



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
TERAKREDITASI-A

**PERENCANAAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS
JASA PROPERTI GARASI FIVEHOMES**

TUGAS AKHIR APLIKATIF

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata-1 (S-1)

Ilmu Komunikasi Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh:

NANI SEPTIANA

44318010047

BIDANG STUDI ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2022



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nani Septiana
NIM : 44318010047
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir Aplikatif dengan judul **PERENCANAAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS JASA PROPERTI GARASI FIVEHOMES** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Tugas Akhir tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan Tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan Kembali semua proses penyusunan Tugas Akhir Aplikatif dari awal.

Jakarta, 25 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,



(Nani Septiana)

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I


(Dudi Hartono, M.I.Kom)

Dosen Pembimbing II


(Krisnomo Wisnu Trihatman, M.Si)

Ketua Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan



(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul : **PERENCANAAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS JASA PROPERTI GARASI FIVEHOMES**

Nama : Nani Septiana

NIM : 44318010047

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan



Jakarta, 25 Juni 2022

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

(Dudi Hartono, M.IKom.)

(Krisnomo Wisnu Trihatman, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Judul : **PERENCANAAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS JASA PROPERTI GARASI FIVEHOMES**

Nama : Nani Septiana

NIM : 44318010047

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Jakarta, 25 Juni 2022

Ketua Sidang

Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si.

()

Penguji Ahli

Siti Muslichatul Mahmudah., M.Ikom.

()

Pembimbing I

Dudi Hartono, M.IKom.

()

Pembimbing II

Krisnomo, S.Sos., M.Si.

()

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **PERENCANAAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS JASA PROPERTI GARASI FIVEHOMES**

Nama : Nani Septiana


NIM 44318010047

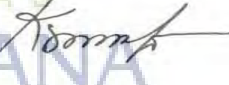
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Jakarta, 25 Juni 2022

Disetujui dan diterima oleh,


Dosen Pembimbing I

(Dudi Hartono, M.IKom.)

Dosen Pembimbing II

(Krisnomo, S.Sos., M.Si.)

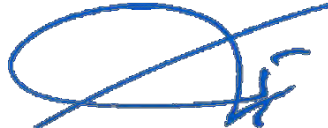
Ketua Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan


(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir Aplikatif ini.

Dengan laporan tugas akhir ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Advertising and Marketing Communication.

Dalam menyusun laporan tugas akhir ini, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami, namun berkat dukungan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis pada kesempatan ini ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dudi Hartono M. Ikom dan Bapak Krisnomo Wisnu Trihatman, M.,Si selaku pembimbing dalam membuat laporan tugas akhir ini yang sudah membimbing, memberi dukungan, tenaga, waktu, pikiran serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir penulis.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan motivasi dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
4. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, M.A selaku Kepala Bidang Studi Advertising and Marketing Communication, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Kurniawan Prasetyo S.Ikom., M.Ikom selaku Sekretaris Bidang Studi Advertising & Marketing Communication dan dosen pengampu mata kuliah Tugas Akhir Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Bidang Studi Advertising and Marketing Communication yang telah memberikan dukungan, tenaga, pikiran, waktu, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.

7. Papa, Mama, Kak Tika, Kak Endang, dan Kak Falen yang selalu menyemangati, menghibur, memberikan materil maupun moral, menjadi tempat berkeluh kesah, menguat mental dan kepercayaan diri penulis, serta mendoakan agar dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan baik.
8. Tim Tugas Akhir Aplikatif, Muhammad Akbari dan Putri Selena yang telah mempercayakan penulis sebagai Social Media Manager.
9. Kevin Hanafi, Rita Amelia Sianturi, Bena Kartika Wijaya, Fera, Yuki Selva, Asyer Hadi, Dandi Sugiarto, yang telah menyediakan waktunya untuk menemani, menghibur, dan mendengarkan keresahan saat penulisan tugas akhir ini.
10. PSM 2018, PMK Mercu Buana dan Marcomm 2018 yang sudah sudah mewarnai kehidupan kampus selama 4 tahun, berbagi canda tawa dan juga berjuang bersama-sama memberikan yang terbaik semasa kuliah untuk diri sendiri dan kampus.
11. Terima kasih kepada diri sendiri yang sudah berjuang selama perkuliahan.

Ucapan terima kasih yang berlimpah tentunya penulis sampaikan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas segala doa dan bantuannya.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu segala kritikan dan saran yang membangun akan penulis terima dengan baik. Terima kasih atas bantuan dari semua pihak, semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan berkat-Nya.

Jakarta, 30 April 2022

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	9
1.3 Tujuan Perancangan	10
1.4 Alasan Pemilihan Judul	10
1.5 Manfaat Perancangan.....	11
1.5.1 Manfaat Akademis	11
1.5.2 Manfaat Praktis	11
BAB II KERANGKA/DASAR PEMIKIRAN	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Digital Marketing Communication.....	12
2.1.2 Iklan	13
2.1.3 Brand Awareness.....	14
2.1.4 Media Sosial.....	15
2.1.4.1 Instagram.....	16
2.1.5 Generasi Milenial	18
2.1.5.1 Karakteristik Generasi Milenial	19
2.2 Referensi Karya	19

2.2.1 Instagram.....	20
BAB III KONSEP PERANCANGAN.....	25
3.1 Tujuan Komunikasi.....	25
3.2 Strategi Komunikasi.....	25
3.3 Analisa Spesifikasi Program.....	29
3.4. <i>Key Performance Indicator</i>	30
3.5 Alur Perancangan.....	32
BAB IV ANALISIS PROSES.....	36
4.1 Analisis Proses Produksi.....	36
4.1.1 Pra Produksi.....	36
4.1.2 Produksi.....	39
4.1.3 Pasca Produksi.....	47
4.2 Output Program.....	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	70



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Halaman kanal Garasi Fivehomes.....	3
Gambar 2. Profil Instagram @garasifivehomes	4
Gambar 3. <i>Engagement Rate</i> Instagram @garasifivehomes (source: inbeat.co)	5
Gambar 4. Mobile App Rankings: Download.....	6
Gambar 5. Top Social Media and Streaming Video Apps	7
Gambar 6. Top YouTube Search Queries	7
Gambar 7. Sources of New Brand Discovery	8
Gambar 8. Referensi Karya.....	24
Gambar 9. <i>Facebook Business Manager</i>	61
Gambar 10. <i>Engagement Rate</i> Instagram @garasifivehomes	63



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Karakteristik Generasi Milenial.....	19
Tabel 2. Rancangan Pra Produksi.....	33
Tabel 3. Rancangan Produksi.....	34
Tabel 4. Rancangan Pasca Produksi	34
Tabel 5. <i>Content Pillar</i>	35
Tabel 6. Insight Social Media.....	60
Tabel 7. Materi Iklan	62

