

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**“PROSES *EDITING* KONTEN INSTAGRAM @VIRALMANAGEMENT  
DALAM UPAYA PENINGKATAN *ENGAGEMENT*”**

**Diajukan sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Ahli Madya**



**Disusun oleh :**

**Aufa Nurfauzan**

**NIM : 20330033**

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN**

**JURUSAN PENERBITAN**

**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA**

**2023**

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Proses *Editing* Konten Instagram @viralmanagement  
Dalam Upaya Peningkatan Engagement

Penulis : Aufa Nurfauzan

NIM : 20330033

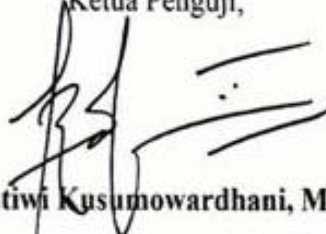
Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir  
di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada hari Selasa, 1 Agustus 2023.

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



**Pratiwi Kusumowardhani, M.Ds.**

NIP. 198512082014042002

Anggota 1



**Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB**

NIP.0704050023

Anggota 2



**Dr. Tipri Rose Karjika, MM**

NIP. 197606112009122002

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Penerbitan



**Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum**

NIP. 199211132019032025

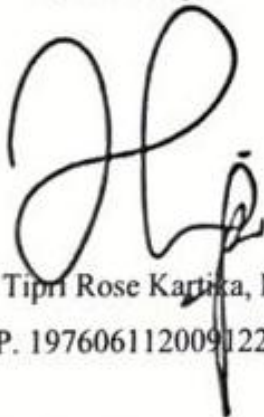
## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Proses *Editing* Konten Instagram @viralmanagement  
Dalam Upaya Peningkatan Engagement  
Penulis : Aufa Nurfauzan  
NIM : 20330033  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

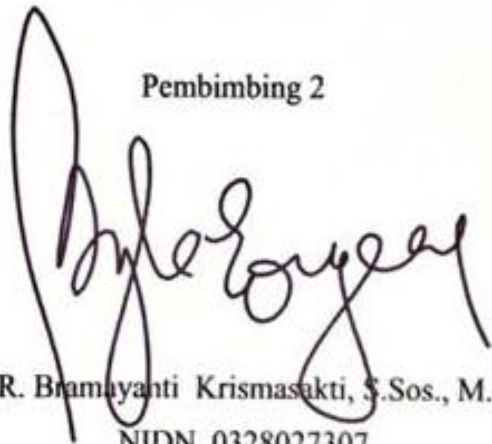
Ditandatangani di Jakarta, 18 Juli 2023

Pembimbing 1



Dr. Tipri Rose Kartika, MM.  
NIP. 197606112009122002

Pembimbing 2



RR. Bramayanti Krismasukti, S.Sos., M.Si.  
NIDN. 0328027307

Mengetahui,

Ketua Jurusan Penerbitan



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

## PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aufa Nurfauzan  
NIM : 20330033  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2022 - 2023

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: “Proses *Editing* Konten Instagram @viralmanagement Dalam Upaya Peningkatan *Engagement*” adalah **original, belum pernah dibuat oleh pihak lain dan bebas dari plagiarisme.**

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

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 18 Juli 2023



Aufa Nurfauzan

NIM: 20330033

## PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Afa Nurfauzan

NIM : 20330033

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tahun Akademik : 2022 – 2023

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

“Proses *Editing* Konten Instagram @viralmanagement Dalam Upaya Peningkatan *Engagement*”

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalih media/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, 18 Juli 2023

Yang menyatakan,



Aufa Nurfauzan

NIM: 20330033

## ABSTRAK

- Judul Tugas Akhir : “Proses Editing Konten Instagram @viralmanagement Dalam Upaya Peningkatan *Engagement*”
- Pembimbing 1 : Dr. Tipri Rose Kartika, S.E., M.M.
- Pembimbing 2 : RR. Bramayanti Krismasakti, S.Sos., M.Si.

*In the era modern at this time the development of Technology, Information and Communication (ICT) is growing very rapidly. One of them is social media and platform communications such as Facebook, Instagram, WhatsApp, and Twitter. Social media and communication platform has played a big role in accelerating communication and information exchange. One of the company that takes advantage of technological developments, especially social media, is PT. AHHA Indonesia Berkarya. PT. AHHA Indonesia Berkarya is holding company owned by Atta Halilintar which has several business units such as fashion, music, social media, F&B and focuses on the world of creative content. Therefore, a social media division is needed to manage all existing social media. The social media division itself is divided into several sections such as creative, designer, and editor videos. Author's role as editor videos in the social media division to help overcome problems in the @viralmanagement account, namely the lack of innovation and engagement to the account and also the consistency of uploads per day. The method that the author uses in overcoming this problem is to make interesting visual editing, and also consistently upload it every day. In addition, one way to overcome this is to use the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) method.*

*Keywords : Editor, Social Media, Instagram, Engagement, PT. AHHA Indonesia Berkarya*

Dalam era *modern* ini perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi (TIK) berkembang sangat pesat. Salah satunya adalah media sosial dan *platform* komunikasi seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan Twitter. Media sosial dan *platform* komunikasi ini telah memainkan peran besar dalam mempercepat komunikasi dan pertukaran informasi. Salah satu perusahaan yang memanfaatkan perkembangan teknologi terutama media sosial adalah PT. AHHA Indonesia Berkarya. PT. AHHA Indonesia Berkarya adalah *holding company* milik Atta Halilintar yang memiliki beberapa unit bisnis seperti *fashion*, musik, media sosial, *F&B* dan berfokus pada dunia konten kreatif. Oleh karena itu, dibutuhkannya divisi media sosial untuk mengelola semua media sosial yang ada. Divisi media sosial itu sendiri terbagi menjadi beberapa bagian seperti *creative*, desainer, dan *editor* video. Peran penulis sebagai *editor* video di divisi media sosial untuk membantu mengatasi permasalahan dalam akun @viralmanagement, yaitu kurangnya inovasi dan *engagement* terhadap akun tersebut dan juga konsistensi upload perhari. Metode atau cara yang penulis gunakan dalam mengatasi permasalahan tersebut adalah membuat visual editing yang menarik, dan juga konsisten upload setiap harinya. Selain itu, salah satu cara mengatasi hal itu, adalah menggunakan metode SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats)

Kata Kunci : *Editor, Media Sosial, Instagram, Engagement, PT. AHHA Indonesia Berkarya*

## PRAKATA

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

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *Editor* Media Sosial di PT. AHHA Korpora Indonesia yang berfokus pada konten klien StarHits. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan tugas akhir berjudul “Proses Editing Konten Instagram @viralmanagement Dalam Upaya Peningkatan *Engagement*”.

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 kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, S.E., M.M. Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Nova Darmanto, M.Si., 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. Mas Aldi sebagai Head HRD di PT. AHHA Korpora Indonesia.
7. Rizki Fatmawati sebagai Head Social Media di PT. AHHA Korpora Indonesia.
8. Ibu Dr. Tipri Rose Kartika, S.E., M.M. selaku pembimbing 1
9. Ibu RR. Bramayanti Krismasakti, S.Sos., M.Si. selaku pembimbing 2
10. Para staf Jurusan Penerbitan dan para karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan layanan administrasi kepada penulis selama di Politeknik Negeri Media Kreatif.
11. Untuk Ayah, Bunda dan adik yang selalu men support penulis dalam mengerjakan TA ini.
12. Rekan-rekan Angkatan 11 Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama-sama selama tiga tahun.
13. Teman-temanku tercinta Angelina, Nabila, Nover yang selalu membantu

dan support penulis dalam Menyusun TA.

14. Galuh Dwika yang selalu membantu dan support penulis dalam Menyusun naskah TA.
15. Teman-temanku di PT. AHHA Korpora Indonesia yang selalu menghibur di tempat kerja.

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

Jakarta, 18 Juli 2023

Penulis,



Aufa Nurfauzan

NIM. 20330033



## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| LAPORAN TUGAS AKHIR .....   | 1    |
| LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....                                | ii   |
| LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....                        | iii  |
| PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS<br>PLAGIARISME..... | iv   |
| PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....                           | v    |
| ABSTRAK .....   | vi   |
| PRAKATA.....  | vi   |
| DAFTAR ISI .....  | viii |
| DAFTAR TABEL .....  | x    |
| DAFTAR GAMBAR .....   | xi   |
| DAFTAR LAMPIRAN.....  | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN .....   | 1    |
| A. Latar Belakang .....   | 1    |
| B. Identifikasi Masalah .....                                     | 5    |
| C. Batasan Masalah.....   | 5    |
| D. Rumusan Masalah .....  | 5    |
| E. Tujuan Penulisan.....  | 5    |
| F. Manfaat Penulisan.....   | 6    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                                     | 7    |
| A. Komunikasi .....   | 7    |
| B. Periklanan.....  | 10   |
| C. Digital Marketing.....   | 11   |

|  |           |
|--|-----------|
| D. New Media .....                                 | 13        |
| E. Media Sosial.....                               | 15        |
| F. Instagram .....                                 | 18        |
| G. Konten.....                                     | 22        |
| H. <i>Engagement</i> .....                         | 23        |
| I. <i>Editing</i> .....                            | 24        |
| J. <i>Editor</i> .....                             | 32        |
| <b>BAB III METODE PELAKSANAAN .....</b>            | <b>34</b> |
| A. Data Perusahaan.....                            | 34        |
| B. Teknik Pengumpulan Data .....                   | 39        |
| C. Ruang Lingkup .....                             | 40        |
| D. Langkah Kerja.....                              | 41        |
| <b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>                     | <b>43</b> |
| A. Gambaran Umum.....                              | 43        |
| B. Gambaran Umum Pekerjaan .....                   | 44        |
| C. Analisis Before & After .....                   | 44        |
| D. Alur Pekerjaan <i>Editor</i> Media Sosial ..... | 50        |
| E. Proses <i>Editing</i> .....                     | 56        |
| G. Komparasi Praktik dengan Teori .....            | 65        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                         | <b>69</b> |
| A. Kesimpulan.....                                 | 69        |
| B. Saran .....                                     | 70        |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                              | <b>74</b> |

## **DAFTAR TABEL**

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1 KPI Post Harian .....            | 45 |
| Tabel 2 Tabel Jumlah Post Perbulan ..... | 46 |
| Tabel 3 Jumlah Engagement Akun .....     | 47 |
| Tabel 4 Relevansi Teori .....            | 66 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1 Data Pengguna Instagram Periode 2020-2022 .....                     | 2  |
| Gambar 2 Data Gender dan Usia Pengguna .....                                 | 2  |
| Gambar 3 Proses Cut .....  | 30 |
| Gambar 4 Proses Fade in Fade Out .....                                       | 30 |
| Gambar 5 Proses Dissolve .....   | 31 |
| Gambar 6 Logo Perusahaan .....   | 34 |
| Gambar 7 Logo AHHA Records .....   | 36 |
| Gambar 8 Sosmed AHHA Hijab .....   | 36 |
| Gambar 9 Logo AHHA Media .....   | 37 |
| Gambar 10 Logo Viral Management .....  | 37 |
| Gambar 11 Logo Hati Baik .....   | 38 |
| Gambar 12 Struktur Perusahaan PT. AHHA Korpora Indonesia .....               | 38 |
| Gambar 13 Struktur Perusahaan Divisi Sosmed PT. AHHA Korpora Indonesia ..... | 38 |
| Gambar 14 Proses Langkah Kerja Editor .....                                  | 42 |
| Gambar 15 Hasil Engagement Bulan November .....                              | 46 |
| Gambar 16 Total Engagement/Reach pada Bulan Februari .....                   | 47 |
| Gambar 17 Hasil Editing Sebelum Dikelola Penulis .....                       | 48 |
| Gambar 18 Hasil Editing Sebelum Dikelola Penulis .....                       | 48 |
| Gambar 19 Hasil Editing Penulis .....  | 49 |
| Gambar 20 Hasil Insight .....  | 50 |
| Gambar 21 Alur Editing Video .....   | 50 |

|  |    |
|--|----|
| Gambar 22 Penerimaan Brief .....                         | 51 |
| Gambar 23 Menyiapkan Bahan .....                         | 51 |
| Gambar 24 Screenshoot Cuplikan Video Youtube .....       | 52 |
| Gambar 25 Proses Editing .....                           | 52 |
| Gambar 26 Proses Pengiriman Konten Kepada Creative ..... | 53 |
| Gambar 27 Proses Pengiriman Konten Kepada Creative ..... | 53 |
| Gambar 28 Alur Editing Gambar/Grafis .....               | 54 |
| Gambar 29 Penerimaan Brief .....                         | 54 |
| Gambar 30 Menyiapkan Bahan untuk di Edit .....           | 55 |
| Gambar 31 Proses Editing .....                           | 55 |
| Gambar 32 Proses Pengiriman Konten Kepada Creative ..... | 56 |
| Gambar 33 Proses Pembuatan File .....                    | 57 |
| Gambar 34 Import Bahan yang akan di Edit .....           | 57 |
| Gambar 35 Import Bahan yang akan di Edit .....           | 58 |
| Gambar 36 Proses Menentukan Timecode .....               | 58 |
| Gambar 37 Proses Penambahan Cover .....                  | 59 |
| Gambar 38 Proses Penambahan Subtitle .....               | 59 |
| Gambar 39 Proses Penambahan Logo Viral Management .....  | 60 |
| Gambar 40 Proses Penambahan efek Dip to Black .....      | 60 |
| Gambar 41 Proses Export Video .....                      | 60 |
| Gambar 42 Proses Membuka File Template .....             | 61 |
| Gambar 43 Proses Memasukan Bahan yang Akan Di-Edit ..... | 61 |

|  |    |
|--|----|
| Gambar 44 Proses Memotong Gambar Menggunakan Pen Tool dan Make Selection ..... | 62 |
| Gambar 45 Proses Memotong Gambar Menggunakan Pen Tool dan Make Selection ..... | 62 |
| Gambar 46 Proses Memotong Gambar Mengganti Nama .....                          | 63 |
| Gambar 47 Proses Export File Dengan Format PNG .....                           | 63 |
| Gambar 48 Hasil Proses Kerja .....   | 64 |
| Gambar 49 Hasil Proses Kerja dan Insight .....                                 | 64 |
| Gambar 50 Hasil Proses Kerja dan Insight .....                                 | 65 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|  |    |
|--|----|
| A. Lampiran 1 Biodata Penulis .....                          | 73 |
| B. Lampiran 2 Salinan Lembar Bimbingan Tugas Akhir .....     | 74 |
| C. Lampiran 3 Dokumen Pendukung Penyusunan Tugas Akhir ..... | 75 |