang bertugas dalam mengelola sosial media, membuat konten sosial media, dan memberikan laporan perkembangan sosial media milik Toptumbler.id.

Penulis sangat sadar bahwa tugas akhir ini tidak akan berhasil tersusun dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, dengan penuh hormat, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyelesaian tugas akhir ini. 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 Politeknik Negeri Media Kreatif.
3. Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi.
4. Sulistyo Wibowo, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom., Dosen pembimbing 1, yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi selama proses penulisan Tugas Akhir.

7. Dr. Ressa Uli Patrissia, S.S., M.I.Kom Dosen pembimbing 2, yang telah memberikan dukungan dan inspirasinya, pandangan dan perspektif yang diberikan telah memperkaya proses penulisan Tugas Akhir.
8. Para dosen dan tenaga seluruh staf Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memfasilitasi dan melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
9. Orang tua dan Keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan moral dan materiil serta doa yang tiada henti dalam proses pembelajaran di Politeknik Negeri Media Kreatif.
10. Rekan-rekan yang telah menawarkan dukungan dan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.
11. Pustakawan dan staf perpustakaan yang telah menjadi tempat yang menyenangkan untuk pembelajaran.
12. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) atas program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), bagi penulis program ini memberikan kesempatan untuk mengembangkan potensi diri, dan meningkatkan keterampilan yang bermanfaat selama masa studi.
13. Kak Gilang dan tim INF Creative yang telah memberikan pembelajaran, pengetahuan dan mentalitas dalam realitas industri kreatif.

Jakarta, 04 Juli 2024

Penulis,



Sahlan Apriansyah

NIM 21330101

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	ivv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I 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
1. Manfaat bagi Penulis.....	6
2. Manfaat bagi Politeknik Negeri Media Kreatif.....	7
3. Manfaat bagi Masyarakat.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Komunikasi.....	8
1. Pengertian.....	8
2. Elemen-elemen Komunikasi.....	8
B. Komunikasi Pemasaran	9
1. Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	9
2. Elemen-elemen Komunikasi Pemasaran.....	9
C. Media Sosial	11
1. Pengertian Media Sosial.....	11
2. Media Sosial Instagram.....	12

D. <i>Brand</i> dan Teori Piramida <i>Brand Awareness</i>	12
1. Pengertian <i>Brand</i>	12
2. Teori Piramida <i>Brand Awareness</i>	13
E. <i>Key performance indicator, Social Media (KPI)</i>	
1. Pengertian.....	13
2. Manfaat	14
3. <i>Reach</i>	14
F. Model AISAS	16
1. Perhatian (<i>Attention</i>).....	16
2. Menumbuhkan Minat (<i>Interest</i>).....	16
3. Mencari Informasi (<i>Search</i>).....	16
4. Melakukan Tindakan (<i>Action</i>).....	17
5. Berbagi Pengalaman (<i>Share</i>).....	17
BAB III METODE PELAKSANAAN	18
A. Data Perusahaan.....	18
1. Profil dan Logo Perusahaan.....	18
2. Sejarah Perusahaan.....	18
3. Alamat Perusahaan.....	19
4. Layanan Perusahaan.....	19
5. Instagram Toptumbler.id.....	20
B. Teknik Pengumpulan Data	21
1. Observasi.....	21
2. Studi Pustaka.....	21
C. Ruang Lingkup.....	22
1. Peran Penulis.....	22
2. Ide Karya.....	22
D. Langkah Kerja.....	23
1. Persiapan.....	23
2. Pelaksanaan.....	23
3. Evaluasi.....	23
BAB IV PEMBAHASAN	24
A. Gambaran Umum.....	24
B. Proses Perancangan Konten Toptumbler.id.....	26

1. Alur Kerja.....	26
2. Pelaksanaan.....	27
3. Hasil Konten Instagram.....	30
C. Analisis AISAS.....	39
D. <i>Social Media Key Performance Indicator (KPI)</i>	44
1. <i>Reach</i> (Jangkauan).....	44
2. <i>Engagement</i> (Keterlibatan).....	45
E. <i>Top Content</i> Toptumbler.id Priode Mei-Juli 2024.....	45
F. Perbandingan	46
BAB V PENUTUP	48
A. Kesimpulan	48
B. Saran.....	49
1. Saran bagi Penulis.....	48
2. Saran bagi Politeknik Negeri Media Kreatif.....	49
3. Saran bagi Masyarakat.....	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kompetitor Produk sejenis pada Instagram	4
Tabel 2 Alur Proses Perancangan Konten Instagram.....	26
Tabel 3 Content Planner Toptumbler.id.....	27
Tabel 4 Hasil Masing-masing Konten Instagram Toptumbler.id	32
Tabel 5 Penerapan Model AISAS.....	40
Tabel 6 Performance Report Toptumbler.id.....	44
Tabel 7 Top Content Priode Mei-Juni 2024	45
Tabel 8 Perbandingan Sebelum Dikelola dengan Perancangan & Sesudah Dikelola	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Global Digital Headlines	1
Gambar 2 Data Pengguna Aktif Bulanan	2
Gambar 3 Logo Toptumbler.id	4
Gambar 4 Proses Komunikasi.....	8
Gambar 5 Elemen-elemen Komunikasi	9
Gambar 6 Piramida <i>Brand Awareness</i>	13
Gambar 7 Model AISAS	16
Gambar 8 Logo Perusahaan.....	18
Gambar 9 Koleksi Tumbler	19
Gambar 10 Profil Instagram @Toptumbler.id Sebelum dikelola.....	20
Gambar 11 Konten Instagram Toptumbler.id Sebelum dikelola.....	25
Gambar 12 Desain Konten Visual	29
Gambar 13 Fitur Advanced settings.....	30
Gambar 14 Hasil Instagram Setelah dikelola	31
Gambar 15 Dashboard <i>Reach</i> dan <i>Engagement</i>	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa.....	49
Lampiran 2 Lembar Pendampingan 1 dan 2 Tugas Akhir.....	52
Lampiran 3 Surah Keterangan dan Sertifikat Mangang.....	54
Lampiran 4 Dokumentasi Foto Kegiatan Terkait Tugas Akhir.....	55
Lampiran 5 Hasil Cek <i>Plagirisme</i>	60
Lampiran 6 Sertifikat Kompetensi.....	62