

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@KAMPUS.GRATIS UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPAN
***BOOTCAMP* TAHUN 2024**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
Gelar (A.Md) Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun oleh

SITI ROHAENAH NURKHADIZAH

NIM: 21330112

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2024

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Karya Tugas Akhir : Perancangan Konten Media Sosial Instagram
@KAMPUS.GRATIS Untuk Meningkatkan
Partisipan *Bootcamp* Tahun 2024

Penulis : Siti Rohaenah Nurkhadizah


NIM : 21330112

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, tanggal 17 Juli 2024.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Rizky Kertanegara, M.Si
NIP. 198301152014041001

Anggota 1



Arius Krypton, M.Si
NIDN. 0008048305

Anggota 2



Sartika Ekadyasa M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Karya Tugas Akhir : Perancangan Konten Media Sosial Instagram
@KAMPUS.GRATIS Untuk Meningkatkan
Partisipan Bootcamp

Penulis : Siti Rohaenah Nurkhadizah

NIM : 21330112

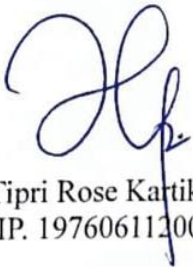
Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Karya Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan

Ditandatangani di Jakarta, 08 Juli 2024

Pembimbing 1



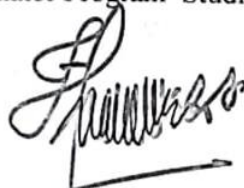
Dr. Tipri Rose Kartika, S.E., M.M
NIP. 197606112009122002

Pembimbing 2



Sartika Ekadyasa M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si.
NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Rohaenah Nurkhadizah
NIM : 21330112
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2021

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KAMPUS.GRATIS UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPAN BOOTCAMP adalah **original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenarnya.

Jakarta, 09 Juli 2024

Yang menyatakan,



Siti Rohaenah Nurkhadizah

NIM.21330112

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas akademik Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Rohaenah Nurkhadizah
NIM : 21330112
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2021

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KAMPUS.GRATIS UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPAN BOOTCAMP.

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 09 Juli 2024

Yang menyatakan,



Siti Rohaenah Nurkhadizah

NIM: 21330112

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Media Sosial Instagram @KAMPUS.GRATIS Untuk Meningkatkan Partisipan *Bootcamp*

Penulis : Siti Rohaenah Nurkhadizah

Pembimbing I : Dr. Tipri Rose Kartika, S.E., M.M

Pembimbing II : Sartika Ekadyasa M.I.Kom

This research discusses the high unemployment rate in Indonesia and the need for EduTech solutions to address the problem. Specifically, this study focuses on the online bootcamp offered by Kampus Gratis and their efforts to increase participation. The study involved 55 respondents who were bootcamp participants and analyzed the data collected through questionnaires using the AISAS Model. The results of this study found that there was an increase in participants of 20.32% from last year, with the fulfillment of the KPI for the percentage of bootcamp participants in 2024 of 17.72%. This is due to the addition of the content pillar trends and interaction pillar. Overall, this study emphasizes the potential of EduTech solutions, such as Kampus Gratis, to address Indonesia's unemployment challenges through innovative online approaches.

Keywords : Instagram, Participants, Bootcamp, Kampus Gratis

Tingkat pengangguran di Indonesia yang tinggi karena ketidaksesuaian keterampilan memerlukan Solusi dari EduTech salah satunya *bootcamp online* seperti program yang diselenggarakan oleh Kampus Gratis. Penulisan Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perancangan konten Media Sosial Instagram @kampus.gratis untuk meningkatkan partisipan *bootcamp*. Responden penelitian ini 55 partisipan *bootcamp*. Data dikumpulkan menggunakan kuisisioner yang hasil konten Tren di analisis dengan Model AISAS. Hasil penelitian ini penulis menemukan adanya peningkatan partisipan sebesar 20.32% dari tahun lalu, dengan pemenuhan KPI persentase jumlah partisipan bootcamp 2024 yaitu sebesar 17.72%. Hal ini disebabkan adanya penambahan *content pillar* tren dan *pillar* interaksi.

Kata Kunci : Instagram , Partisipan, Bootcamp, Kampus Gratis

PRAKATA

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan Pendidikan Diploma-3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai Digital Marketing di Pt. Menara Indonesia (Kampus Gratis)

Laporan Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan Terima kasih banyak kepada

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn. Sekretaris Jurusan Komunikasi
5. Zaenab, SS., M.Si Koordinator Program Studi Periklanan
6. Sartika Ekadyasa M.I.Kom. Sekretaris Progam Studi Periklanan
7. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Pembimbing I
8. Sartika Ekadyasa M.I.Kom. Pembimbing II
9. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh Pendidikan di sini.
10. Pintu surgaku Ibunda Sumarni. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang di berikan. Beliau memang tidak sempat menyelesaikan Pendidikan bangku perkuliahan, namun beliau mampu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar ini.
11. Kepada seseorang yang pernah bersama penulis dan tidak bisa penulis sebut namanya. Terimakasih untuk patah hati yang di berikan. Ternyata perginya

anda dari kehidupan penulis berikan cukup motivasi untuk terus maju dan berproses menjadi pribadi yang mengerti apa itu pengalaman, pendewasaan, sabar dan menerima arti kehilangan sebagai bentuk proses penempaan menghadapi dinamika hidup.

12. Sahabat penulis di bangku perkuliahan yang selalu memberikan dalam tiga tahun ini yaitu Rahma, Adel, Syifa, Edies, Nurfa dan Khodijah yang banyak membantu penulis dalam masa perkuliahan dan dalam mengerjakan Tugas Akhir dan tak pernah henti saling menyemangati.
13. Kepada teman-teman di komisi, terima kasih telah menjadi rumah kedua bagi penulis. Penulis menghargai kesempatan yang telah diberikan untuk berkembang dan memberikan kontribusi yang luar biasa
14. Dan terakhir untuk Siti Rohaenah Nurkhadizah, ya! Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar - besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya. Terimakasih sudah bertahan sampai sejauh ini.

Penulis menyadari masih banyak kekeurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tugas akhir ini.

Jakarta, 09 Juli 2024

Penulis,



Siti Rohaenah Nurkhadizah

NIM. 21330112

DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR	1
LAPORAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penulisan	4
F. Manfaat Penulisan	4
BAB II.....	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Komunikasi	5
1. Definisi Komunikasi.....	5
2. Tujuan dan Fungsi Komunikasi.....	5
3. Integrated Marketing Communication (IMC)	8
4. Media Integrated Marketing Communication :	8
5. <i>Digital Marketing</i>	9
6. Jenis – Jenis <i>Digital Marketing</i>	9
B. Media Sosial.....	10
1. Jenis – Jenis Media Sosial	11
2. Instagram	13
3. Fitur – Fitur Instagram	13

4.	Pengukuran <i>Engagement</i> Media Sosial	16
C.	<i>Bootcamp</i>	17
1.	Jenis – Jenis <i>Bootcamp</i>	17
2.	Partisipan	17
D.	Teori STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>).....	18
1.	<i>Segmenting</i>	18
2.	<i>Targeting</i>	19
3.	<i>Positioning</i>	19
E.	Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, & Threat</i>)	19
1.	<i>Strenght</i> (Kekuatan).....	20
2.	<i>Weaknesses</i> (kelemahan)	20
3.	<i>Opportunity</i> (peluang)	20
4.	<i>Threats</i> (Ancaman)	20
F.	Model <i>AISAS</i>	20
1.	<i>Attention</i>	21
2.	<i>Interest</i>	21
3.	<i>Search</i>	21
4.	<i>Action</i>	21
BAB III	23
METODE PELAKSANAAN	23
A.	Gambaran Umum Perusahaan	23
1.	Tentang Perusahaan	23
2.	Visi & Misi Perusahaan	24
3.	Struktur & Organisasi Perusahaan	25
a.	Website	27
b.	Instagram	27
c.	Tiktok.....	28
d.	Facebook	28
e.	Youtube.....	29
B.	Teknik Pengumpulan Data	29
1.	Observasi	29
2.	Angket / Kuesioner.....	30

3. Studi Pustaka	30
C. Ruang Lingkup	30
1. Peran Penulis	30
2. Kategori Karya	31
3. Ide Kreatif.....	31
D. Langkah Kerja	32
1. Pra Produksi	32
2. Produksi.....	33
3. Pasca Produksi.....	33
BAB IV	34
PEMBAHASAN	34
A. Analisis Penulis.....	34
1. Kondisi Instagram Kampus Gratis	34
2. Analisis Kompetitor	35
3. Analisis STP	37
4. Analisi SWOT	37
B. Proses Perancangan Konten.....	38
1. Tahapan Persiapan	39
2. Tahapan Pelaksanaan.....	41
3. Tahapan Evaluasi.....	44
C. Hasil Kerja	45
1. Edukasi	46
2. Promo	46
3. Tren.....	47
4. Interaksi	47
5. Top Konten	47
D. Analisis AISAS	48
2. <i>Interest</i>	49
3. <i>Search</i>	50
4. <i>Action</i>	51
5. <i>Share</i>	51
E. Analisis Angket / Kuisisioner	53

F. Perbandingan KPI dan Partisipan <i>Bootcamp</i>	54
BAB V.....	57
PENUTUP.....	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran.....	58
1. Bagi Kampus Gratis	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis Swot Kampus Gratis.....	38
Tabel 2 Data Perbandingan Instagram Kampus Gratis dengan Kompetitor	36
Tabel 3 KPI Partisipan <i>Bootcamp</i> Tahun 2024	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia	1
Gambar 2 Logo Kampus Gratis	23
Gambar 3 Struktur Organisasi Perusahaan	25
Gambar 5 Judul Bootcamp Kampus Gratis.....	26
Gambar 6 Website Kampus Gratis	27
Gambar 7 Instagram Kampus Gratis.....	27
Gambar 8 Tiktok Kampus Gratis	28
Gambar 9 Facebook Kampus Gratis	28
Gambar 10 Youtube Kampus Gratis.....	29
Gambar 4 Langkah Kerja	32
Gambar 11 Konten Feed Instagram Kampus Gratis	34
Gambar 12 Proses Pembuatan Konten.....	39
Gambar 13 Content Plan Instagram	39
Gambar 14 Pembuatan Konten Video.....	41
Gambar 15 Editing Konten Video.....	42
Gambar 16 Upload Konten	43
Gambar 17 Contoh Ads Tayang	44
Gambar 18 Data Enggament Kampus Gratis	44
Gambar 19 Dokumentasi Monthly Report.....	45
Gambar 20 Contoh Konten Edukasi	46
Gambar 21 Contoh Konten Promosi.....	46
Gambar 22 Contoh Konten Tren.....	47
Gambar 23 Contoh Konten Hiburan	47
Gambar 24 Konten dengan Jangkauan Tertinggi	47
Gambar 25 Konten dengan Likes Tertinggi	47
Gambar 26 Konten dengan Komentar Tertinggi.....	48
Gambar 27 Contoh Konten Tren (Attention)	49
Gambar 28 Contoh Konten Tren (Interest)	50
Gambar 29 Contoh Konten Tren(Search)	50
Gambar 30 Form Pendaftaran (Action)	51
Gambar 31 Insight Share Konten di Instagram.....	52
Gambar 32 Share Broadcast Partisipan.....	52
Gambar 33 Data Mengetahui Bootcamp melalui Platform Media Sosial.....	53
Gambar 34 Konten yang Menarik Audiens.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Diri	61
Lampiran 2 Lembar Pembimbing I Tugas Akhir	64
Lampiran 3 Lembar Pembimbingan II Tugas Akhir	65
Lampiran 4 Bukti Bimbingan	66
Lampiran 5 Bukti Pekerjaan	67
Lampiran 6 Google Form Pertanyaan Kuisisioner Partisipan Bootcamp	68
Lampiran 7 Google Form Jawaban Kuisisioner Partisipan Bootcamp	69
Lampiran 8 Sertifikat Magang	70
Lampiran 9 Surat Keterangan Magang	71
Lampiran 10 Dokumentasi Sidang Tugas Akhir	71