

LAPORAN TUGAS AKHIR

PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA INSTAGRAM @AIRDAY.ID

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



Oleh:

MUHAMMAD FAUZAN

NIM : 21330061

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

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Konten Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Instagram @Airday.Id
Penulis : Muhammad Fauzan
NIM : 21330061
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 2 Agustus 2024

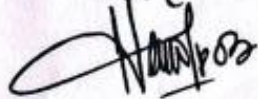
Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Zaenab, S.S., M.Si

NIP 199211132019032025

Penguji Ahli



Maya Puspita Dewi, S.Sos, M.M

Moderator



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

NIP 198301152014041001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi



Erlan Saefuddin, M.Hum

NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Konten Media Sosial Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Pada Instagram Airday.id
Penulis : Muhammad Fauzan
NIM : 21330061
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

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

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom.
NIP 198812222020122006

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaehab, 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 : Muhammad Fauzan

NIM : 21330061

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2023/2024

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Pengelolaan Konten Media Sosial Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* pada Instagram Airday.id 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, 1 Juli 2024

Yang menyatakan,



METERAI
TEMPEL
10000
52ALX113735287

Muhammad Fauzan

NIM: 21330061

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Muhammad Fauzan

NIM : 21330061

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: *Pengelolaan Konten Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness* pada Instagram Airday.id.

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

1 Juli 2024

Yang menandatangani


Muhammad Fauzan
NIM: 21330061

ABSTRAK

Judul : Pengelolaan Konten Media Sosial Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Pada Instagram @Airday.Id

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

Pembimbing 2: Sartika Ekadyasa, M.I.Kom.

PT Airday Wisata Global or Airday.id is an event organizer that started its journey in 2023 and faces the challenge of increasing brand awareness and interaction through social media, especially Instagram, among Indonesians. This challenge arises due to the lack of public awareness of the event organizer field. As a Social Media Specialist, the author is tasked with increasing Airday.id's brand awareness through Instagram. This account is designed and managed by the author with the aim that people are more familiar with the field of event organizing offered by Airday.id. This research aims to analyze the effectiveness of social media content management with the AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) method. Data were collected through observation and literature study. The results showed that effective content management using the AISAS method can significantly increase brand awareness. By optimally utilizing Instagram features and focusing on interaction, Airday.id can strengthen relationships with a wider audience. The results produced are in the form of Instagram social media content and monthly engagement reports to prove the achievement of Airday.id brand awareness.

Keywords: event organizer, social media, Instagram, AISAS, brand awareness, Social Media Content Management in Increasing Brand Awareness on Instagram @Airday.Id.

PT Airday Wisata Global atau Airday.id adalah penyelenggara acara yang memulai perjalanannya pada tahun 2023 dan menghadapi tantangan dalam meningkatkan kesadaran serta interaksi merek melalui media sosial, terutama Instagram, di kalangan masyarakat Indonesia. Tantangan ini muncul karena masih kurangnya kesadaran masyarakat terhadap bidang penyelenggara acara. Sebagai *Social Media Specialist*, penulis bertugas untuk meningkatkan kesadaran merek Airday.id melalui Instagram. Akun ini dirancang dan dikelola oleh penulis dengan tujuan agar masyarakat lebih mengenal bidang penyelenggaraan acara yang ditawarkan oleh Airday.id. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas pengelolaan konten media sosial dengan metode AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Data dikumpulkan melalui observasi dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan konten yang efektif menggunakan metode AISAS dapat secara signifikan meningkatkan kesadaran merek. Dengan memanfaatkan fitur Instagram secara optimal dan fokus pada interaksi, Airday.id dapat memperkuat hubungan dengan audiens dengan cakupan yang lebih luas. Hasil yang dihasilkan berupa konten media sosial Instagram dan laporan *engagement* bulanan untuk membuktikan pencapaian *brand awareness* Airday.id.

Kata kunci: penyelenggara acara, media sosial, Instagram, AISAS, kesadaran merek, Pengelolaan Konten Media Sosial Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek Pada Instagram @Airday.Id.

PRAKATA

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah Yang Maha Esa dan Nabi Muhammad SAW., atas berkah kesehatan, kekuatan, kemampuan, dan kelancaran yang memungkinkan penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada keluarga yang selalu memberikan dukungan penuh. Tugas akhir ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mengikuti mata kuliah tugas akhir di Program Studi Periklanan, Jurusan Komunikasi, 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, penulis berperan sebagai Social Media Specialist yang bertugas mengelola media sosial, membuat konten, dan memberikan laporan perkembangan media sosial milik Airday.id.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini tidak akan dapat disusun dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, 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

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. Sulistyowibowo, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom., Dosen Sekretaris Program Studi Periklanan.
7. M Rizky Kertanegara, S.S., M.Si., Dosen pembimbing Praktik Industri.
8. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom., Dosen pembimbing 2 Tugas Akhir.

9. Perusahaan dan Seluruh Tim Karyawan Airday.id yang telah memberikan kesempatan dan dukungan selama penulis menjalani masa kerja praktek serta memberikan data dan informasi yang diperlukan untuk penyusunan tugas akhir ini.
10. 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.
11. Seluruh rekan-rekan Prodi Periklanan PoliMedia yang telah merangkul dan membantu penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

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

Jakarta, 24 Juli 2024

Penulis,



Muhammad Fauzan

NIM 21330061

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	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penulisan	6
F. Manfaat Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Komunikasi	8
B. Komunikasi Pemasaran	8
C. Media Baru.....	10
D. Media Sosial.....	12
E. Konten	14
F. Kesadaran Merek (Brand Awareness)	15
G. AISAS	16
H. SWOT	17
BAB III METODE PELAKSANAAN	19
A. Data Perusahaan	19
1. Profil dan Logo Perusahaan.....	19
2. Sejarah Perusahaan	19
3. Visi dan Misi Perusahaan	19
4. Alamat Perusahaan	20

5.	Struktur Perusahaan.....	20
6.	Layanan Perusahaan	21
7.	Klien Perusahaan	21
B.	Teknik Pengumpulan Data.....	21
C.	Ruang Lingkup.....	22
1.	Peran Social Media Specialist	22
2.	Kategori Karya	22
3.	Ide Karya	23
D.	Langkah Kerja.....	24
1.	Pra Produksi (Persiapan)	24
2.	Produksi.....	25
3.	Pasca Produksi (Evaluasi)	26
BAB IV PEMBAHASAN.....		27
A.	Gambaran Umum Permasalahan.....	27
B.	Analisis STP (Segmentation, Targeting, Positioning)	28
C.	Analisis SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>).....	29
D.	Proses Perancangan Konten Instagram Airday.id.....	30
1.	Alur Kerja.....	31
E.	Analisis dari Penulis.....	37
F.	Analisis AISAS	40
1.	Konten Carousel 5 Resort Kepulauan Seribu Cocok Untuk Staycation.....	40
2.	Konten Reels “Libur Setelah Lebaran”	42
3.	Konten Carousel News “Berita Arus Mudik 2024”	45
4.	Konten Carousel Promo Umroh	47
5.	Konten Carousel Arus Mudik Lebaran 2024.....	49
G.	Analisis Brand Awareness	51
H.	Perbandingan.....	55
1.	Perbandingan <i>Engagement</i>	55
2.	Perbandingan Konten	56
BAB V PENUTUP.....		59
	Simpulan.....	59
	Saran.....	60
	Saran untuk penulis:.....	60
	Saran untuk Politeknik Negeri Media Kreatif:	60
	Saran untuk masyarakat:	61

DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2024	3
Gambar 2 Model Komunikasi Laswell	9
Gambar 3 Piramida Brand Awareness	15
Gambar 4 Model AISAS	16
Gambar 5 Logo Perusahaan	19
Gambar 6 Struktur Perusahaan PT Airday Wisata Global.....	20
Gambar 7 Klien Airday.id.....	21
Gambar 8 Konten Instagram sebelum adanya penulis	27
Gambar 9 Persiapan Ide Konten	31
Gambar 10 Riset Konten dan Pengumpulan Data.....	32
Gambar 11 Perancangan Konten.....	32
Gambar 12 Edit Video Melalui Capcut.....	33
Gambar 13 Perancangan Caption.....	34
Gambar 14 Pengunggahan Konten.....	35
Gambar 15 Pembuatan Laporan Media Sosial Bulanan	35
Gambar 16 Perhitungan Engagement Rate	36
Gambar 17 Content Pillar Instagram Airday.id	37
Gambar 18 Konten Story Instagram Airday	38
Gambar 19 Konten Story Instagram Airday.id	38
Gambar 20 Konten Reels Instagram Airday.id.....	39
Gambar 21 Konten Carousell Instagram Airday.id.....	39
Gambar 22 Konten Carousel Instagram Airday.id.....	40
Gambar 23 Konten Reels Instagram Airday.id	42
Gambar 24 Konten Carousel Instagram Airday.id.....	45
Gambar 25 Konten Carousel Instagram Airday.id.....	47
Gambar 26 Konten Carousel Instagram Airday.id.....	49
Gambar 27 Insight Instagram Sebelum ada penulis.....	51
Gambar 28 Insight Instagram sesudah ada penulis	52
Gambar 29 Komentar di Instagram Airday.....	53
Gambar 30 Gambar Laporan Insight Instagram Airday.id	54
Gambar 31 Konten Instagram sesudah ada penulis	56

Gambar 32 Konten Perbandingan Instagram Airday	57
Gambar 33 Konten Perbandingan Instagram Airday	57
Gambar 34 Konten Perbandingan Instagram Airday	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis Konten Carousell	41
Tabel 2 Analisis Konten Reels	43
Tabel 3 Analisis Konten Carousell	45
Tabel 4 Analisis Konten Carousell	47
Tabel 5 Analisis Konten Carousel Arus Mudik Lebaran 2024	49
Tabel 6 Perbandingan Instagram Airday.id Februari & Maret 2024	55

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWA	64
SALINAN LEMBAR PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR	67
SERTIFIKAT MAGANG INDUSTRI	69
DOKUMENTASI FOTO KEGIATAN TERKAIT TUGAS AKHIR	70
LEMBAR HASIL CEK PLAGIARISME	71
SERTIFIKAT KOMPETENSI.....	72