

ABSTRAK

Penulisan laporan akhir ini bertujuan mendeskripsikan profil Kotakmedia Indonesia beserta kliennya, yaitu Grade Paper Products. Selain itu, laporan akhir ini menguraikan pengembangan strategi konten media sosial baru di Kotakmedia Indonesia dan menganalisis strategi konten media sosial sebelumnya kemudian membandingkannya dengan strategi konten media sosial baru dari Grade Paper Products. Uraian perbandingan antara strategi konten media sosial yang sebelumnya dan yang baru juga akan diberikan. Metode yang digunakan dalam laporan akhir ini adalah kualitatif, dengan fokus studi lapangan dan studi kepustakaan. Studi lapangan dilakukan melalui observasi selama program magang dari 11 Januari hingga 11 April 2021 dengan mengamati langsung, menganalisis, dan mempelajari bagaimana tim *Social Media Management* Kotakmedia Indonesia menjalankan strategi konten media sosial baru Grade Paper Products. Studi pustaka mencakup berbagai bahan yang ada di perpustakaan, seperti dokumen, buku, jurnal, artikel, dan sumber pendukung lainnya di internet untuk memenuhi teori-teori yang dibutuhkan. Strategi konten media sosial baru yang diterapkan Kotakmedia Indonesia mempertimbangkan beberapa faktor, mulai dari konsistensi dalam memposting konten, kualitas konten, kuantitas konten hingga mengadopsi strategi baru yaitu kolaborasi dengan *influencer*. Penerapan strategi baru memiliki dampak signifikan pada laporan *engagement* yang dapat berkontribusi untuk meningkatkan kesadaran merek.

Kata kunci: Kesadaran Merek, Kotakmedia Indonesia, Media Sosial, Strategi Konten

ABSTRACT

This graduating paper aims to describe the profile of Kotakmedia Indonesia along with its client, Grade Paper Products. Moreover, this graduating paper elaborates the new social media content strategy development in Kotakmedia Indonesia and analyzes the previous social media content strategy then compares it to the new social media content strategy of Grade Paper Products. A report of the comparison between the previous and the new social media content strategy also will be given. The method used in this graduating paper is qualitative, focusing on field study and library study. The field study was conducted through observation during the internship program from 11 January to 11 April 2021 by direct observing, analyzing, and learning on how Kotakmedia Indonesia's Social Media Management team carried out the new social media content strategy of Grade Paper Product. The library study covers various materials in the library, such as documents, books, journals, articles, and other supporting sources on the internet to fulfill the theories needed. The new social media content strategy implemented by Kotakmedia Indonesia consider several factors, starting from consistency in posting the content, the content quality, the content quantity until adopted a new strategy which is a collaboration with influencers. The implementation of the new strategy has a significant impact on the engagement report, which can contribute to raising brand awareness.

Keywords: Brand Awareness, Content Strategy, Kotakmedia Indonesia, Social Media