

**PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
MIXUE SEMARANG (@mixue.smg)**

**Oleh:**

**JANIESHA KIMBERLY PRASETYO**

**362018161**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Kepada**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA**

**SALATIGA**

**2022**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **Perancangan Konten Media Sosial Instagram Mixue Semarang (@mixue.smg)**  
Nama Mahasiswa : **Janiesha Kimberly Prasetyo**  
NIM : **362018161**  
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

Disetujui Oleh,

**Pembimbing Utama,**

**Pembimbing Pendamping,**



Pratiwi C. Hamita, S.Sos., M.I.Kom



Rendy H. Abraham, S.I.Kom., M.I.Kom

**Diketahui Oleh,  
Kaprodi,**

**Disahkan Oleh,  
Dekan,**



Rendy H. Abraham, S.I.Kom., M.I.Kom



Dr. Ir. Royke R. Siahainenia, M.Si.

Disetujui tanggal: 13 Juli 2022

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA  
SALATIGA  
2022**

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis berikan kepada Tuhan Yesus Kristus, sebab karena berkat dan kasih karuniaNya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul:

### **PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MIXUE SEMARANG (@mixue.smg)**

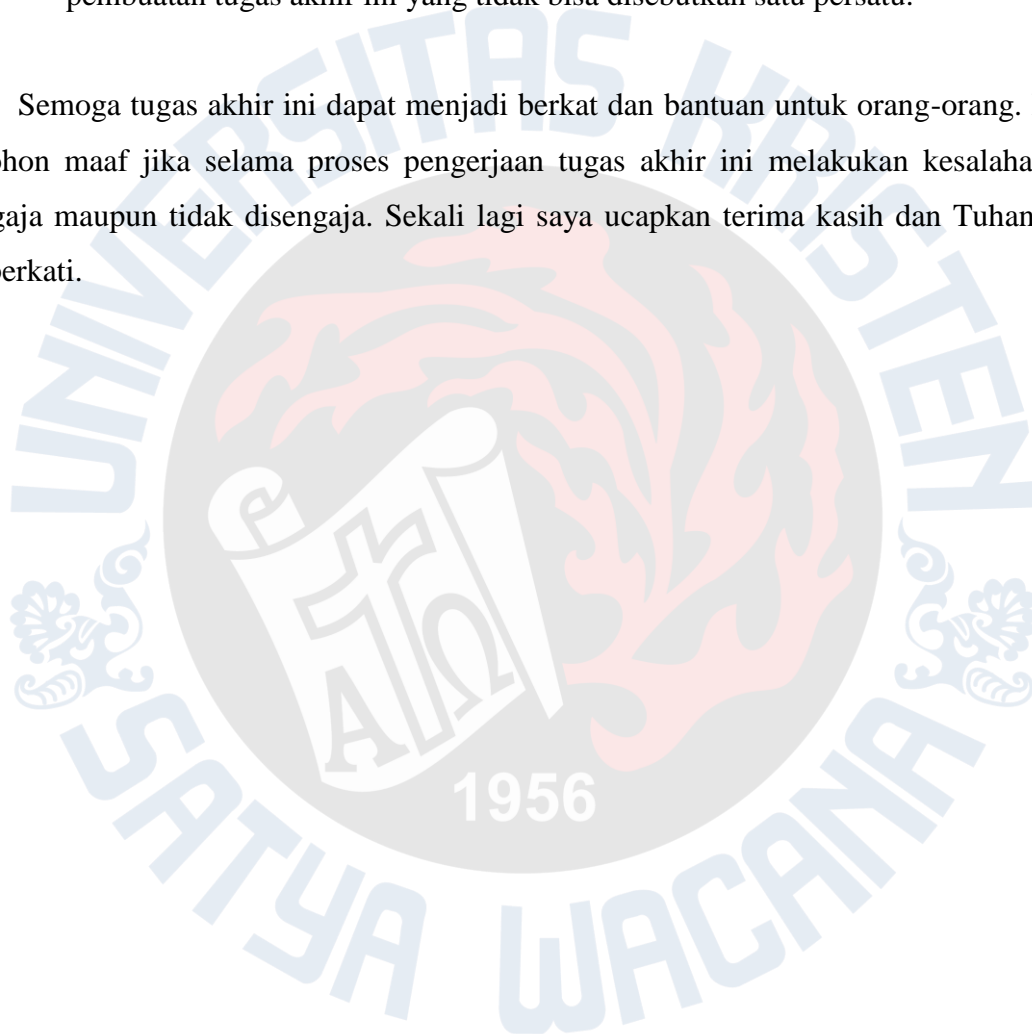
Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir ini. Sebab dengan dukungan, bantuan hingga bimbingan dari berbagai pihak, tugas akhir ini dapat terwujud dan terselesaikan meskipun masih jauh dari sempurna.

Terima kasih dan puji syukur sebesar-besarnya penulis ungkapkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas berkat dan anugerahNya tugas akhir ini dapat terselesaikan guna untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.

1. Teruntuk keluarga saya yang tercinta, Papi Hasto, Mami Catherine dan Je El yang selalu mendukung, memberi semangat dan mendoakan saya untuk segala yang terbaik hingga saat ini agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih banyak untuk kasih sayang, bimbingan dan doanya.
2. Kepada Kak Pratiwi Cristin Harnita, S.Sos., M.I.Kom selaku Pembimbing Utama yang telah membimbing saya dari awal hingga akhir, yang selalu sabar dalam menuntun, mengarahkan dan memberikan masukan kepada saya. Terima kasih banyak untuk segala bimbingan dan bantuannya.
3. Kepada Kak Rendy Hermanto Abraham, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Pembimbing Pendamping yang selalu baik dan sabar dalam membimbing, mengingatkan dan memberi masukan untuk tugas akhir saya agar menjadi lebih baik.
4. Drg. Agus Junarto dan keluarga selaku pemilik Mixue Semarang serta kepada seluruh tim Mixue Semarang yang telah mengizinkan, membantu dan bekerjasama dengan saya dalam melaksanakan tugas akhir ini.
5. Seluruh teman-teman yang saya kasihi, Vincent Kevin, Reinhart, Monbi, Vena, Cik Vio, Yosa, Atik dan lainnya yang saya tidak bisa sebutkan satu-satu. Terima kasih telah memberikan semangat, motivasi dan dukungan yang tanpa henti serta mendengarkan keluh kesah saya.

6. Kepada Gereja JKI Higher Than Ever Semarang yang telah menjadi tempat yang mendukung saya secara spiritual dan memberikan peneguhan iman serta membantu saya tumbuh dewasa dalam Tuhan.
7. Kepada seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana yang telah memberikan ilmu, didikan, proses dan bantuan kepada saya selama perkuliahan.
8. Pihak-pihak lain yang secara tidak langsung ikut membantu dan mendukung dalam pembuatan tugas akhir ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga tugas akhir ini dapat menjadi berkat dan bantuan untuk orang-orang. Penulis memohon maaf jika selama proses pengerjaan tugas akhir ini melakukan kesalahan yang disengaja maupun tidak disengaja. Sekali lagi saya ucapkan terima kasih dan Tuhan Yesus memberkati.



## MOTTO

**“SEMUA HANYA KARENA ANUGERAH TUHAN,  
ALL BY HIS GRACE”**

**Janiesha Kimberly Prasetyo**

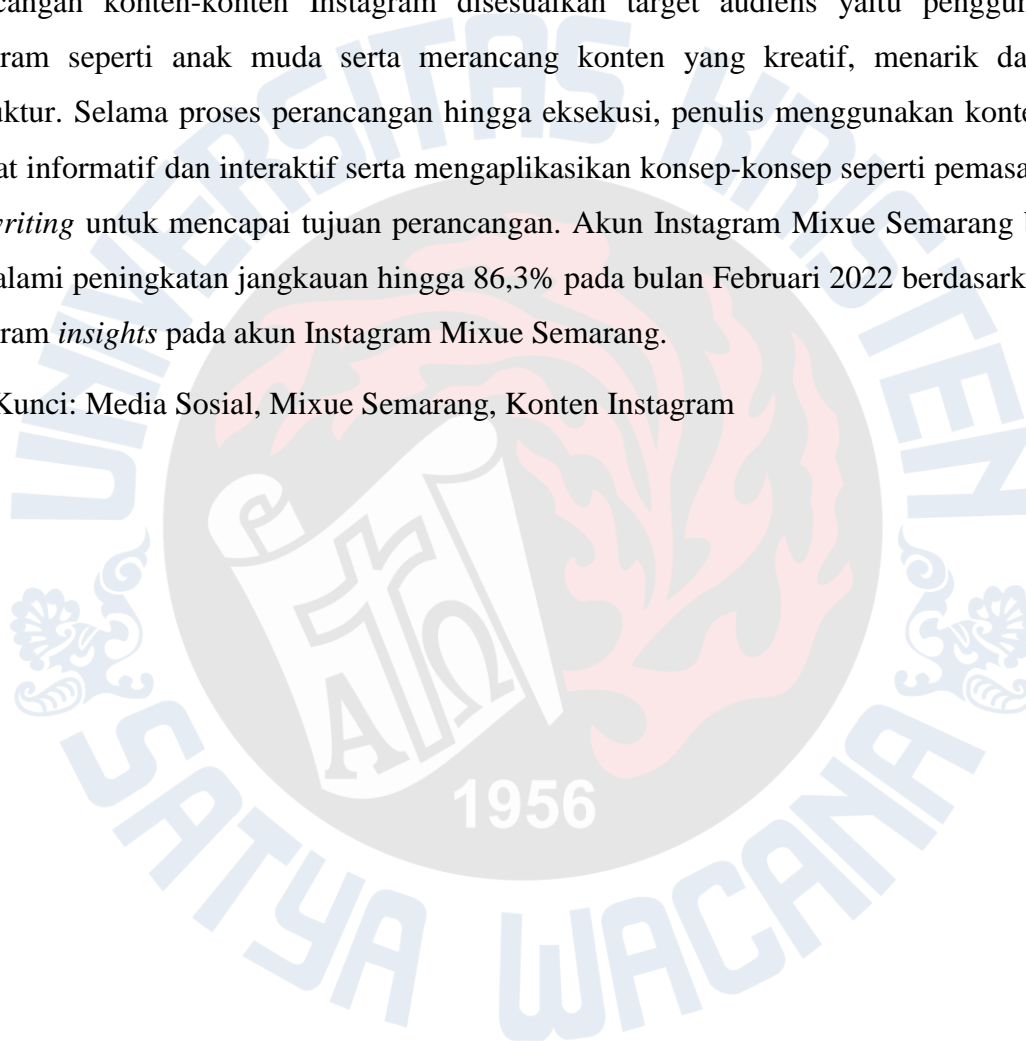
**Roma 5:3-4**

**“Dan lebih dari itu, kita pun gembira di dalam penderitaan, sebab kita tahu bahwa penderitaan membuat orang menjadi tekun, dan ketekunan akan membuat orang tahan uji; inilah yang menimbulkan pengharapan.”**

## SARIPATI

Media sosial seperti Instagram dapat menjadi salah satu alat promosi khususnya untuk sektor bisnis *Food & Beverages* yang sedang mengalami peningkatan di Indonesia meskipun di tengah masa pandemi Covid-19. Mixue Semarang sebagai salah satu bisnis F&B di Semarang, Indonesia ingin memperluas jangkauan dan perhatian audiens baru menggunakan media sosial Instagram melalui pembuatan konten-konten Instagram pada bulan Februari 2022. Agar dapat menjangkau perhatian audiens baru dan menyampaikan pesan melalui konten, perancangan konten-konten Instagram disesuaikan target audiens yaitu pengguna aktif Instagram seperti anak muda serta merancang konten yang kreatif, menarik dan lebih terstruktur. Selama proses perancangan hingga eksekusi, penulis menggunakan konten yang bersifat informatif dan interaktif serta mengaplikasikan konsep-konsep seperti pemasaran dan *copywriting* untuk mencapai tujuan perancangan. Akun Instagram Mixue Semarang berhasil mengalami peningkatan jangkauan hingga 86,3% pada bulan Februari 2022 berdasarkan hasil Instagram *insights* pada akun Instagram Mixue Semarang.

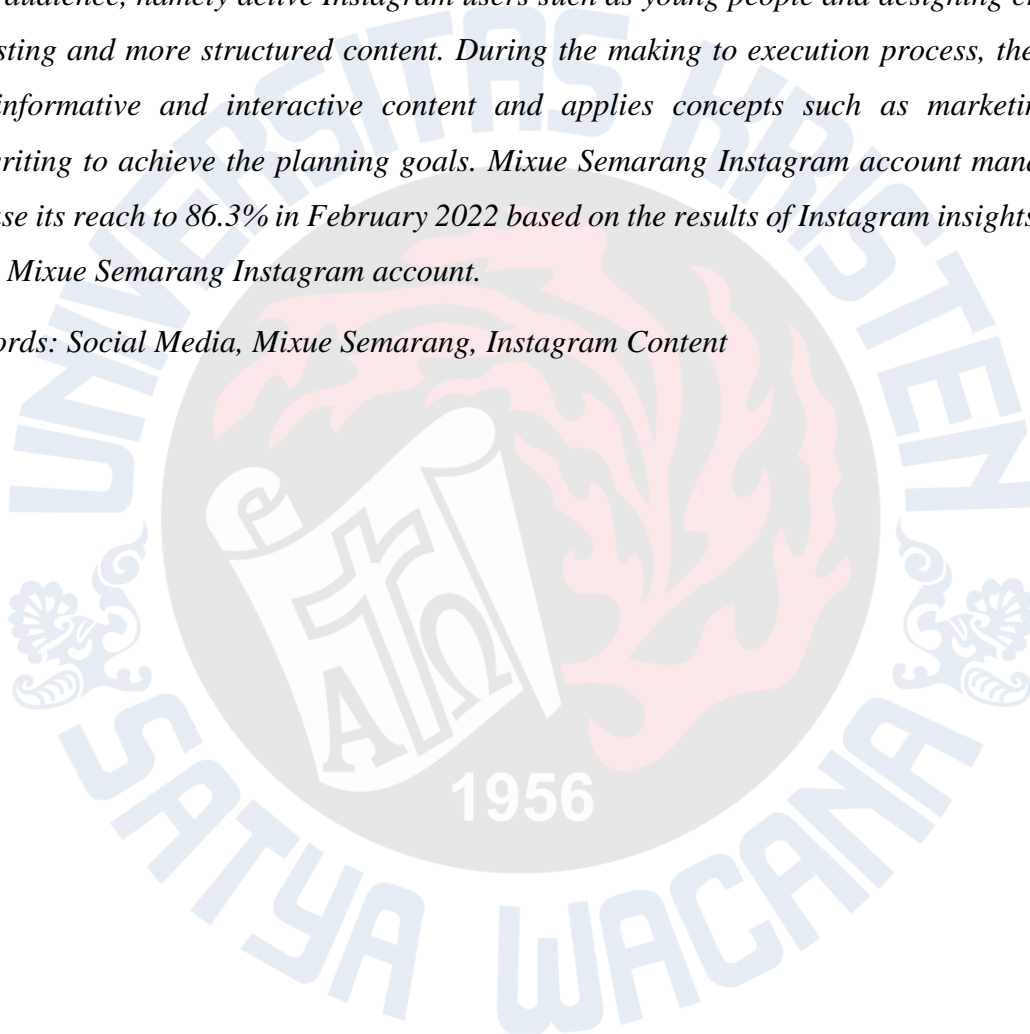
Kata Kunci: Media Sosial, Mixue Semarang, Konten Instagram



## ABSTRACT

*Social media such as Instagram became one of promotional tools used especially for Food & Beverages business sector, which is experiencing an increase in Indonesia even in the midst of the Covid-19 pandemic. Mixue Semarang as one of the F&B businesses in Semarang, Indonesia wanted to expand the reach and attention of new audiences using Instagram through creating Instagram contents in February 2022. In order to reach the attention of new audiences and convey messages through content, the planning of Instagram content is tailored to the target audience, namely active Instagram users such as young people and designing creative, interesting and more structured content. During the making to execution process, the writer uses informative and interactive content and applies concepts such as marketing and copywriting to achieve the planning goals. Mixue Semarang Instagram account managed to increase its reach to 86.3% in February 2022 based on the results of Instagram insights report on the Mixue Semarang Instagram account.*

**Keywords:** *Social Media, Mixue Semarang, Instagram Content*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	1
LEMBAR PENGESAHAN .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
MOTTO .....	iv
SARIPATI.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Perancangan .....	5
1.3 Tujuan Perancangan .....	6
1.4 Manfaat Perancangan .....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis .....	6
1.5 Konsep Perancangan .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>8</b>
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	8
2.2 Model AIDA .....	8
2.3 Promosi .....	9
2.4 Penelitian Terdahulu .....	10
2.5 Kerangka Pikir .....	12
<b>BAB III TAHAP PERANCANGAN.....</b>	<b>13</b>
3.1 Perancangan Konten Media Sosial Instagram Mixue Semarang.....	13
3.2 Tujuan Perancangan.....	13
3.3 Pendekatan Perancangan.....	14
3.4 Pemilihan Media .....	14
3.5 Tahap Perancangan Produksi .....	15
3.5.1 Pra Produksi .....	15
3.5.2 Produksi .....	15



3.5.3 Pasca Produksi .....	15
3.6 Upload Calendar Agenda .....	16
3.7 Template Mockup .....	18
3.8 Budgeting .....	19
<b>BAB IV TAHAPAN PRODUKSI</b> .....	<b>20</b>
4.1 Pra Produksi .....	20
4.2 Produksi .....	22
4.2.1 Editorial Plan.....	22
4.2.2 Produksi Konten Instagram.....	23
4.3 Pasca Produksi .....	26
4.3.1 Pembuatan <i>Caption</i> .....	26
4.3.2 <i>Posting</i> Konten.....	27
4.3.3 Penggalian <i>Insights</i> .....	27
4.3.4 Hasil Uji Publik.....	36
4.4 Pembahasan.....	42
4.5 Keterbatasan Produksi .....	47
<b>BAB V KESIMPULAN</b> .....	<b>49</b>
5.1 Kesimpulan .....	49
5.2 Saran .....	49
5.2.1 Penelitian Selanjutnya.....	49
5.2.2 Perusahaan .....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>51</b>
A.    Buku .....	51
B.    Skripsi dan Jurnal .....	51
C.    Internet .....	53

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 - Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 2 - Calendar Instagram Feeds .....	16
Tabel 3 - Calendar Instagram Story .....	17
Tabel 4 - Budgeting .....	19
Tabel 5 - Hasil Insights Konten Instagram Mixue Semarang.....	28



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 - Instagram Users in Indonesia (December 2021) .....	2
Gambar 2 - Tampilan Akun Instagram Mixue Semarang Bulan Januari 2022.....	3
Gambar 3 - Hasil Insights Akun Instagram Mixue Semarang Bulan Januari 2022.....	4
Gambar 4 - Kerangka Pikir .....	12
Gambar 5 - Template Mockup Instagram Feeds.....	18
Gambar 6 - Template Mockup Instagram Story .....	18
Gambar 7 - Pembuatan Mock Up Moodboard.....	20
Gambar 8 - Editorial Plan .....	23
Gambar 9 - Produksi Konten Instagram .....	23
Gambar 10 - Produksi Konten Instagram Video.....	25
Gambar 11 - Hasil Insights Jangkauan Akun Instagram Mixue Semarang Februari 2022 .....	35
Gambar 12 - Hasil Insights Demografi Instagram Mixue Semarang Februari 2022.....	35
Gambar 13 - Uji Publik Indikator Ide Topik .....	36
Gambar 14 - Uji Publik Indikator Pesan.....	37
Gambar 15 - Uji Publik Indikator Pemahaman Pesan .....	37
Gambar 16 - Uji Publik Indikator Durasi .....	38
Gambar 17 - Uji Publik Indikator Background Lagu .....	38
Gambar 18 - Uji Publik Indikator Kualitas Audio.....	39
Gambar 19 - Uji Publik Indikator Kualitas Visual .....	39
Gambar 20 - Uji Publik Indikator Caption .....	40
Gambar 21 - Uji Publik Indikator Bahasa.....	40
Gambar 22 - Uji Publik Indikator Layak Publikasi .....	41
Gambar 23 - Uji Publik Indikator Etika.....	41
Gambar 24 - Uji Publik Indikator Penyajian Data.....	42