

LAPORAN TUGAS AKHIR

PROSES PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL TWITTER JAKARTA JOURNEY MEDIA DALAM UPAYA MENINGKATKAN *IMPRESSIONS*

Diajukan sebagai salah satu persyaratan Untuk memperoleh gelar ahli madya
(A.Md.IKom)



Disusun oleh:

Achmad Nur Satrio

Nim: 21330001

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Proses Pembuatan Konten Media Sosial Twitter Jakarta Journey
Media Dalam Upaya Meningkatkan *Impressions*
Penulis : Achmad Nur Satrio
NIM : 21330001
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

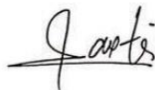
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa....., tanggal 30 Juli 2024

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



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

Anggota 1



Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Anggota 2



Rizky Kertanegara, S.S., M.Si
NIP. 198301152014041001

Mengetahui,



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : PENGARUH TRENDING TOPIK TERHADAP IMPRESSIONS
MEDIA SOSIAL TWITTER JAKARTA JOURNEY MEDIA
Penulis : Achmad Nur Satrio
NIM : 21330001
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

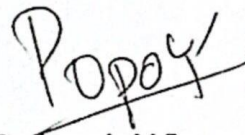
Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, ...9...Juli...2024.

Pembimbing I



Dr. Handika Dany Rahmayanti,
S.Si., M.Si.
NIP. 199410152019032015

Pembimbing II



Ferdiansyah, M.Sn

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 : Achmad Nur Satrio
NIM : 21330001
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2023/2024

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: **PENGARUH TRENDING TOPIK TERHADAP IMPRESSIONS MEDIA SOSIAL TWITTER JAKARTA JOURNEY MEDIA** 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 sebenar-benarnya.

Jakarta, 8 July 2024

Yang menyatakan,



Achmad Nur Satrio
NIM: 21330001

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Achmad Nur Satrio
NIM : 21330001
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2023/2024

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: **PENGARUH TRENDING TOPIK TERHADAP IMPRESSIONS MEDIA SOSIAL TWITTER JAKARTA JOURNEY MEDIA** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

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, 8 July 2024

Yang menyatakan,



Achmad Nur Satrio
NIM: 21330001

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : “PENGARUH *TRENDING* TOPIK TERHADAP *IMPRESSIONS*
MEDIA SOSIAL TWITTER JAKARTA JOURNEY MEDIA”

Penulis : Achmad Nur Satrio

Pembimbing 1 : Dr. Handika Dany Rahmayanti, S.Si., M.SI

Pembimbing 2 : Ferdiansyah, M.Sn

Aimed at increasing Impressions on Twitter Jakarta Journey Media during the period from March to June. In the stage of increasing Impressions, the author relies on trends on Twitter to get the attention of the audience. In creating news content on Twitter, Jakarta Journey Media uses the AISAS theory from pre-production to post-production. There are two data collection methods used in making this final assignment report, namely observation, document study, and interviews so that the data achieved can meet the requirements for obtaining data for creating content that gets impressions, and the results are that the author successfully gets a total of 248k Impressions in a period of 3 months (March-June 2024), which previously only had 497 impressions in a period of 3 months (December 2023-March 2024).

Keyword: twitter, Jakarta Journey media, Impressions, AISAS

Bertujuan untuk meningkatkan *Impressions* yang ada pada Twitter jakarta journey media selama periode bulan Maret hingga bulan Juni. Di tahap untuk meningkatkan *Impressions* penulis mengandalkan *trend* di twitter untuk mendapatkan perhatian para *audience*. Dalam pembuatan Konten berita di twitter Jakarta Journey Media menggunakan teori AISAS mulai dari pra produksi sampai pasca produksi. Terdapat dua metode pengumpulan data yang digunakan dalam pembuatan laporan tugas akhir ini, yaitu observasi, studi dokumen, dan wawancara sehingga data yang dicapai dapat memenuhi syarat untuk mendapatkan data untuk pembuatan konten yang mendapatkan impresi, Dan hasilnya penulis sukses mendapat *total 248k Impressions* dalam jangka waktu 3 bulan (Maret-Juni 2024), Yang sebelumnya hanya ada di angka 497 *impressions* dalam jangka waktu 3 bulan (Desember 2023-Maret 2024).

Kata Kunci: Twitter, Jakarta Journey media, Impressions, AISAS

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Praktik Industri ini dengan baik. Tujuan penulisan Laporan Praktik Industri sebagai kewajiban bagi penulis yang telah melaksanakan praktik industri yang diselenggarakan oleh Politeknik Negeri Media Kreatif.

Tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang tua dan orang terdekat penulis, laporan magang industri ini tidak akan lengkap. Jadi, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang terlibat dalam penulisan laporan ini.

1. Allah SWT yang telah membantu dan memudahkan penulis dalam menulis Laporan Tugas Akhir
2. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M, Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif
3. Dr. Handika Dany Rahmayanti , Wakil Direktur Bidang Akademik dan Selaku Pembimbing 1 Penulis dalam Penyusunan Laporan Tugas Akhir.
4. Ibu, Papah, Tyo, Pipi, Mas Dhika, Kak Dini, Prana, Wawa selaku keluarga penulis yang telah memberikan doa untuk kelancaran Tugas Akhir ini.
5. Dr. Erlan Saefuddin, M. M, Hum, Ketua Jurusan Penerbitan.
6. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn, Sekretaris Jurusan Penerbitan
7. Zaenab, S.S., M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan.
8. Ferdiansyah, M.Sn, Selaku Pembimbing 2 Penulis dalam menyusun Laporan Tugas Akhir
9. Gaza Buana Fajar, Selaku Pembimbing Perusahaan Jakarta Journey Media
10. Erica Margaretha, Selaku sahabat penulis yang membantu dalam memberikan suport dalam perancangan tugas akhir.
11. Ikhsan, Jati, Fadly, Kelvin, Lucky, Dimas selaku sahabat sejati yang selalu memberikan semangat dan motivasi.

12. Rakha, Nadia, Ais, Awan, Hilmi, Sammy, Sekar, Afri, Hafiz selaku teman seperjuangan Polimedia.
13. JKT48, Chelsea fc, Blink 182, Blur, The Adams, Stone Roses, Red Hot Chili Peppers yang telah memberikan hiburan dalam perancangan tugas akhir.
14. Seluruh teman-teman periklanan angkatan 2021, yang berjuang bersama selama 3 tahun Pendidikan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan penulisan Laporan Tugas Akhir ini. Semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 9 Juli 2024

Penulis,



Achmad Nur Satrio

NIM 21330001

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penulisan	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Pemasaran Media Sosial	7
B. SWOT	7
C. Media Sosial	9
D. Twitter	9
1. Fitur Pada Media Sosial Twitter	9
E. Impressions	12
BAB III	13
METODE PELAKSANAAN	13
A. Data Atau Objek Penulisan	13
1. Gambaran Umum Perusahaan	13
2. Lokasi Perusahaan	14
B. Ruang Lingkup	14
1. Peran Penulis	14
2. Kategori Karya	14
C. Teknik Pengumpulan Data	15
1. Observasi	16
1. Pra Produksi (Persiapan)	18
2. Produksi Atau Pelaksanaan	20
3. Pasca Produksi Atau Evaluasi	21

BAB IV	24
PEMBAHASAN	24
A. Analisis STP	24
2. <i>Targeting</i>	25
3. <i>Positioning</i>	25
B. Analisis SWOT	25
C. Analisis AISAS	26
1. <i>Attention</i>	26
2. <i>Interest</i>	27
3. <i>Search</i>	28
4. <i>Action</i>	28
5. <i>Share</i>	30
D. Hasil Pekerjaan	30
1. <i>Berita Trend</i>	31
2. <i>Update Skor Pertandingan Sepak Bola</i>	32
3. <i>Konten Hiburan</i>	33
4. <i>Konten Partnership</i>	33
D. Impressions Twitter Jakarta Journey Media	34
1. <i>Sebelum Di Kelola Oleh Penulis</i>	35
2. <i>Setelah Di Kelola Oleh Penulis</i>	36
E. Top, Middle dan Low Content	37
1. <i>Top Content</i>	37
2. <i>Middle Content</i>	38
3. <i>Low Content</i>	38
F. Konten Sebelum Dan Sesudah Di Kelola Oleh Penulis	39
1. <i>Sebelum</i>	39
2. <i>Setelah</i>	40
PENUTUP	42
A. Kesimpulan	42
B. SARAN	43
DAFTAR PUSTAKA	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah Pengguna Twitter Terbanyak Di Dunia	2
Gambar 2 Twitter Jakarta Journey Media	4
Gambar 3 Analisis SWOT	8
Gambar 4 Logo Perusahaan	13
Gambar 5 Diagram Langkah Kerja.....	17
Gambar 6 List Trending Topic Twitter	18
Gambar 7 Berita Dari Media Massa Online.....	19
Gambar 8 Tools Yang Digunakan Penulis	20
Gambar 9 Hasil Konten.....	21
Gambar 10 Diagram Laporan.....	22
Gambar 11 Dokumentasi Pada Saat Laporan	23
Gambar 12 Infografis SWOT	26
Gambar 13 Visual Desain Dan Insight Data.....	27
Gambar 14 Visual Desain Dan Insight Data.....	27
Gambar 15 Visual Desain Dan Insight Data.....	28
Gambar 16 Visual Desain Dan Insight Data.....	29
Gambar 17 Hasil Share Twitter Jakarta Journey media.....	30
Gambar 18 Visual Berita Trend.....	31
Gambar 19 Visual Desain Skor Sepak Bola	32
Gambar 20 Visual Desain Konten Hiburan.....	33
Gambar 21 Visual Desain Konten Partnership	34
Gambar 22 Data Impressions.....	35
Gambar 23 Data Impressions.....	36
Gambar 24 Top Content Jakarta Journey Media	37
Gambar 25 Middle Content Jakarta Journey Media.....	38
Gambar 26 Low Content Jakarta Journey Media.....	39
Gambar 27 Gambaran Konten Sebelum Di Kelola Penulis	40
Gambar 28 Gambaran Konten Setelah Di Kelola Penulis.....	41