

**PERANCANGAN AKTIVASI SOCIAL MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI SOCIAL
MEDIA SPECIALIST & ADS SPECIALIST “BUTIK DILABLE SALATIGA”**

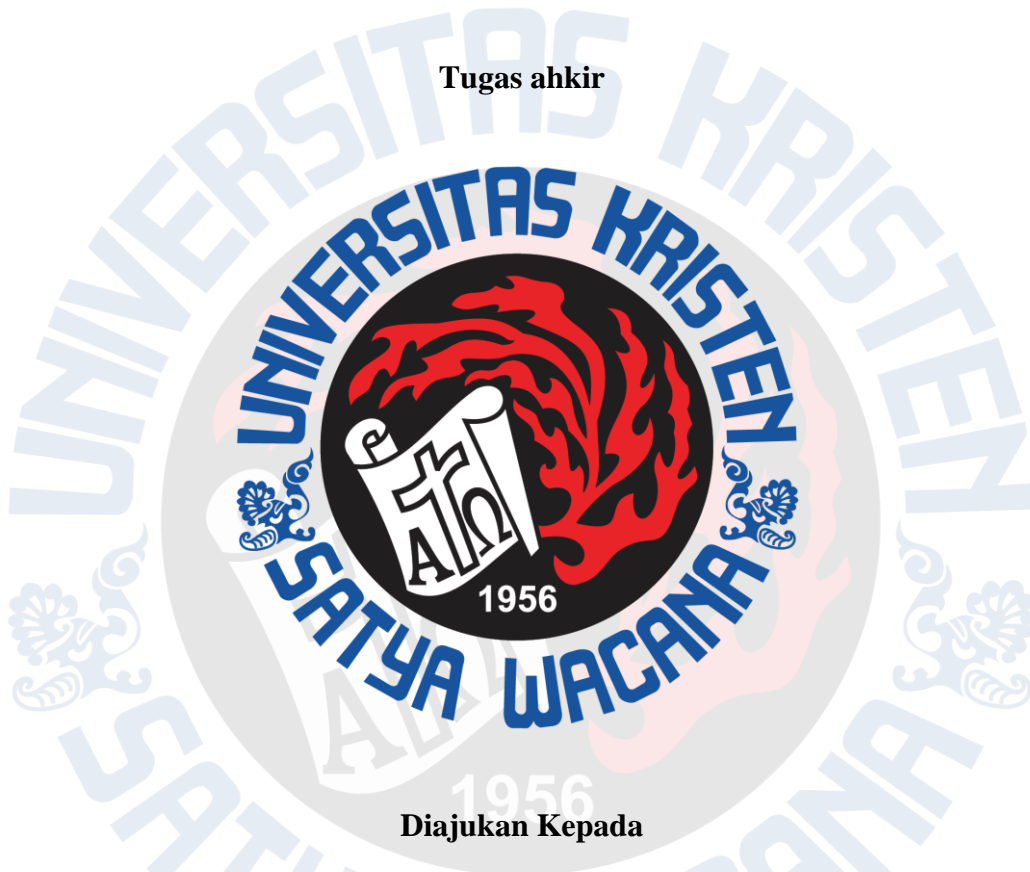
OLEH:

Kevin Marcel Soenanto

362019059

Tugas akhir

Repositori Institusi | Universitas Kristen Satya Wacana
repository.uksw.edu



Diajukan Kepada

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Komunikasi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA

SALATIGA

2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Perancangan Aktivasi Social Media Instagram Sebagai Social Media Specialist & Ads Specialist “Butik Ditable Salatiga”**

Nama Mahasiswa : **Kevin Marcel Soenanto**

NIM : **362019059**

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

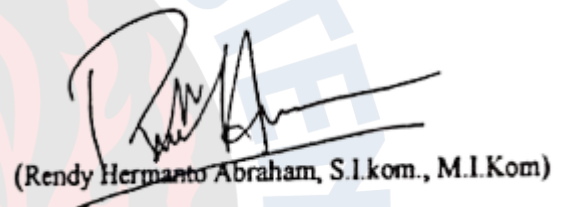
Disetujui Oleh,

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,



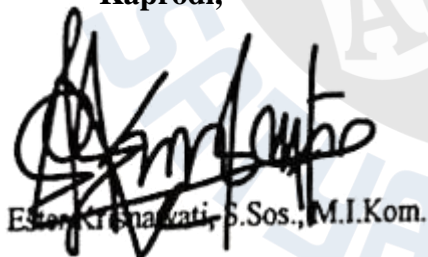
(Sampoerno, S.Pd., M.Si.)



(Rendy Hermanto Abraham, S.I.kom., M.I.Kom)

**Diketahui Oleh,
Kaprosdi,**

**Disahkan Oleh,
Wakil Dekan,**



Ester Kristina Wati, S.Sos., M.I.Kom.



Sampoerno, S.Pd., M.Si.

Disetujui tanggal: 7 Februari 2024

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA

SALATIGA

2024

PERANCANGAN AKTIVASI SOCIAL MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI SOCIAL MEDIA SPECIALIST & ADS SPECIALIST “BUTIK DILABLE SALATIGA”

Kevin Marcel Soenanto (362019059)

FISKOM, Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Satya Wacana

Email: 362019059@student.uksw.edu , sampoerno.fiskom@uksw.edu,

rendy.abraham@uksw.edu

ABSTRAK. Melihat dari kegunaannya pada masa kini, banyak sekali para pebisnis menggunakan media sosial seperti instagram untuk meningkatkan promosi dan menjangkau pasar yang lebih luas kepada konsumennya seperti yang telah dilakukan oleh Butik Diable. konten instagram yang telah dibuat oleh Butik Diable ini cenderung hanya memuat konten yang berisikan mengenai produknya saja dan tidak ada konten interaktif sehingga hanya menghasilkan hubungan satu arah saja. Selain itu pada captionnya juga kurang optimal karena tidak adanya CTA serta hastag yang belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan brand awareness dan interaksi konsumen Butik Diable. Penulis memilih divisi social media specialist dan ads specialist untuk merancang dan mengelola konten-konten yang menarik, informatif, dan persuasif, serta mengoptimalkan konten promosi dengan boost ads melalui Meta Business Suite. Penulis menggunakan teori content marketing sebagai acuan dalam perancangan konten. Penelitian ini dilakukan dengan tahapan pra produksi, produksi, pasca produksi, dan uji publik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konten yang dibuat oleh penulis mendapatkan respon positif dari responden dan layak untuk dipublikasikan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku pemasaran melalui instagram.

Kata Kunci: Social Media, Konten Instagram, Pemasaran, Interaksi Konsumen, Brand Awareness

ABSTRACT. Seeing from its usefulness today, many business people use social media such as Instagram to increase promotion and reach a wider market to their consumers as has been done by Diable Boutique. Instagram content that has been created by Diable Boutique tends to only contain content containing its products and no interactive content so that it only produces a one-way relationship. In addition, the caption is also not optimal because there is no CTA and hastags that have not been optimized. This research aims to increase brand awareness and consumer interaction of Diable Boutique. The author chose the social media specialist and ads specialist divisions to design and manage interesting, informative, and persuasive content, and optimize promotional content with boost ads through Meta Business Suite. The author uses content marketing theory as a reference in content design. This research was conducted with pre-production, production, post-production, and public testing stages. The results of this study show that the content created by the author received a positive response from the respondents and is suitable for publication. This research is expected to provide benefits for marketing actors through instagram

Keywords: Social Media, Instagram Content, Marketing, Consumer Interaction, Brand Awareness