

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**TUGAS *CONTENT CREATOR* DAN *CONTENT COMMUNITY* DALAM  
MENINGKATKAN INTERAKSI *SOCIAL MEDIA* DI RED COMMUNITY**



Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Ahli Madya (A.Md) Dalam Bidang Komunikasi Terapan

**Disusun Oleh :**

**IMMAS ADHITYAMA GHAFFAR**

**D1314056**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III KOMUNIKASI TERAPAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

**SURAKARTA**

**2017**

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

### **TUGAS *CONTENT CREATOR* DAN *CONTENT COMMUNITY* DALAM MENINGKATKAN INTERAKSI *SOCIAL MEDIA* DI RED COMMUNITY**

Disusun Oleh:

NAMA : IMMAS ADHITYAMA GHAFFAR

N I M : D1314056

KONSENTRASI : PERIKLANAN

Disetujui untuk dipertahankan dihadapan Panitia Ujian Tugas Akhir

Program Studi Diploma III Komunikasi Terapan

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, Agustus 2017

Pembimbing,

Drs. Aryanto Budhy Sulihyantoro, M.Si  
NIP. 195811231986031002

## PENGESAHAN

Tugas akhir ini telah diuji dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir

Program Studi D III Komunikasi Terapan

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Hari : .....

Tanggal : .....

Disusun Oleh :

Immas Adhityama Ghaffar

D1314056

Tim Penguji	Nama	Tanda tangan
1. Penguji 1	Bambang Nugroho, S.Sos	.....
2. Penguji 2	Drs. Aryanto Budhy S., M.Si	.....

Mengetahui,

Dekan,

Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni , M.Si  
NIP. 196108251986012001

## PERNYATAAN

Nama : Immas Adhityama Ghaffar

N I M : D1314056

Konsentrasi : Periklanan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir berjudul “TUGAS *CONTENT CREATOR* DAN *CONTENT COMMUNITY* DALAM MENINGKATKAN INTERAKSI *SOCIAL MEDIA* DI RED COMMUNITY” adalah betul-betul karya sendiri. hal-hal yang bukan karya saya, dalam tugas akhir tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan tugas akhir dan gelar yang saya peroleh dari tugas akhir tersebut.

Surakarta, Agustus 2017

Yang Membuat Pernyataan,

Immas Adhityama Ghaffar

## MOTTO

“Bermimpilah seakan kau akan hidup selamanya. Hiduplah seakan kau akan mati  
hari ini”

(James Dean)

## PERSEMBAHAN

Laporan Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada :

1. Orang tua saya yang telah mendukung secara moril dan materiil dalam pendidikan selama ini.
2. Para sahabat dan teman yang telah menghibur dan memberi dorongan kepada saya.
3. Seluruh dosen dan tenaga pengajar yang telah memberi ilmu dan mengajari saya.
4. Keluarga besar Redcomm Indonesia yang telah memberi saya kesempatan untuk melaksanakan magang di tempatnya.
5. Universitas Sebelas Maret.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT karena rahmat, berkah, dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini yang berjudul “Tugas Content Creator Dan Content Community Dalam Meningkatkan Interaksi Social Media Di Red Community”. Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Diploma III Jurusan Ilmu Komunikasi minat Periklanan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret Surakarta tahun 2017.

Selama periode magang yang ditetapkan selama dua bulan, tanggal 13 Februari 2017 hingga 15 Mei 2017, bertempat di Redcomm Indonesia, penulis telah mendapatkan pengalaman dan keahlian baru yang belum didapat di intrakurikuler. Sehingga selama periode magang, penulis belajar dari ahli-ahli *content creator* dan *content community* yang mendukung untuk dijadikan bekal menyusun laporan tugas akhir.

Dalam menempuh pendidikan di Program Diploma III Jurusan Ilmu Komunikasi minat Periklanan, sampai dengan proses penyelesaian Tugas Akhir, banyak pihak yang telah memberikan membimbing, membantu, mengarahkan, dan memfasilitasi penulis, khususnya kepada :

1. Allah SWT atas Rezeki, Rahmat, Berkah, dan Hidayah-Nyalah penulis bisa menyelesaikan Kuliah Kerja Media dan tugas akhir.

2. Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni , M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret yang telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan pendidikan.
3. Mahfud Anshori, S.Sos., M.Si selaku Kepala Prodi D3 yang telah membantu dan membekali mahasiswa saat persiapan magang dan memastikan jalannya magang agar lancar.
4. Drs. Aryanto Budhy Sulihyantoro, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan saran yang membangun dan membimbing penulis selama penyusunan tugas akhir ini.
5. Deniawan Tommy Chandra Wijaya S.Sos. selaku dosen pembimbing akademik yang telah mengarahkan, membimbing, dan memberi solusi penulis selama perkuliahan.
6. Seluruh dosen yang telah mengajar, membimbing, dan membagikan ilmu dan pengalaman kepada penulis selama perkuliahan.
7. Damon Hakim selaku *Chief Executive Officer* dan pimpinan dari Redcomm Indonesia yang telah memberikan penulis kesempatan untuk magang dan mencari pengalaman kerja.
8. Ghofar Ismail, Dara Prayoga selaku Pembimbing Magang di Letterhend Studio yang telah memberikan pengalaman, keahlian baru, dan membimbing, sehingga penulis bisa lancar selama magang berlangsung dan mempunyai bekal untuk penulisan tugas akhir.



9. Rekan-rekan di Redcomm Indonesia yang banyak menginspirasi dan membantu kelancaran penulis untuk menyelesaikan magang.
10. Teman – teman mahasiswa jurusan D3 Komunikasi Terapan minat Periklanan angkatan 2014, yang banyak membantu, menyumbangkan ide, dan memberi semangat untuk kelancaran magang hingga penyusunan tugas akhir ini.
11. Semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung mendukung penulis menyelesaikan tugas akhir ini.

Tugas akhir ini masih terdapat kelemahan atau kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun diharapkan penulis agar penyusunan tugas akhir ini dapat diterima dan bermanfaat untuk menambah wawasan tentang fungsi tipografi untuk penulisan naskah iklan yang efektif.

Surakarta, Agustus 2017

Penulis

Immas Adhityama Ghaffar

D1314056

## RINGKASAN

Dalam penulisan laporan tugas akhir ini memuat penjelasan tentang tugas *content creator dan content community* dalam meningkatkan intraksi pada sosial media. Dari *content creator*, diajarkan cara membuat konten yang baik sesuai dengan targetnya. Ternyata ada banyak hal yang harus dipertimbangkan dalam membuat konten. Sedangkan *content community* memiliki peran untuk mengelola aset brand, menganalisa aset kompetitor, dan mengelola *campaign* yang sedang dijalankan oleh *agency* dan *brand* selama *campaign* berlangsung hingga *campaign* berakhir.

Kata Kunci : *Content creator, content community*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
RINGKASAN .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Tujuan .....	2
C. Manfaat .....	3
D. Waktu dan Tempat Kuliah Kerja Media .....	5
BAB II KERANGKA TEORI DAN FOCUS OF INTEREST .....	6

A. Kerangka Teori .....	6
B. Focus of Interest .....	19
BAB III PROFIL PERUSAHAAN .....	23
A. Kronologis Sejarah Berdirinya .....	23
B. Logo Perusahaan .....	24
C. Visi dan Misi .....	24
D. Struktur Organisasi .....	25
E. Divisi Redcomm Indonesia .....	26
BAB IV PELAKSANAAN MAGANG .....	34
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	59
A. Kesimpulan .....	59
B. Saran .....	60
DAFTAR PUSTAKA .....	62
LAMPIRAN	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Redcomm Indonesia .....	24
Gambar 3.2 Bagan Struktur Organisasi .....	25
Gambar 3.3 Struktur Organisasi <i>Content Creator</i> dan <i>Content Community</i> ....	25
Gambar 3.4 F. Client Redcomm Indonesia .....	33