



**PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM  
'OTOPODS' UNTUK MEMBANGUN  
*BRAND AWARENESS***



**TUGAS AKHIR  
APLIKATIF**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
MUHAMMAD FEBRI KURNIAWAN

**44319110061**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA  
2024**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama & NIM : MUHAMMAD FEBRI KURNIAWAN / 44319110061  
Nomor Hp & Email : 081219548960/febri1332@gmail.com  
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir Aplikatif ini adalah hasil karya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar. Apabila ternyata ditemukan didalam laporan tugas akhir aplikatif saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian surat pernyataan perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran tidak ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 31 Agustus 2024

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Yang menyatakan



(Muhammad Febri Kurniawan)


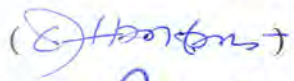


## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Febri Kurniawan  
NIM : 44319110061  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pembuatan Konten Instagram 'Otopods' untuk  
Membangun *Brand Awareness*

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Andri Budiwidodo, S.Si, M.Ikom (  )  
NIDN : 0313037302  
Pembimbing 2 : Dudi Hartono, M.Ikom (  )  
NIDN : 0320037307  
Ketua Penguji : Melly Ridaryanthi, PhD (  )  
NIDN : 0324128202  
Penguji Ahli : Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom (  )  
NIDN : 0330019002

Jakarta, 31 Agustus 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Dr. Farid Hamid, M.Si

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami haturkan kepada Allah SWT atas kehadirannya yang penuh rahmat dan petunjuk, yang telah memberikan kesehatan dan kekuatan kepada penulis. Dengan anugerah-Nya, penulis berhasil menyelesaikan Tugas Akhir Aplikatif berjudul "PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM 'OTOPODS' UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*".

Penulis ingin menyampaikan penghargaan yang tinggi kepada berbagai pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam kelancaran penyelesaian skripsi ini. Ucapan terima kasih yang tulus disampaikan kepada:

1. Andri Budiwidodo, S.Si, M.Ikom selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan masukan serta bantuan yang sangat berarti bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Dudi Hartono, M.Ikom selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan dan masukan serta bantuan yang sangat berarti bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Dr. Irmulansati. T, SH, Msi selaku Wakil Dekan Bidang Sumberdaya dan Keuangan Universitas Mercu Buana.
6. Eka Perwitasari, M.Ed dan selaku Sekprodi 1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Melly Ridaryanthi, PhD, selaku Ketua Sidang dan Sekprodi 4 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
8. Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom, selaku Dewan Penguji Ahli dan Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
9. Dosen dan seluruh jajaran staff pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

10. Ibu Yessy Yasmidar selaku *Head of Human Resource* SUN Energy, Mba Fadilla Paramitha selaku *Human Resource & Talent Acquisition* SUN, Mba Anggita Septia Pradipta selaku *Head of Marketing* SUN Group, dan Farrel Fauzan Arvian selaku tim *Social Media* dari Otopods yang telah memberikan kesempatan dan bekerjasama sebagai klien dari tugas akhir aplikatif ini.
11. Keluarga penulis, kedua Orangtua yang telah mendoakan dan memberikan kasih sayang serta perhatian kepada penulis serta adik penulis yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Apriscally Sihombing dan Fatwa Triardya selaku rekan tim Tugas Akhir Aplikatif yang telah bersama-sama berjuang dan bekerjasama selama penyusunan karya ini.
13. Sahabat-sahabat saya Fatih, Candra, dan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberi semangat, menghibur saya, dan mengajak saya *hangout* sesekali selama penyusunan karya ini.
14. Istri saya, Elma Febriani yang juga telah menjadi *support system* dan penyemangat selama penyusunan karya ini.
15. Teman-teman Marcomm angkatan 2019, Group Happy happy: Hanieta, Bela, Fandu, Hendy, Soulthan, Hendry serta seluruh dosen dan *staff* bidang studi *Advertising & Marketing Communication* Mercu Buana Jakarta (Meruya).

Laporan skripsi ini penulis susun dengan semaksimal mungkin dan penulis menyadari sepenuhnya bahwa laporan ini jauh dari kesempurnaan. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan berharap agar laporan skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 31 Agustus 2024

(Muhammad Febri Kurniawan)

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Febri Kurniawan  
NIM : 44319110061  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pembuatan Konten Instagram 'Otopods' untuk  
Membangun *Brand Awareness*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 31 Agustus 2024



(Muhammad Febri Kurniawan)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Permasalahan.....	5
1.3. Tujuan Perancangan.....	6
1.4. Alasan Pemilihan Judul.....	6
1.5. Manfaat Perancangan.....	6
1.5.1 Manfaat Akademis.....	6
1.5.2 Manfaat Praktis.....	7
<b>BAB II KERANGKA/DASAR PEMIKIRAN</b> .....	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Komunikasi Pemasaran .....	8
2.1.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu .....	10
2.1.3 Komunikasi Pemasaran Digital .....	12
2.1.4 Bauran Promosi .....	14
2.1.5 <i>Brand Awareness</i> .....	17
2.1.6 <i>Social Media Marketing</i> .....	19
2.1.7 Instagram .....	21
2.1.8 <i>Copywriting</i> .....	24

2.1.9 Desain Grafis .....	25
2.1.10 Elemen-Elemen Dalam Design .....	27
2.1.11 Fotografi.....	30
2.1.12 <i>Content Creation</i> .....	31
2.2 Referensi Karya .....	33
<b>BAB III KONSEP PERANCANGAN.....</b>	<b>38</b>
3.1 Tujuan Komunikasi.....	38
3.2 Strategi Komunikasi .....	39
3.3 Analisa Spesifikasi Program .....	40
3.3.1 Rancangan Bentuk Karya .....	40
3.3.2 Konsep yang Digunakan dalam Mengeksekusi Karya .....	41
3.3.3 Alasan pemilihan karya .....	42
3.3.4 Gambaran isi pesan dan media promosi .....	43
3.4 Konsep Perancangan.....	44
3.4.1 Rencana Pra Produksi.....	47
3.4.2 Rencana Produksi .....	51
3.4.3 Rencana Pasca Produksi .....	53
<b>BAB IV ANALISIS PROGRAM.....</b>	<b>54</b>
4.1 Deskripsi Program .....	54
4.2 Analisis Proses Produksi.....	55
4.2.1 Kendala Yang Dihadapi .....	90
4.2.2 Penyelesaian .....	91
4.3 Analisis Hasil Produksi.....	94
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>102</b>
5.1 Kesimpulan .....	102
5.2 Saran .....	103
5.2.1 Akademis .....	103
5.2.2 Praktis .....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>106</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>113</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Rancangan Bentuk Karya .....	40
Tabel 3.2 Tabel <i>Time Schedule</i> .....	47
Tabel 3.3 Tabel Budgeting Peralatan <i>Shooting</i> dan <i>Software</i> .....	47
Tabel 3.4 Tabel Rencana Pasca Produksi .....	53
Tabel 4.1 Tabel <i>Client Brief</i> .....	54
Tabel 4.2 Alur Tahapan Kerja Graphic Designer .....	55
Tabel 4.3 Tabel Konten <i>Funfact/Product Knowledge</i> .....	63
Tabel 4.4 Tabel Konten <i>Education</i> .....	72
Tabel 4.5 Tabel Konten <i>Lifestyle</i> .....	81



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Instagram Audiens per Januari 2023.....	2
Gambar 1.2 Konten Instagram Casion EV Charging Station.....	4
Gambar 1.3 Konten Instagram Starvo EV Charging Station .....	5
Gambar 2.1 Instagram Casion EV Charging Station .....	34
Gambar 2.2 Konten Instagram Starvo EV Charging Station .....	35
Gambar 3.1 <i>Moodboard</i> Instagram <i>Feed</i> Otopods.....	46
Gambar 3.2 <i>Moodboard</i> Instagram <i>Story</i> dan <i>Reels</i> Otopods.....	47
Gambar 3.3 Visual yang akan diterapkan pada Instagram Otopods.....	49
Gambar 3.4 <i>Color Identity</i> yang akan diterapkan .....	50
Gambar 3.5 Logo dari <i>brand</i> Otopods .....	50
Gambar 3.6 Tipografi yang akan diterapkan.....	50
Gambar 3.7 <i>Flowchart workflow</i> pengerjaan karya .....	51
Gambar 3.8 <i>Software</i> dalam pembuatan karya.....	52
Gambar 3.9 Peralatan <i>shooting</i> pembuatan karya.....	53
Gambar 4.1 Logo <i>Brand</i> Otopods .....	56
Gambar 4.2 Konten Instagram Otopods.....	57
Gambar 4.3 <i>Key Visual Brief</i> Otopods .....	57
Gambar 4.4 Foto dan Video Otopods yang diambil penulis .....	59
Gambar 4.5 <i>Software</i> Design Adobe Illustrator .....	59
Gambar 4.6 <i>Content Brief</i> Otopods.....	61
Gambar 4.7 Hasil <i>Post Insight</i> Konten Design .....	88
Gambar 4.8 Evaluasi Design pada konten yang perlu diperkuat dan diperbaiki ..	89
Gambar 4.9 Konten <i>Feed</i> Otopods sebelum Tim Aplikatif.....	92
Gambar 4.10 Konten <i>Feed</i> Otopods setelah Tim Aplikatif.....	93
Gambar 4.11 Desain <i>Feed</i> Instagram Otopods .....	95
Gambar 4.12 Desain Instagram <i>Story</i> Otopods.....	96
Gambar 4.13 Desain Instagram <i>Reels</i> Otopods.....	96
Gambar 4.14 Desain Konten <i>Feed</i> Otopods.....	98
Gambar 4.15 Desain Konten <i>Feed</i> Otopods.....	98

Gambar 4.16 Desain Konten <i>Feed</i> Otopods.....	99
Gambar 4.17 Desain Konten <i>Feed</i> Otopods.....	100
Gambar 4.18 Desain Konten <i>Feed</i> Otopods.....	100
Gambar 4.19 Desain Konten <i>Feed</i> Otopods.....	101



## ABSTRAK

Nama : Muhammad Febri Kurniawan  
NIM : 44319110061  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pembuatan Konten Instagram ‘Otopods’ untuk  
Membangun *Brand Awareness*  
Pembimbing : Andri Budiwidodo, S.Si, M.Ikom  
Dudi Hartono, M.Ikom

Otopods merupakan sebuah produk pengisi daya kendaraan listrik yang dimiliki oleh SUN Mobility. SUN Mobility adalah perusahaan yang berfokus menciptakan ekosistem yang ramah lingkungan untuk kendaraan listrik melalui stasiun pengisian daya bertenaga surya. *Social media* dapat menjadi media komunikasi pemasaran digital yang sangat tepat digunakan pada saat ini, tidak terkecuali di bidang otomotif.

Metode yang digunakan dalam *project* ini adalah metode pembuatan karya aplikatif, penulis sebagai *Graphic Designer* bertugas dalam pembuatan konten visual secara *graphic* pada media sosial instagram Otopods. Tujuan pembuatan konten visual media sosial instagram ini adalah untuk meningkatkan *brand awareness* dari produk Otopods.

Pada *project* aplikatif ini penulis merancang *moodboard*, *key visual* dan elemen grafis untuk konten media sosial instagram Otopods, diantaranya adalah konten *feed*, instagram *story* dan *reels*. Semua hasil karya yang penulis buat, telah melalui persetujuan dan merupakan hasil *brainstorming* antara pihak tim aplikatif dengan pihak Otopods.

Hasil dari pembuatan konten Instagram Otopods untuk membangun *brand awareness* dapat dilihat dari hasil konten dan interaksi audiens pada konten tersebut melalui *insight*. Selama 2 bulan pembuatan konten dengan jumlah konten *feed* dan *story* lebih dari 30 desain, *Insight likes* terbanyak pada konten “Lebih Canggih, Lebih Hemat. Dimana pada konten “Lebih Canggih, Lebih Hemat, penulis sebagai *Graphic Designer* membuat visual menggunakan *real image* dan gambar Otopods, agar audiens lebih mengetahui produk dari Otopods dan kesesuaian *copywriting* dengan visualnya, konten tersebut mendapatkan 21 *likes* dan berhasil mendapatkan *reach* sebanyak 137, konten tersebut secara keseluruhan menggunakan *real image* dan infografis dengan tambahan elemen-elemen *icon* dan penggunaan beberapa *shape* dan garis.

**Kata kunci:** desainer grafis, konten, instagram, otopods, kesadaran merek

## ***ABSTRACT***

Name : Muhammad Febri Kurniawan  
NIM : 44319110061  
Study Program : Communication Studies  
Title Thesis Report : 'Otopods' Instagram Content Creation to Building Brand Awareness  
Consellor : Andri Budiwidodo, S.Si, M.Ikom  
Dudi Hartono, M.Ikom

*Otopods, a product under the umbrella of SUN Mobility, serves as an electric vehicle charger, aligning with SUN Mobility's commitment to establishing an environmentally friendly ecosystem for electric vehicles through solar-powered charging stations. Recognizing the pivotal role of social media in contemporary digital marketing, especially within the automotive sector, the project employed an applicative approach. As a Graphic Designer, the author played a pivotal role in crafting visually appealing content for Otopods on Instagram, aiming to elevate brand awareness.*

*The applicative project involved the creation of moodboards, key visuals, and graphic elements for Otopods' Instagram content, spanning feed posts, Instagram stories, and reels. All creations underwent thorough approval processes, reflecting a collaborative effort between the applicative team and Otopods. The outcomes of the Instagram content creation initiative manifested through insights gleaned from audience interactions and content results.*

*Over the course of two months, the author produced more than 30 feed and story content designs. Notably, the content titled "Lebih Canggih, Lebih Hemat" emerged as a standout success, accumulating 21 likes and achieving a reach of 137. By incorporating real images and visuals of Otopods, the content effectively conveyed the product's features, fostering a deeper understanding among the audience. The strategic alignment of copywriting with visuals, including infographics and icon elements, contributed to the overall success of the content creation initiative. Through a blend of creativity and strategic planning, the project succeeded in enhancing Otopods' brand awareness on Instagram, exemplifying the power of digital marketing in the contemporary automotive landscape.*

**Keywords:** *graphic designer, content, instagram, otopods, brand awareness*