

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Tugas Akhir dengan judul "*Aktivitas Content Creator PT. Mahija Abhita Perdana dalam Meningkatkan Brand Awareness di Instagram*" ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Jakarta.

Pemegang menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pemegang mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

1. Dr. Naniek N. Setijadi, S.Pd., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pelita Harapan.
2. Marsefio Sevyone Luhukay, S. Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Rose Emmaria Tarigan, S. Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah sangat membantu, memberikan arahan, masukan, waktu serta dukungan kepada pemegang selama penulisan Tugas Akhir.
4. Sigit Pamungkas, S.T., M.T., sebagai Ketua Penguji Sidang dari pemegang, dan Carly Stiana Scheffer Sumampouw, S.Sos., M.Comn. selaku penguji

ketiga saya yang telah membantu saya dalam proses sidang hingga pemegang dapat dinyatakan lolos.

5. Jumadal Simamora, S.Sos., M.I.Kom dan Carly Stiana Sumampouw, S.Sos., M.Kom selaku Koordinator Tugas Akhir angkatan 2017 yang selalu sabar memberikan informasi dan arahan kepada mahasiswa.
6. Dr. Dra Desideria Lumanggo Dwihadiah, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah ikut serta membantu serta membimbing pemegang dari awal perkuliahan sampai akhir perkuliahan.
7. Seluruh dosen Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan banyak pengetahuan dan selalu sabar menghadapi pemegang selama masa perkuliahan.
8. Seluruh staff Universitas Pelita Harapan yang telah ikut berpartisipasi dalam proses berjalannya tugas akhir.
9. PT. Mahija Abhita Perdana yang telah memberikan kesempatan bagi pemegang untuk melakukan program magang selama empat bulan dan memberikan pengalaman kerja yang sangat berkesan.
10. Keimmi Hoko selaku *Brand Manager* dari PT. Mahija Abhita Perdana yang selalu membantu dan memberikan arahan, tugas, motivasi, dan pengetahuan baru kepada pemegang agar siap menghadapi dunia kerja.
11. Tim *Social Media Marketing* dari PT. Mahija Abhita Perdana yang selalu siap membantu dalam mengembangkan ide dan eksekusi pembuatan konten.

12. Felicia Suranto selaku sahabat SMA terdekat pemegang yang selalu memberikan semangat dan nasihat selama proses pengerjaan tugas akhir.
13. Sherlin Paramitha, Cyndi Gabriela, Christania Bella, Sherrafie Gabrielle, dan Tanti Debora selaku teman-teman dekat di kampus yang telah menemani, menghibur dan membantu pemegang dalam proses perkuliahan.
14. Isabella Florency, Gabrielle Tiffany, Eva Taliah, Amanda Theana, Kelly Chelseana, dan Zhela selaku teman-teman kuliah yang telah menghibur dan membantu pemegang selama proses perkuliahan.
15. Teman-teman seperjuangan Tugas Akhir yang saling mengingatkan terkait informasi-informasi saat proses pengerjaan tugas akhir.
16. Orang tua, koko Eric dan Richelle yang menyemangati dan mendoakan pemegang agar dapat menyelesaikan tugas akhir dengan lancar dan tepat waktu.

Akhir kata, pemegang menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi pemegang. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, 28 Januari 2020

Shania Gabriella

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR</b> .....	ii
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</b> .....	iii
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Tujuan Magang.....	10
I.3. Ruang Lingkup dan Batasan.....	10
I.4. Lokasi & Waktu Magang.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	12
II.1 <i>Marketing Public Relations</i> .....	12
II.1.1 Strategi <i>Marketing Public Relations</i> .....	17
II.2 <i>Social Media Marketing</i> .....	18
II.2.1 Media Sosial.....	20
II.2.2 Instagram.....	22
II.2.3 Fitur-fitur Instagram.....	25
II.2.4 <i>Digital Marketing</i> .....	28
II.2.5 <i>Content Marketing</i> .....	29
II.3 <i>Content Creator</i> .....	30
II.4 <i>Brand Awareness</i> .....	32
II.4.1 Tingkatan <i>Brand Awareness</i> .....	34
II.4.2 Upaya dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> .....	36
II.4.3 Strategi <i>Brand Awareness</i> Menciptakan Nilai.....	37
<b>BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN PELAKSANAAN MAGANG</b> .....	39
III.1 Gambaran Umum Perusahaan PT Mahija Abhita Perdana.....	39
III.2 Layanan Apiary.....	43
III.3 Program Apiary.....	45
III.4 Struktur Organisasi Apiary.....	46
III.5 Uraian Pelaksanaan Magang.....	48
III.5.1 Kegiatan Lingkup Administratif.....	48
III.5.2 Kegiatan Lingkup Operasional.....	50
<b>BAB IV HASIL MAGANG DAN PEMBAHASAN</b> .....	54
IV.1 Uraian Hasil Magang.....	54
IV.2. Uraian Pelaksanaan Magang dalam Lingkup Operasional.....	56
IV.3 Pembahasan Aktivitas <i>Content Creator</i> dalam meningkatkan <i>Brand Awareness</i> .....	71
IV.3.1 Kegiatan <i>Marketing Public Relations</i> di PT. Mahija Abhita Perdana.....	71
IV.3.2 Instagram sebagai Media Komunikasi PT. Mahija Abhita Perdana dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> .....	78
IV.3.3 Peran Divisi Social Media Marketing PT Mahija Abhita Perdana.....	85
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	98
V.1 Kesimpulan.....	98
V.2 Saran.....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	101

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Data populasi di Indonesia yang menggunakan media sosial .....	3
Gambar 1.2: Instagram Apiary <i>Coworking Space</i> .....	9
Gambar 2.1: Data populasi di Indonesia yang menggunakan media sosial .....	20
Gambar 2.2: Platform media sosial yang paling sering digunakan .....	22
Gambar 2.3: Logo aplikasi Instagram .....	23
Gambar 2.4: Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	35
Gambar 3.1: Logo Apiary <i>Coworking Space</i> .....	40
Gambar 3.2: Website Apiary .....	42
Gambar 3.3: Struktur Organisasi Apiary <i>Coworking Space</i> .....	46
Gambar 4.1: Konten pilar Apiary <i>Coworking Space</i> .....	57
Gambar 4.2: Apiary editorial planning Instagram.....	59
Gambar 4.3: Apiary editorial planning Instagram.....	60
Gambar 4.4: Instagram story mengenai <i>partners highlight</i> .....	63
Gambar 4.5: Konten instagram Apiary mengenai <i>partners highlight</i> .....	64
Gambar 4.6: Caption instagram Apiary mengenai <i>partners highlight</i> .....	65
Gambar 4.7: Konten instagram Apiary mengenai <i>Community Membership</i> .....	66
Gambar 4.8: Profile TikTok Apiary <i>Coworking Space</i> .....	67
Gambar 4.9: Briefing konten <i>community highlight</i> .....	68
Gambar 4.10: Apiary's <i>Content Design Timeline</i> .....	69
Gambar 4.11: Social media <i>Key Performance Indicator</i> .....	71
Gambar 4.12: Contoh <i>product knowledge</i> Apiary.....	75
Gambar 4.13: Data populasi di Indonesia yang menggunakan media sosial .....	80
Gambar 4.14: Instagram insights Apiary <i>Coworking Space</i> .....	82
Gambar 4.15: IGTV Apiary <i>Coworking Space</i> .....	83
Gambar 4.16: Contoh konten edukatif yang di buat pemegang .....	87
Gambar 4.17: Editorial planning Apiary pada bulan Juli 2020.....	90
Gambar 4.18: The AIDA model.....	93
Gambar 4.19: <i>Insights</i> Instagram Apiary .....	95
Gambar 4.20: Social media KPI Apiary .....	96

## DAFTAR LAMPIRAN

### LAMPIRAN A

Surat Pernyataan Tugas Akhir .....	A-1
Surat Ijin Orang Tua .....	A-2
Form Pengajuan Magang.....	A-3
Form Proposal Magang .....	A-4
Lembar Monitoring Bimbingan Magang.....	A-5
Surat Pengantar Magang (UPH).....	A-6
Surat Bukti Penerimaan Magang.....	A-7
Daftar Informasi Penempatan Magang.....	A-8
Uraian Tugas .....	A-9
Evaluasi Akhir Kinerja Pemagang .....	A-10
Angket Program Magang UPH untuk Perusahaan .....	A-11
Angket Program Magang UPH untuk Pemagang.....	A-12
Surat Keterangan Penyelesaian Magang selama 640 jam .....	A-13

