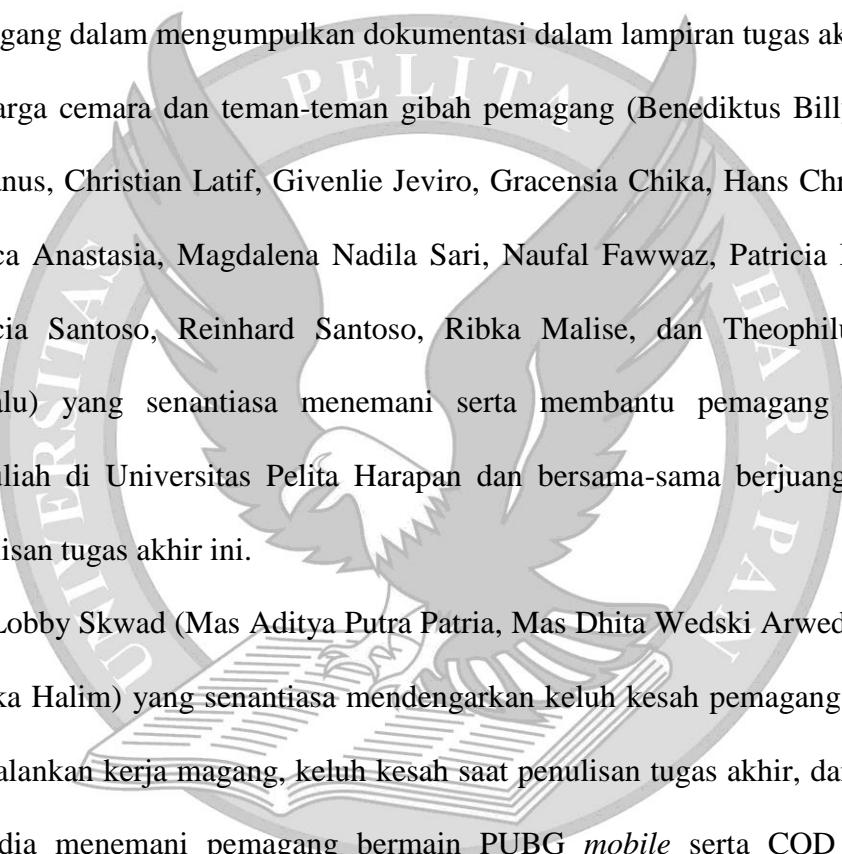


Kata Pengantar

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Tugas Akhir dengan judul “**Peran Social Media Manager The Entrepreneur Society dalam Upaya Meningkatkan Kesadaran Pengguna Instagram akan Merek**” ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

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

- 1) Dr. Edwin Martua Bangun Tambunan, S.I.P., 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 Komunikasi Universitas Pelita Harapan yang juga merupakan Pembimbing Akademik selama pemagang berkuliahan di Universitas Pelita Harapan serta Dosen Pembimbing dalam penulisan tugas akhir yang senantiasa sabar dalam memberikan arahan dan masukkan dalam penulisan tugas akhir ini.
- 3) Sigit Pamungkas, S.T., M.T. dan Carly Stiana Scheffer Sumampouw, S.Sos., M.Comn., selaku Penguji yang telah membantu pemagang selama proses sidang dari awal hingga selesai.

- 
- 4) Seluruh dosen, karyawan, dan *staff* Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan, yang telah membantu pemagang selama masa perkuliahan hingga penyelesaian tugas akhir.
 - 5) Seluruh teman-teman dari The Entrepreneur Society, terutama tim HelloGram yang tidak bisa pemagang sebutkan satu persatu, yang selalu membantu pemagang selama kerja praktek magang berlangsung dan turut membantu pemagang dalam mengumpulkan dokumentasi dalam lampiran tugas akhir ini.
 - 6) Keluarga cemara dan teman-teman gibah pemagang (Benediktus Billy, Billy Stevanus, Christian Latif, Givenlie Jeviro, Gracensia Chika, Hans Christanto, Jessica Anastasia, Magdalena Nadila Sari, Naufal Fawwaz, Patricia Nadine, Patricia Santoso, Reinhard Santoso, Ribka Malise, dan Theophilus Ryo Ticoalu) yang senantiasa menemani serta membantu pemagang selama berkuliahan di Universitas Pelita Harapan dan bersama-sama berjuang dalam penulisan tugas akhir ini.
 - 7) OttoLobby Skwad (Mas Aditya Putra Patria, Mas Dhita Wedski Arwedya, dan Jesiska Halim) yang senantiasa mendengarkan keluh kesah pemagang selama menjalankan kerja magang, keluh kesah saat penulisan tugas akhir, dan selalu bersedia menemani pemagang bermain PUBG *mobile* serta COD *mobile* dalam mengurangi kepanikan dan stress dalam penulisan tugas akhir ini.
 - 8) Keluarga Beringin Eddy (Jesslin, Sintya Clara, dan Tanti Muliati) yang merupakan teman-teman pemagang sejak SMA dan senantiasa mendengarkan kegalauan pemagang selama proses kerja magang dan penulisan tugas akhir ini berlangsung.

- 9) Teman-teman dari Universitas Pelita Harapan yang turut melaksanakan praktik magang di The Entrepreneur Society (Angelin Jens, Jeffry Derio, Tiffany Geraldine, Valenia Santoso), yang selalu menemani pemagang dalam menghadapi lika-liku kerja magang.
- 10) Teman-teman satu bimbingan yang sama-sama menjalani tugas akhir dan sama-sama menjalani hari-hari untuk bertukar pikiran mengenai penulisan selama proses bimbingan berlangsung.
- 11) Teman – teman perkuliahan yang mengisi dan menemani hari-hari pemagang selama masa perkuliahan yang tidak bisa disebutkan oleh pemagang satu persatu.
- 12) Serta keluarga yang senantiasa mendukung dan mendoakan pemagang agar tugas akhir ini dapat dikerjakan dengan baik tanpa hambatan.

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

Tangerang, 15 Januari 2020

Pemagang

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Magang.....	8
1.3. Ruang Lingkup dan Batasan.....	8
1.3.1. Ruang Lingkup Pemagang	8
1.3.2. Batasan Pemagang.....	9
1.4. Lokasi dan Waktu Magang.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Komunikasi	10
2.2. Komunikasi Pemasaran	12
2.3. <i>Integrated Marketing Communication</i>	13
2.4. <i>Promotion Mix / Marketing Communication Mix</i>	14
2.5. Media Baru (<i>New Media</i>	17
2.6. Media Sosial (<i>Social Media</i>)	18
2.7. Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>	20
2.7.1. RACE (<i>Reach, Act, Convert, Engage</i>)	21
2.7.2. <i>Online Marketing Tools</i>	22
2.8. <i>Social Media Marketing</i>	25
2.8.1. <i>Social Media Marketing Strategies</i>	28
2.9. Instagram	33
2.9.1. Instagram for Business	35
2.10. Merek (<i>Brand</i>)	36
2.10.1. Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)	37
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN PELAKSANAAN MAGANG	
3.1. Sejarah Singkat The Entrepreneur Society	43
3.2. Visi dan Misi The Entrepreneur Society	45
3.3. Logo The Entrepreneur Society	46
3.4. Jasa dan Produk The Entrepreneur Society	47
3.5. Profit The Entrepreneur Society	49
3.6. Struktur Organisasi The Entrepreneur Society.....	52
3.7. Deskripsi Pekerjaan Pemagang	53
3.7.1. Kegiatan Lingkup Administrasi	54
3.7.2. Kegiatan Lingkup Operasional.....	55

BAB IV URAIAN MAGANG DAN PEMBAHASAN

4.1. Uraian Magang	57
4.1.1. Uraian Magang Operasional	58
4.2. Pembahasan Magang	74
4.2.1. Peranan Komunikasi pada <i>Social Media Manager The Entrepreneur Society</i>	75
4.2.2. Peranan Komunikasi Pemasaran pada <i>Social Media Manager The Entrepreneur Society</i>	77
4.2.3. Peranan <i>Integrated Marketing Communication</i> pada <i>Digital Marketing Agency</i> dari <i>The Entrepreneur Society</i>	80
4.2.4. Peranan <i>Promotion Mix / Marketing Communication Mix</i> pada <i>Social Media Manager The Entrepreneur Society</i>	81
4.2.5. Peranan Media Baru (<i>New Media</i>) di <i>The Entrepreneur Society</i>	85
4.2.6. Peranan Media Sosial (<i>Social Media</i>) di <i>The Entrepreneur Society</i>	86
4.2.7. Peranan RACE (<i>Reach, Act, Convert, dan Engage</i>) pada <i>Digital Marketing</i> oleh <i>Social Media Manager The Entrepreneur Society</i>	88
4.2.8. Peranan <i>Social Media Marketing</i> pada <i>Digital Marketing Agency</i> dari <i>The Entrepreneur Society</i>	105
4.2.9. Peranan Instagram pada <i>Digital Marketing Agency</i> dari <i>The Entrepreneur Society</i>	111
4.2.10. Peranan <i>Brand</i> dalam Upaya Meningkatkan Kesadaran Konsumen oleh <i>Social Media Manager The Entrepreneur Society</i>	117

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan.....	123
5.2. Saran	126

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Hasil Survei 2018 Penetrasi Pengguna Internet Indonesia.....	3
Gambar 1.2. Logo The Entrepreneur Society	5
Gambar 2.1. Model Komunikasi Shannon-Weaver	11
Gambar 2.2. <i>Social Media Overview</i> Januari 2019.....	19
Gambar 2.3. Enam kelompok utama dalam <i>online marketing tools</i>	24
Gambar 2.4. <i>Platform social media</i> teraktif di Indonesia Januari 2019.....	34
Gambar 3.1. Logo The Entrepreneur Society	46
Gambar 3.2. Buku <i>The Art of Entrepreneurship</i>	48
Gambar 3.3. Struktur Organisasi The Entrepreneur Society.....	52
Gambar 4.1. <i>Working Schedule</i> Tim Operasional.....	59
Gambar 4.2. <i>Project Load</i> Tim Operasional	61
Gambar 4.3. Google Slides Generasi Pebisnis	63
Gambar 4.4. Penjadwalan Unggahan Konten Instagram Menggunakan Onlypult.....	65
Gambar 4.5. <i>Direct Messages</i> Kuroshiro.id	66
Gambar 4.6. <i>Direct Messages</i> Hersheladies.....	67
Gambar 4.7.Balasan <i>Comments</i> dari <i>Social Media Officer</i> di Instagram Nasi Kotak Kotak	66
Gambar 4.8. Laporan Bulanan September 2019 Akun Generasi.Pebisnis	69
Gambar 4.9. Laporan Bulanan September 2019 Akun Generasi.Pebisnis	69
Gambar 4.10. Laporan Bulanan September 2019 Akun Generasi.Pebisnis	69
Gambar 4.11. <i>Digital Media Planning</i> untuk Hersheladies	72
Gambar 4.12. List <i>Endorser</i> untuk Kuroshiro.id	74
Gambar 4.13. Model Komunikasi Shannon-Weaver	75
Gambar 4.14. Proses <i>Content Approval</i>	79
Gambar 4.15. Proses <i>Content Approval</i>	79
Gambar 4.16. Proses <i>Content Approval</i>	80
Gambar 4.17. Instagram Story Generasi Pebisnis	83
Gambar 4.18. Respon Instagram Story Generasi Pebisnis	83
Gambar 4.19. <i>Direct Message</i> Generasi Pebisnis	84
Gambar 4.20. <i>Follower</i> yang Turut Mempromosikan Akun Instagram Klien	84
Gambar 4.21. Instagram The Entrepreneur Society	85
Gambar 4.22. <i>Feeds</i> Instagram Angela Florist	87
Gambar 4.23. <i>Highlight</i> Instagram Angela Florist	87
Gambar 4.24. <i>Shoutout-For-Shoutout</i> Akun Generasi Pebisnis	89
Gambar 4.25. <i>Posting-an Endorser</i> Kuroshiro.id	90
Gambar 4.26. <i>Posting-an Endorser</i> Kuroshiro.id	90
Gambar 4.27. Iklan Instagram untuk Akun The Entrepreneur Society.....	91
Gambar 4.28. Iklan Instagram untuk akun Nasi Kotak Kotak	92
Gambar 4.29. Iklan Instagram untuk Akun Dapoer Oppa	92
Gambar 4.30. <i>Endorse</i> dari Cici Jakarta 2019 untuk Akun The Entrepreneur Society	93
Gambar 4.31. <i>Endorse</i> dari Cici Jakarta 2019 untuk Akun Nasi Blenger	94

Gambar 4.32. <i>Endorse</i> dari Koko Jakarta 2019 untuk Akun Nasi Blenger	94
Gambar 4.33. <i>Question Box</i> untuk Instagram Story Kedai Cinta Kamu	95
Gambar 4.34. Respon <i>Question Box</i> untuk Instagram Story Kedai Cinta Kamu	96
Gambar 4.35. <i>Polling</i> dan <i>Question Box</i> untuk Instagram Story Kedai Cinta Kamu	96
Gambar 4.36. <i>Postingan Giveaway</i> Instagram Story Akun Dapoer Oppa.....	97
Gambar 4.37. <i>Postingan Giveaway Feeds</i> Akun Generasi Pebisnis	98
Gambar 4.38. <i>Paid Promote Postingan Giveaway Feeds</i>	98
Gambar 4.39. <i>Direct Messages</i> Nasi Kotak Kotak	99
Gambar 4.40. <i>Direct Messages</i> Nasi Kotak Kotak	100
Gambar 4.41. <i>Direct Messages</i> Angela Florist	100
Gambar 4.42. <i>Direct Messages</i> Angela Florist	101
Gambar 4.43. <i>Follow Up</i> ke Customer Hershe	102
Gambar 4.44. <i>Follow Up</i> ke Customer Hershe	103
Gambar 4.45. Testimoni Customer Hershe	103
Gambar 4.46. Testimoni Customer dari Ibu Idayanti Sudiro.....	104
Gambar 4.47. Testimoni Customer Nasi Kotak Kotak	104
Gambar 4.48. IGTV Hersheladies	108
Gambar 4.49. IGTV Ibu Idayanti Sudiro	108
Gambar 4.50. Gisela Anastasia Sebagai <i>Influencer Marketing</i> Hershe	109
Gambar 4.51. Maia Estianty Sebagai <i>Influencer Marketing</i> Hershe	110
Gambar 4.52. Nia Ramadhani Sebagai <i>Influencer Marketing</i> Hershe	110
Gambar 4.53. Tampilan Instagram for Business Akun Generasi Pebisnis	113
Gambar 4.54. <i>Insight Profile Visit</i> Akun Generasi Pebisnis	113
Gambar 4.55. <i>Insight Reach</i> Konten Feeds Akun Generasi Pebisnis	114
Gambar 4.56. <i>Insight Reach</i> Instagram Stories Akun Generasi Pebisnis	114
Gambar 4.57. <i>Insight Followers Growth</i> Akun Generasi Pebisnis	115
Gambar 4.58. <i>Insight Top Locations</i> Akun Generasi Pebisnis	115
Gambar 4.59. <i>Insight Age Range</i> Akun Generasi Pebisnis	116
Gambar 4.60. <i>Insight Gender</i> Akun Generasi Pebisnis	116
Gambar 4.61. <i>Insight Followers</i> Akun Generasi Pebisnis	117

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Lembar <i>Monitoring</i> Bimbingan Magang	A-1
Formulir Pengajuan Mengikuti Program Magang	A-2
Surat Pengantar Magang (UPH)	A-3
Surat Bukti Penerimaan Magang (Perusahaan).....	A-4
Lembar Monitoring Supervisor Magang.....	A-5
Daftar Informasi Penempatan Magang	A-6
Uraian Tugas	A-7
Daftar Evaluasi Pertama Kinerja Magang.....	A-8
Daftar Evaluasi Akhir Kinerja Magang	A-9
Angket Program Magang UPH untuk Perusahaan.....	A-10
Angket Program Magang UPH untuk Pemagang	A-11
Surat Keterangan Selesai Magang dari Perusahaan	A-12

LAMPIRAN B

<i>Media Partnership Proposal Event Bootcamp The Entrepreneur Society</i>	B-1
Daftar Hadir Peserta <i>Event Bootcamp The Entrepreneur Society</i>	B-2
Suasana Kegiatan <i>Bootcamp</i> dari <i>The Entrepreneur Society</i>	B-3
Foto Bersama di Akhir Kegiatan	B-3
Proposal untuk Klien HelloGram.....	B-4
Laporan Bulanan untuk Klien HelloGram	B-5
Aplikasi <i>The Entrepreneur Society</i>	B-6