

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM UNTUK
MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* PADA AKUN
INSTAGRAM DETIKHEALTH

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar ahli madya



Disusun Oleh
GHISNA NUR FADHILA
NIM : 19033055

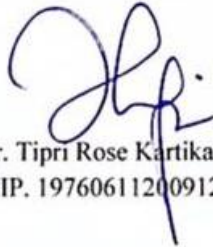
PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2022

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Instagram Untuk Meningkatkan
Engagement Pada Akun Instagram DetikHealth
Penulis : Ghisna Nur Fadhila
NIM : 19033055
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, tanggal 20 Juli 2022.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



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

Anggota 1,



Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB

Anggota 2,



Dyama Khazim, S.E., M.I.Kom
NIP. 199005232019031012

Mengetahui,
Ketua Jurusan Penerbitan



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
NIP. 197508072009121001


LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Instagram Untuk Meningkatkan
Engagement Pada Akun Instagram DetikHealth
Penulis : Ghisna Nur Fadhila
NIM : 19033055
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan


Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta 8 Juli 2022

Pembimbing I

Dyama Khazim, S.E., M.I.Kom
NIP. 199005232019031012

Pembimbing II

Yudha Pradana, M.Pd
NIP. 198610212015041004

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan


Zaerjab, SS., M.Si
NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ghisna Nur Fadhila
NIM : 19033055
Program Studi : Penerbitan
Jurusan : Periklanan
Tahun Akademik : 2021/2022

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Pembuatan Konten Instagram Untuk Meningkatkan *Engagement* Pada Akun Instagram DetikHealth 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 Juli 2022

Yang menyatakan,



Ghisna Nur Fadhila

NIM: 19033055

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Ghisna Nur Fadhila
NIM : 19033055
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2021/2022

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:

Pembuatan Konten Instagram Untuk Meningkatkan *Engagement* Pada Akun Instagram DetikHealth.

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 Juli 2022

Yang menyatakan,



Ghisna Nur Fadhila
NIM: 19033055

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Instagram Untuk Meningkatkan
Engagement Pada Akun Instagram DetikHealth
Penulis : Ghisna Nur Fadhila
Pembimbing I : Dyama Khazim, S.E., M.I.Kom
Pembimbing II : Yudha Pradana, M.Pd

Along with the development of technology from time to time, now print media is slowly starting to be abandoned by its readers. The community demands that they receive news and information as soon as possible. New players in online media or so-called online media have sprung up. One of the online media in Indonesia that is trusted and provides factual information in news production is Detikcom. Detikcom provides information on various topics through several channels, one of which is about health through the DetikHealth channel which has an Instagram account by providing information about health. The existence of social media eventually led to new innovations that were more multimedia in nature and gave rise to content offerings that were not only read but could be heard and watched. For this reason, this Final Project aims to determine the role of Social Media Specialists in creating content for DetikHealth's Instagram account who must be able to understand how to create good content according to existing trends, analyze relevant data and as needed by using observation data collection methods. and online data browsing.

Keywords: *News, online media, website, social media, Social Media Specialist*

Seiring berkembangnya teknologi dari masa ke masa, kini media cetak lambat laun mulai ditinggalkan oleh para pembacanya. Masyarakat menuntut agar mereka menerima berita dan informasi secepatnya. Pemain baru di media daring atau disebut online media bermunculan. Salah satu media daring di Indonesia yang terpercaya dan memberikan informasi faktual dalam produksi beritanya adalah Detikcom. Detikcom menyajikan informasi dengan berbagai macam topik melalui beberapa kanalnya, salah satunya seputar kesehatan melalui kanal DetikHealth yang mempunyai akun Instagram dengan menyajikan informasi seputar kesehatan. Adanya media sosial akhirnya memunculkan inovasi baru yang lebih bersifat multimedia serta memunculkan sajian-sajian konten yang tidak hanya dibaca namun dapat didengar dan ditonton. Untuk itu, Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengetahui peran Social Media Specialist dalam pembuatan konten akun Instagram DetikHealth yang harus dapat memahami bagaimana membuat konten yang baik sesuai dengan tren yang ada, melakukan analisa data-data yang relevan dan sesuai kebutuhan dengan menggunakan metode pengumpulan data observasi dan penelusuran data online.

Kata Kunci: *Berita, media online, website, media sosial, Social Media Specialist*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu. Tujuan penulisan tugas akhir ini untuk memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3 Program Studi Periklanan, Jurusan Penerbitan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Penulis menyusun laporan Tugas Akhir yang berjudul “Pembuatan Konten Instagram Terhadap *Engagement* Akun Instagram DetikHealth”.

Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang terdekat yang berada di sekitar penulis. Untuk itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

1. Dr. Tipri Rose Kartika, S.E., M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Benget Simamora, M.M., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan.
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn., Sekretaris Jurusan Penerbitan.
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom., Sekertaris Program Studi Periklanan.
7. Dyama Khazim, S.E., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing I
8. Yudha Pradana, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing II
9. Vanita Dewi Prastiwi S.Kom, selaku Pembimbing Perusahaan di Detikcom.
10. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
11. Para staf Jurusan Penerbitan dan para karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan layanan administrasi kepada penulis selama di Politeknik Negeri Media Kreatif.

12. Para karyawan di Detikcom, khususnya Ka Disti, Ka Yasmin, Bang Billy, dan Bang Izky yang sudah memberikan arahan, informasi, dan pengetahuan selama penulis melakukan praktik industri.
13. Keluarga penulis, Papa, Mama, Abang dan Adik yang sudah mendukung dan memberikan semangat kepada penulis dalam penyusunan tugas akhir.
14. Kepada sahabat-sahabat penulis, terutama Yasmin, Bagas, Adit, Afiffah, Alya, Meisya, dan Diva terima kasih sudah memberikan semangat dalam pengerjaan tugas akhir ini.
15. Rekan-rekan angkatan 11 Program Studi Periklanan yang telah memberi semangat serta berjuang bersama selama tiga tahun ini.
16. Playlist-playlist Spotify yang telah menemani penulis selama mengerjakan laporan tugas akhir ini.
17. Untuk semua pihak yang sudah membantu dalam memberikan semangat dalam pembuatan tugas akhir ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun akan penulis terima dengan bijak untuk tugas akhir ini.

Jakarta, 8 Juli 2022

Penulis,



Ghisna Nur Fadhila

NIM: 19033055

DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penulisan	7
F. Manfaat Penulisan.....	7
G. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II	10
A. Media Massa	10
1. Konvergensi Media Massa.....	10
2. Komunikasi Media Massa.....	11
B. Analisis SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>)	13
C. Analisis STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>)	14
D. Media Online.....	16
E. Media Sosial	17
1. Definisi Media Sosial	17
2. Karakteristik Media Sosial.....	17
F. Instagram	19

G. Copywriting.....	21
1. Pengertian Copywriting	21
2. Jenis-jenis Copywriting.....	22
H. Creative Writing.....	24
BAB III.....	25
A. Data Perusahaan	25
1. Profil Perusahaan	25
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	26
3. Kanal Detikcom	27
4. Struktur Organisasi Perusahaan	32
5. Lokasi Perusahaan.....	34
B. Teknik Pengumpulan Data	34
C. Ruang Lingkup	35
1. Peran Social Media Specialist.....	35
2. Waktu dan Kegiatan.....	35
3. Jenis Pekerjaan yang Dihasilkan.....	35
D. Langkah Kerja	36
BAB IV	40
A. Gambaran Umum Pekerjaan	40
B. Analisis SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>)	44
C. Kompetitor Review	46
D. Analisis STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>)	47
E. Strategi Pemasaran Digital	48
F. Engagement Report.....	50
G. Top Content (Konten Teratas)	57
H. Peta Okupasi.....	62
BAB V.....	63
A. Simpulan	63
B. Saran.....	64
1. Saran Akademis	64
2. Saran Praktis	64
DAFTAR PUSTAKA	65

DAFTAR LAMPIRAN	67
A. Biodata Penulis	67
B. Salinan Lembar Pembimbingan Tugas Akhir	68
C. Dokumen Pendukung Penyusunan Tugas Akhir.....	70
1. Transkrip Nilai Praktik Industri	70
2. Bukti-bukti Pekerjaan Secara Utuh.....	71
4. Dokumentasi Foto Kegiatan terkait dengan Tugas Akhir.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Penetrasi Media dari Survei Nielsen.....	2
Gambar 2 Survey Akses Berita dari Media Daring.....	3
Gambar 3 Pengguna Instagram di Indonesia 2022.....	5
Gambar 4 Analisis SWOT.....	13
Gambar 5 Analisis STP.....	14
Gambar 6 Logo Detikcom.....	25
Gambar 7 Logo DetikNews.....	27
Gambar 8 Logo DetikFinance.....	27
Gambar 9 Logo DetikHot.....	28
Gambar 10 Logo DetikInet	28
Gambar 11 Logo DetikSport.....	29
Gambar 12 Logo DetikOto.....	29
Gambar 13 Logo DetikTravel.....	29
Gambar 14 Logo DetikHealth.....	30
Gambar 15 Logo DetikFood	30
Gambar 16 Logo Wolipop	31
Gambar 17 Logo 20Detik	31
Gambar 18 Logo DetikFoto.....	31
Gambar 19 Logo DetikX.....	32
Gambar 20 Struktur Organisasi.....	32
Gambar 21 Langkah Kerja.....	36
Gambar 22 Produksi.....	37
Gambar 23 Pasca Produksi.....	37
Gambar 24 Situs Web DetikHealth.....	40
Gambar 25 Akun Instagram DetikHealth.....	41
Gambar 26 Konten Infografis.....	42
Gambar 27 Konten Engagement.....	43
Gambar 28 Reels.....	43
Gambar 29 Dashboard Analisa.io.....	45

Gambar 30 Kompetitor Review Halodoc.....	46
Gambar 31 Kompetitor Review Alodokter_id.....	47
Gambar 32 Race Planning Framework.....	48
Gambar 33 Engagement Rate Bulan Januari.....	51
Gambar 34 Engagement Rate Bulan Februari.....	53
Gambar 35 Engagement Rate Bulan Maret.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1 <i>Key Performance Indicator</i>	38
Tabel 2 Timeline.....	38
Tabel 3 Timeline.....	39
Tabel 4 SWOT Instagram DetikHealth.....	44
Tabel 5 Analisis Kompetitor.....	45
Tabel 6 Engagement Report Bulan Januari.....	50
Tabel 7 Engagement Rate Bulan Januari	52
Tabel 8 Engagement Report Bulan Februari	52
Tabel 9 Engagement Rate Bulan Februari	53
Tabel 10 Engagement Report Bulan Maret	54
Tabel 11 Engagement Rate Bulan Maret	55
Tabel 12 Top Konten Pertama	57
Tabel 13 Top Konten Kedua	58
Tabel 14 Top Konten Ketiga	59
Tabel 15 Top Konten Keempat	60
Tabel 16 Top Konten Kelima	61
Tabel 17 Top Peta Okupasi.....	62