

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas kasih dan segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Tugas Akhir dengan judul “Peran *Creative Team* dan *Copywriter* pada *Digital Marketing Agency* Kanekin” ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

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

- 1) Dr. Naniek Novijanti Setjadi, S.pd, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- 2) Marsefio Sevyone Luhukay, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 3) Carly Stiana Scheffer Sumampouw, S.Sos., M.Comn., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah menuntun pemegang untuk menghasilkan pekerjaan yang terbaik.
- 4) Drs. Roy R. Rondonuwu, Dipl. –Inf, M. Lib. Dan Jumadal Simamora S. Sos, M.I. Kom., selaku penguji Tugas Akhir, serta Bpk. Pedrik Noige sebagai sekretaris sidang yang mendukung dan memberikan arahan kepada pemegang.

- 5) Tim Koordinator Tugas Akhir (Marsefio S. Luhukay, S. Sos., M.Si., Novatri G. Pakan, S.I. Kom, Sri Dwi Depvina Sirait, s.Pd.) yang selama ini banyak membantu pemegang mempersiapkan segala keperluan Tugas Akhir.
- 6) Johannes Herlijanto, M.Si., Ph.D., selaku Dosen Penasihat Akademik yang selalu senantiasa memberikan masukan dan dukungan kepada pemegang.
- 7) Seluruh dosen dan staff Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang bermanfaat untuk digunakan di masa depan.
- 8) Joshua Sudihman selaku Direktur Kanekin yang telah memberikan banyak pelajaran dan pengetahuan baru selama periode magang.
- 9) Axel Lunara yang tidak pernah lelah untuk memberikan semangat dan dorongan kepada pemegang.
- 10) Bachtiar dan Ay Tjin sebagai orang tua yang selalu mendukung dan menghargai perjuangan pemegang di setiap jenjang kehidupan.
- 11) Sahabat-sahabat yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang dengan sabar menemani dan membantu pemegang.

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 seluruh pihak yang membacanya.

Jakarta, Juli 2021

Maureen Bachtiar

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Tujuan Magang.....	6
1.3 Ruang Lingkup dan Batasan.....	7
1.4 Lokasi dan Waktu Magang.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Komunikasi	9
2.1.1 Pengertian Komunikasi	9
2.1.2 Fungsi Komunikasi	10
2.1.3 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.1 <i>New Media</i>	14
2.2 <i>Digital Marketing</i>	15
2.2.1 Pengertian <i>Digital Marketing</i>	15
2.2.2 <i>Digital Marketing Agency</i>	16
2.2.3 <i>Content Marketing</i>	19
2.3 Media Sosial	20
2.3.1 Pengertian Media Sosial.....	20
2.3.2 Jenis Media Sosial.....	22
2.4 Instagram	24
2.4.1 Mengenai Instagram.....	24
2.4.2 Indikator-Indikator Instagram.....	25
2.5 <i>Creative and Copywriting</i>	28
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN URAIAN PELAKSANAAN MAGANG.....	32
3.1 Gambaran Umum Kanekin.....	32
3.1.1 Mengenai Kanekin	32
3.1.2 Visi dan Misi Kanekin	33
3.2 Logo dan <i>Tagline</i> Perusahaan	33
3.3 Struktur Perusahaan Kanekin	34
3.3.1 Struktur Keseluruhan	34
3.3.2 Struktur Divisi Kane Studio	34
3.4 Deskripsi Jabatan.....	35
3.5 Aktivitas Perusahaan	39

3.6	Aktivitas Praktek Kerja	41
3.6.1	Ruang Lingkup Administrasi	41
3.6.2	Ruang Lingkup Operasional	42
3.7	Alur Kerja Pemegang	43
BAB IV	HASIL MAGANG DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1	Uraian Kegiatan Operasional	44
4.1.1	Uraian dalam Mengikuti Rapat Bersama Pihak <i>Client</i>	45
4.1.2	Uraian dalam Penyusunan <i>Content Plan</i>	46
4.1.3	Uraian dalam Proses Eksekusi Visual.....	49
4.1.4	Uraian dalam Penentuan <i>Hashtag</i> yang Digunakan	52
4.1.5	Uraian dalam Pembuatan <i>Copywriting</i>	53
4.1.6	Uraian dalam Penentuan Jadwal Pengunggahan Konten... ..	55
4.1.6	Uraian Peran Pemegang dalam Proses Diskusi Kreatif	56
4.2	Pembahasan	58
4.2.1	Komunikasi Menjadi Cara untuk Mempengaruhi Orang Lain	58
4.2.2	Penerapan Fungsi Komunikasi dalam Menjalankan Suatu Proyek	60
4.2.3	Eksekusi Komunikasi Pemasaran dalam Pemasaran <i>Online</i>	62
4.2.4	Instagram sebagai Media Baru yang Menjadi Sarana Pemasaran	65
4.2.5	<i>Digital Marketing</i>	67
4.2.6	<i>Content Marketing</i>	69
4.2.7	<i>Sharing, Collaborating, and Connecting</i>	72
4.2.8	Diskusi Kreatif untuk Menyukseskan <i>Offline Event</i>	74
4.2.9	<i>Copywriting</i>	78
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1	Kesimpulan.....	82
5.2	Saran	84
	DAFTAR PUSTAKA	85
	LAMPIRAN.....	A-1
	TURNITIN.....	B-1
	CURRICULUM VITAE.....	B-2

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kantor <i>Digital Marketing Agency</i> Kanekin.....	8
Gambar 3.1 Logo Kanekin.....	33
Gambar 3.2 Tagline Kanekin.....	33
Gambar 3.3 Struktur Keseluruhan Kanekin.....	34
Gambar 3.4 Struktur Divisi Kane Studio.....	35
Gambar 3.5 Salah Satu <i>Instagram Management</i> oleh Kanekin.....	40
Gambar 3.6 Salah Satu <i>TikTok Management</i> oleh Kanekin.....	41
Gambar 3.7 Contoh <i>Campaign Activation</i> oleh Kanekin.....	41
Gambar 3.8 Alur Kerja Pemagang.....	43
Gambar 4.1 Kekurangan pada <i>Instagram Feed</i> Suatu <i>Brand</i>	48
Gambar 4.2 <i>Instagram Feed</i> Suatu <i>Brand</i> Menggunakan <i>Content Plan</i> dari Kanekin.....	49
Gambar 4.3 Hasil Pengambilan Foto dan <i>Content Plan</i> untuk <i>Instagram Feed</i> Hometown Dairy.....	51
Gambar 4.4 Profil TikTok Salah Satu Klien Kanekin, Eureka.....	52
Gambar 4.5 Penggunaan <i>Hashtag</i> dalam <i>Caption Instagram Feed</i> Eureka.....	53
Gambar 4.6 <i>Copywriting</i> dalam Bentuk <i>Caption</i> untuk Hometown Dairy.....	55
Gambar 4.7 Proses Diskusi Kreatif di Kanekin.....	58
Gambar 4.8 Menu Baru dari Xing Fu Tang.....	61
Gambar 4.9 Beberapa Video Para Staf yang Menyorot Aktivitas <i>Brand</i>	64
Gambar 4.10 Sesi <i>Instagram Live</i> yang Diadakan 3Mongkis.....	67
Gambar 4.11 Konten Emosional Mengenai <i>Work From Home</i>	70
Gambar 4.12 Konten yang Menghadirkan <i>Engagement</i>	72
Gambar 4.13 Salah Satu Komentar dari Audiens.....	73
Gambar 4.14 Ilaollao <i>Apple Hunt</i> untuk Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>	76
Gambar 4.15 Salah Satu Sticker 3Mongkis untuk Keperluan Aktivasi.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A

Surat Pengantar Magang UPH	A-1
Lembar Surat Keterangan Penerimaan Magang	A-2
Lembar Surat Keterangan Selesai Magang	A-3
Daftar Evaluasi Kinerja Pemegang Tahap Akhir	A-4
Surat Angket Pendapat Perusahaan Mengenai Program Magang	A-5
Surat Angket Pendapat Pemegang Terhadap Program Magang	A-6
Lembar Monitoring Supervisor Magang	A-7
Lembar Monitoring Pembimbing Magang	A-8
Formulir Informasi Tempat Magang	A-9

Lampiran B

Hasil Cek Turnitin	B-1
Curriculum Vitae	B-2

