

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur pemagang panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatnya, dimana penulis mendapatkan kesehatan yang cukup prima, penulis dapat menyelesaikan pembuatan laporan magang di Astra Property tepat pada waktunya. Laporan magang dengan judul *SOCIAL MEDIA METRICS AKUN INSTAGRAM ASTRA PROPERTY DALAM TAHAPAN CONSUMER PATHWAY* ditujukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata satu pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pelita Harapan Karawaci Tangerang, Banten.

Pemagang menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak, tugas akhir ini tidak akan dapat diselesaikan pada waktunya. Oleh karena itu, pemagang mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penggerjaan laporan magang ini, yaitu kepada:

- 1) Orang tua serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, dan kepercayaan kepada pemagang.
- 2) Dr. Edwin M. B. Tambunan, S.I.P., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan.
- 3) Dr. Naniek N. Setijadi, S.Pd., M.Si., selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan.
- 4) Marsefio Sevyone Luhukay, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan.
- 5) Jumadal Simamora, S.Sos., M.I.Kom. selaku Koordinator Tugas Akhir yang memberikan arahan serta informasi untuk pembuatan tugas akhir.
- 6) Magdalena Lestari Ginting S.Sos., M.P.A., M.I.Kom selaku dosen pembimbing magang yang telah memberi arahan, bimbingan, saran, serta dukungan kepada penulis selama mengerjakan laporan magang.
- 7) Dr. Rizaldi Parani, S.Sos., MIR, selaku Pembimbing Akademik yang perkembangan akademik penulis selama proses perkuliahan.

- 8) Seluruh dosen, karyawan, dan staff Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan, yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan hingga penyelesaian tugas akhir.
- 9) Ibu Susan Samantha selaku Manager Human Resource PT Menara Astra lalu juga kepada Bapak Demmy Indranugroho selaku Head of *Asset Management and Corporate Communication* Astra Property yang telah memberikan pengalaman baru dalam pekerjaan yang diberikan selama masa magang.
- 10) Ka Brigietta Putri selaku *supervisor* magang yang telah membimbing secara sabar, kooperatif, dan penuh semangat kepada pemagang dalam divisi *Corporate Communication* dan Indira Kusuma selaku tim kerja pada divisi *Corporate Communication* Astra Property sekaligus teman dekat pegamang yang telah memberikan dukungan penuh selama masa magang.
- 11) Ressa Regina, Nimas Rosyana, Lufindria Razni, Edward Pradipta, dan Kevin Tedja selaku teman dekat pemagang selama masa magang yang selalu memberikan semangat dan keceriaan dalam menjalankan program magang.
- 12) Gloria Abigail, Erika Michie, Gabrielle Eliora, Kristela Margono, Rhency, Florencia Cindy, Alvin Winston, Steven Vallian, Amelia Jesslyn, Kevin Michael, Reiza Benyamin, dan William Hartoko selaku teman kuliah penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat, keceriaan, dan kebersamaan selama masa perkuliahan.
- 13) Jason Raynaldi, Rizki Christianto, Clara Sugianto, Bernardus Ray, Michiella Stevanie, Kristy Tin, dan Sherrin Audrey selaku teman dekat penulis yang selalu ada untuk penulis disaat senang maupun susah.
- 14) Teman-teman satu bimbingan yang bersama-sama menyelesaikan tugas akhir dalam program strata satu ini.
- 15) Teman-teman satu angkatan jurusan ilmu komunikasi yang bersama-sama berjuang dalam program strata satu ini.

Menyadari bahwa penulis masih memiliki banyak kekurangan dalam Tugas Akhir laporan magang ini, oleh karena itu, penulis menerima kritik, saran, dan evaluasi agar lebih berguna kedepannya. Semoga Tugas Akhir Laporan Magang ini bisa berguna dan bermanfaat bagi pihak lain yang membaca. Terimakasih.

Tangerang, 14 Januari 2020

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
I.I Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
I.2 Tujuan Magang	8
I.3 Ruang Lingkup dan Batasan	Error! Bookmark not defined.
I.4 Lokasi dan Waktu magang.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
II.1 Pemasaran Digital	Error! Bookmark not defined.
II.1.1 Kerangka Analisis Sosial	Error! Bookmark not defined.
II.1.2 Matriks Media Sosial dan Indikator Kinerja Utama	13
II.1.3 Perhitungan Dasar Analisis Sosial ...	Error! Bookmark not defined.
II.2 Perilaku Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
II.2.1 <i>The Consumer Pathway</i>	Error! Bookmark not defined.
II.3 Perencanaan <i>Integrated Marketing Communication</i>	22
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	Error! Bookmark not defined.
III.1 PT Astra International Tbk.....	Error! Bookmark not defined.
III.2 Astra Property.....	Error! Bookmark not defined.
III.3 Produk Astra Property	Error! Bookmark not defined.
III.4 <i>Goals</i> , Nilai, Visi, dan Misi Astra Property	Error! Bookmark not defined.
III.5 Struktur Organisasi Astra Property	Error! Bookmark not defined.
III.6 Aktivitas Internal dan Eksternal <i>Corporate Communication</i> Astra Property	Error! Bookmark not defined.
III.7 Kegiatan Lingkup Administrasi	Error! Bookmark not defined.
III.8 Kegiatan Lingkup Operasional.....	Error! Bookmark not defined.

BAB IV URAIAN MAGANG DAN PEMBAHASAN Error! Bookmark not defined.

IV.1 Uraian Magang	Error! Bookmark not defined.
IV.1.1 Uraian Magang Operasional	Error! Bookmark not defined.
IV.2 Pembahasan Magang.....	Error! Bookmark not defined.
IV.2.1 Peranan Pemasaran Digital dalam Perusahaan Astra Property	Error! Bookmark not defined.
IV.2.2 Peranan Kerangka Analisis Sosial dalam Perusahaan Astra Property	Error! Bookmark not defined.
IV.2.3 Peranan Matriks Media Sosial dan Indikator Kinerja Utama (<i>KPI</i>) dalam Perusahaan Astra Property	79
IV.2.4 Peranan Perhitungan Dasar Analisis Sosial dalam Perusahaan Astra Property.....	Error! Bookmark not defined.
IV.2.5 Peranan Perilaku Konsumen dalam Perusahaan Astra Property	Error! Bookmark not defined.
IV.2.6 Peranan <i>The Consumer Pathway</i> dalam Perusahaan Astra Property	89
IV.2.7 Peranan Perencanaan <i>IMC</i> dalam Perusahaan Astra Property	93
BAB V PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
V.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
V.2 Saran	97

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1.1.</i> Jumlah Penduduk Indonesia 2019	2
<i>Gambar 1.2</i> Daya Beli Generasi Muda Terhadap Rumah	4
<i>Gambar 1.3</i> Persentase Pengeluaran Generasi Milenial 2019	5
<i>Gambar 2.1 Social Analytics Frameworks</i>	12
<i>Gambar 2.2 The Consumer Pathway</i>	18
<i>Gambar 3.1 Astra Business Structure</i>	27
<i>Gambar 3.2 Logo Astra Property</i>	28
<i>Gambar 3.3 The Journey of Astra Property 2019</i>	29
<i>Gambar 3.4 Foto Bangunan Menara Astra dan Logo Menara Astra</i>	30
<i>Gambar 3.5. Logo PT. Samadista Karya</i>	31
<i>Gambar 3.6. Gambar Menara FIF</i>	31
<i>Gambar 3.7 Foto Anandamaya Residences</i>	32
<i>Gambar 3.8 Logo Asya</i>	33
<i>Gambar 3.9 Gambar Asya Residences</i>	33
<i>Gambar 3.10. Logo PT. Astra Land Indonesia</i>	34
<i>Gambar 3.11 Gambar Apartment Arumaya</i>	34
<i>Gambar 312 Jenis-Jenis Pelayanan LIVNG</i>	35
<i>Gambar 3.13 Struktur Organisasi Corporate Communication</i>	36
<i>Gambar 4. 1 Contoh Social Media Audit 1</i>	45
<i>Gambar 4. 2 Contoh Social Media Audit 2</i>	46
<i>Gambar 4. 3 Contoh Social Media Audit 3</i>	47
<i>Gambar 4. 4 Contoh Social Media Audit 4</i>	47
<i>Gambar 4. 5. Contoh Social Media Audit 5</i>	48
<i>Gambar 4. 6. Building Social Media Presentation 1</i>	49
<i>Gambar 4. 7 Building Social Media Presentation 2</i>	50
<i>Gambar 4. 8 Before and After Editing</i>	51
<i>Gambar 4. 9. Contoh Caption 1</i>	52
<i>Gambar 4. 10. Contoh Caption 2</i>	52
<i>Gambar 4. 11. Wealth WIsdom Engagement</i>	53
<i>Gambar 4. 12. Konten Promosi Wealth Wisdom</i>	54
<i>Gambar 4. 13. Konten Event Wealth Wisdom 2019</i>	55
<i>Gambar 4. 14. Kuis Architalks</i>	56
<i>Gambar 4. 15. Dokumentasi Architalks</i>	56
<i>Gambar 4. 16 Konten Pre-Event LIVING FIRST 1</i>	58
<i>Gambar 4. 17. Konten Pre-Event LIVING FIRST 2</i>	59
<i>Gambar 4. 18. Konten Pre-Event LIVING FIRST 3</i>	59
<i>Gambar 4. 19.Konten Instagram Story During Event "LIVING FIRST"</i>	60
<i>Gambar 4. 20. Konten Instagram Post During Event "LIVING FIRST"</i>	61
<i>Gambar 4. 21. Caption Instagram Post During Event "LIVING FIRST"</i>	62
<i>Gambar 4. 22. Konten Asia Property Awards 1</i>	63
<i>Gambar 4. 23. Konten Asia Property Awards 2</i>	63
<i>Gambar 4. 24. Press Release Asia Property Awards</i>	64
<i>Gambar 4. 25. Contoh Konten Instagram Menara Astra 1</i>	65

Gambar 4. 26. <i>Contoh Konten Instagram Menara Astra 2</i>	66
Gambar 4. 27. <i>Contoh Konten Instagram Menara Astra 3</i>	66
Gambar 4. 28 <i>Contoh Konten Instagram Menara Astra 4</i>	67
Gambar 4. 29. <i>Konten Natal Menara Astra 1</i>	68
Gambar 4. 30. <i>Konten Natal Menara Astra 2</i>	68
Gambar 4. 31. <i>Contoh Data Influencer</i>	70
Gambar 4. 32. <i>Lanyard Panitia</i>	72
Gambar 4. 33. <i>Foto Merchandise Tote Bag</i>	72
Gambar 4. 34. <i>Foto Merchandise Flashdisk & Flazz</i>	73
Gambar 4. 35. <i>Foto Instagram Astra Property</i>	75
Gambar 4. 36. <i>Foto Instagram Asya Jakarta</i>	75
Gambar 4. 37. <i>Foto Instagram Arumaya Jakarta</i>	75
Gambar 4. 38. <i>Foto Instagram Anandamaya Jakarta</i>	76
Gambar 4. 39. <i>Foto Instagram Menara Astra</i>	76
Gambar 4. 40. <i>Foto Instagram Resta Pendopo</i>	76
Gambar 4. 41 <i>Contoh Overview Instagram</i>	80
Gambar 4. 42 <i>Contoh Interaction Instagram</i>	81
Gambar 4. 43 <i>Contoh Growth Instagram</i>	82
Gambar 4. 44 <i>Contoh Top Locations Instagram</i>	83
Gambar 4. 45 <i>Contoh Gender Analysis</i>	83
Gambar 4. 46 <i>Contoh Followers Analysis</i>	84
Gambar 4. 47. Interaksi Akun Instagram @astraproperty	85
Gambar 4. 48. Interaksi Akun Instagram @menaraastrajakarta	85
Gambar 4. 49. <i>Engagement Rate Akun @astraproperty</i>	86
Gambar 4. 50. <i>Engagement Rate Akun @menaraastrajakarta</i>	87
Gambar 4. 51. <i>The Consumer Pathway</i>	89
Gambar 4. 52 <i>Followers Astra Property</i>	90
Gambar 4. 53. <i>Followers Menara Astra</i>	90
Gambar 4. 54. <i>Survey Brand Awareness Astra Property</i>	90
Gambar 4. 55. <i>Traffic Event Astra Property</i>	91
Gambar 4. 56. <i>Contoh Sales Performance Astra Property</i>	92

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perhitungan Dasar Analisis Sosial 14



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Lembar Surat Formulir Pengajuan Mengikuti Program Magang	A-1
Lembar Surat Uraian Tugas Pemagang.....	A-2
Lembar Surat Penawaran Magang	A-3
Lembar Bukti Selesai Magang	A-4
Lembar Informasi Tempat Magang	A-5
Lembar Angket Pendapat Pemagang Terhadap Program Magang	A-6
Lembar Angket Pendapat Perusahaan Terhadap Program Magang.....	A-7
Lembar Daftar Evaluasi Kinerja Pemagang Tahap Awal	A-8
Lembar Daftar Evaluasi Kinerja Pemagang Tahap Akhir	A-9
Lembar Monitoring Pembimbing Magang.....	A-10
Lembar Monitoring <i>Supervisor</i> Magang.....	A-11

LAMPIRAN B

Lembar Laporan Keaslian