

LAPORAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MIND ID UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

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



Oleh:
AHMAD ALFERI
NIM : 21330007

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA
2024

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Media Sosial Instagram
MIND ID Untuk Meningkatkan Brand Awareness
Penulis : Ahmad Alferi
NIM : 21330007
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 23 Juli 2024

Disahkan oleh:

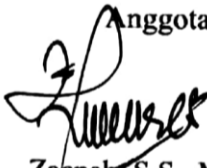
Ketua Penguji,



M Rizky Kertanegara, S.S., M.Si.

NIP. 198301152014041001

Anggota 1



Zaenab, S.S., M.Si.

NIP. 199211132019032025

Anggota 2



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom.

NIP. 198812222020122006

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum

NIP. 197508072009121001

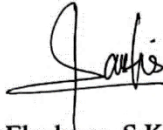
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Media Sosial Instagram MIND ID Untuk Meningkatkan
Brand Awareness
Penulis : Ahmad Alferi
NIM : 21330007
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di ...**Jakarta**..., **10 Juli 2024**.....

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Ingrid Veronica Kusumawardani, S.S., M.Pd.
NIP. 197002222023212003

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Alferi
NIM : 21330007
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2023/2024

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Perancangan Konten Media Sosial Instagram MIND 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, 21 Jun, 2024

Yang menyatakan,



A handwritten signature in black ink is written over a yellow 10,000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAL TEMPEL' and '1033AHCX431616547'.

Ahmad Alferi
NIM: 21330007

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Ahmad Alferi

NIM : 21330007

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2023/2024

demi 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 Media Sosial Instagram MIND 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, 21 Juni 2024

Yang menyatakan,



Ahmad Alferi

NIM: 21330007

ABSTRAK

Judul : Perancangan Konten Media Sosial Instagram MIND ID Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*

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

Pembimbing 2: Ingrid Veronica Kusumawardani, S.S., M.Pd.

PT. Mineral Industri Indonesia atau MIND ID adalah perusahaan *holding* milik Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang pertambangan. MIND ID ingin memperkenalkan bidang pertambangan dan perkembangannya kepada masyarakat luas, khususnya Indonesia melalui media sosial dikarenakan masih kurangnya kesadaran masyarakat terhadap bidang pertambangan di Indonesia. Oleh karena itu, MIND ID memakai jasa suatu digital agensi periklanan dimana tempat penulis bekerja sebagai *Social Media Specialist* untuk meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap MIND ID melalui media sosial nya yang dirancang dan dikelola oleh penulis dengan tujuan masyarakat dapat mengetahui bidang pertambangan dan perkembangan pengelolaan pertambangan di Indonesia. Dalam tugas akhir ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data berupa observasi dan studi pustaka. Dalam merancang media sosial milik MIND ID, penulis menerapkan teori AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, dan Share*) guna memaksimalkan tercapainya *brand awareness*. Dengan penerapan teori tersebut, hasil yang dihasilkan ialah berupa konten media sosial Instagram dan hasil *Social Media Key Performance Indicator* atau *engagement* bulanan untuk membuktikan ketercapaian dari *brand awareness* yang diinginkan MIND ID.

Keywords: *Social Media Specialist, Media sosial, Brand awareness, MIND ID.*

PT. Mineral Industri Indonesia or MIND ID is a holding company owned by Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) which operates in the mining sector. MIND ID wants to introduce the mining sector and its developments to the wider community, especially Indonesia, through social media due to the lack of public awareness of the mining sector in Indonesia. Therefore, MIND ID uses the services of a digital advertising agency where the author works as a Social Media Specialist to increase public brand awareness of MIND ID through its social media which is developed and managed by the author with the aim of allowing the public to know about the mining sector and developments in mining management in Indonesia. In this final assignment, the author uses data collection methods like observation and literature study. In developing MIND ID's social media, the author applies the AISAS theory (Attention, Interest, Search, Action, and Share) to maximize brand awareness. By using this theory, the resulting results are in the form of Instagram social media content and the results of the Social Media Key Performance Indicator or monthly engagement to prove the achievement of the brand awareness that MIND ID wants.

Kata Kunci: *Social Media Specialist, Social Media, Brand awareness, MIND ID.*

PRAKATA

Puji dan Syukur saya 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 media sosial, membuat konten media sosial, dan memberikan laporan perkembangan media sosial milik *MIND ID* melalui Brofrank Agency.

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. Sulistyو 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 Tugas Akhir.

7. Ingrid Veronica Kusumawardani, S.S., M.Pd., Dosen pembimbing 2 Tugas Akhir.
8. Seluruh dosen dan tenaga pendidikan, beserta civitas Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah membantu, melayani dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Media Kreatif.
9. Orang tua dan keluarga penulis yang telah membantu dan mendukung penuh penulis dalam berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif.
10. Saudara-saudara penulis yang telah membantu keuangan penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
11. Seluruh teman-teman prodi periklanan PoliMedia yang telah merangkul dan membantu penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
12. Seluruh rekan-rekan organisasi mahasiswa PoliMedia Jakarta yang telah memberikan pengalaman kepada penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
13. Pakdeh dan Budeh Mawar kantin baru PoliMedia yang telah membantu penulis selama berkegiatan di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
14. Mami, Bunda, Bang Adi, dan Pakdeh *Food-court* PoliMedia yang telah membantu penulis selama berkegiatan di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
15. Emir Al-Shiqty yang telah membantu dan membimbing penulis dalam merancang laporan Tugas Akhir.
16. Arthur Paath, sebagai *Project Manager* dan menjadi pembimbing di *Brofrank Agency*.
17. Mas Eki dan Mas Yudha, selaku *Founder* dan *Co-Founder Brofrank Agency* yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan

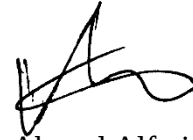
praktik industri di *Brofrank Agency* dan memberikan banyak ilmu dunia kerja terhadap penulis selama praktik industri.

18. Seluruh karyawan *Brofrank Agency* yang telah memberikan penulis ilmu dan bimbingan selama melakukan praktik industri.

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

Jakarta, 21 Juni 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Ahmad Alferi', written over a horizontal line.

Ahmad Alferi

NIM 21330007

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penulisan.....	8
F. Manfaat Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Komunikasi	10
B. Komunikasi Pemasaran	11
C. Media Baru	13
D. Media Sosial	14
E. Indikator Kinerja Utama Media Sosial (<i>Social Media KPI</i>).....	16
F. Konten	17
G. <i>Editorial Plan</i>	18
H. <i>Content Pillar</i>	19
I. <i>Influencer</i>	19
J. Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	20

K. AISAS	21
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	24
A. Data Perusahaan	24
1. Profil dan Logo Perusahaan	24
2. Sejarah Perusahaan.....	24
3. Alamat Perusahaan	24
4. Layanan Perusahaan	25
5. Klien Perusahaan	25
6. MIND ID	26
7. Konten Instagram MIND ID	27
B. Teknik Pengumpulan Data	28
C. Ruang Lingkup	29
1. Peran Penulis	29
2. Kategori Karya	29
3. Ide Karya	29
D. Langkah Kerja	30
1. Persiapan	30
2. Pelaksanaan	30
3. Evaluasi	30
BAB IV PEMBAHASAN.....	32
A. Gambaran Umum Permasalahan	32
B. Proses Perancangan Konten MIND ID	34
1. Alur Kerja.....	34
2. Contoh Konten	39
C. Analisis AISAS.....	44
1. Konten Reels Collab “Rekrutmen Bersama BUMN”	44
2. Konten Feeds “Pentingnya DEI Bagi Pekerja Tambang”	47
3. Konten Reels Liputan “HUT MIND ID Pertama”	50
4. Konten Feeds Memes “Penglihatan Orang Lain VS Penglihatan Anak Tambang”	52
5. Konten Reels “English Thursday: Spill The Tea!”	54

D. <i>Social Media Key Performance Indicator (KPI)</i>	56
1. Laporan Bulanan Media Sosial	56
2. Top 3 Content of The Months	58
E. Perbandingan	60
F. Hasil	61
1. Rancangan Konten dalam <i>Editorial Plan</i>	61
2. Laporan <i>Engagement</i> Media Sosial Bulanan MIND ID	62
BAB V PENUTUP	63
A. Simpulan.....	63
B. Saran	63
1. Saran untuk penulis:	64
2. Saran untuk Politeknik Negeri Media Kreatif:	64
3. Saran untuk masyarakat:	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis Konten Rekrutmen Bersama BUMN	46
Tabel 2 Analisis Konten Pentingnya DEI	48
Tabel 3 Analisis Konten HUT MIND ID Pertama.....	51
Tabel 4 Analisis Konten Memes	53
Tabel 5 Analisis Konten Spill The Tea	55
Tabel 6 Perbandingan KPI Reach Instagram Februari & Maret 2024	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 10 Negara dengan Tingkat Literasi Paling Rendah 2018-2019	2
Gambar 2 Media sosial dengan Pengguna Indonesia Terbanyak.....	3
Gambar 3 Logo MIND ID.....	5
Gambar 4 Model Komunikasi Pemasaran.....	12
Gambar 5 Model AISAS	22
Gambar 6 Logo Perusahaan	24
Gambar 7 Klien Brofrank Agency	26
Gambar 8 Logo MIND ID.....	26
Gambar 9 Profil Instagram @miningindustry.id	27
Gambar 10 Profil Instagram @lifeatmindid	28
Gambar 11 Alur Kerja.....	31
Gambar 12 Akun Instagram @miningindustry.id.....	32
Gambar 13 Akun Instagram @lifeatmindid.....	33
Gambar 14 Tugas Pembuatan Ide Konten MIND ID.....	35
Gambar 15 Editorial Plan Maret MIND ID	36
Gambar 16 Akun Meta Business MIND ID.....	38
Gambar 17 Ide Konten Tambang Trivia Tuesday Maret 2024	40
Gambar 18 Hasil Visual Konten Tambang Trivia Tuesday Maret 2024	40
Gambar 19 Postingan Instagram Tambang Trivia Tuesday MIND ID.....	41
Gambar 20 Ide Konten Instagram Story MIND ID Maret 2024	41
Gambar 21 Ide Konten English Thursday Maret 2024	42
Gambar 22 Hasil Visual Konten English Thursday Maret 2024	42
Gambar 23 Postingan Instagram English Thursday MIND ID	43
Gambar 24 Ide Konten Memes MIND ID Maret 2024.....	43

Gambar 25 Hasil Visual Konten Memes MIND ID Maret 2024	44
Gambar 26 Konten Instagram @lifeatmindid – Rekrutmen Bersama BUMN	45
Gambar 27 Konten Instagram @lifeatmindid – Pentingnya DEI	47
Gambar 28 Konten HUT MIND ID Pertama Instagram @lifeatmindid.....	50
Gambar 29 Konten Memes Instagram @lifeatmindid	52
Gambar 30 Konten Instagram @lifeatmindid – Spill The Tea	54
Gambar 31 Rangkuman Kenaikan Instagram MIND ID Maret 2024.....	56
Gambar 32 Best Performing Content Instagram MIND ID Maret 2024	58
Gambar 33 Rancangan Konten Dalam Editorial Plan MIND ID.....	61
Gambar 34 Laporan Engagement Media Sosial MIND ID Maret 2024	62

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWA	68
SALINAN LEMBAR PEMBIMBINGAN TA.....	71
SERTIFIKAT MAGANG INDUSTRI	73
DOKUMENTASI FOTO KEGIATAN TERKAIT TUGAS AKHIR	74
LEMBAR HASIL CEK PLAGIARISME	77
SERTIFIKAT KOMPETENSI.....	78