

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN KONTEN *INTERAKTIF* INSTAGRAM
***@lifestylefashionchannel* UNTUK MENINGKATKAN**
ENGAGEMENT AUDIENCE

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun Oleh

QORI'ATIN NAFI'AH

20330113

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2023

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten *Interaktif* Instagram
@lifestylefashionchannel Untuk
Meningkatkan *Engagement Audience*

Penulis : Qori'atin Nafi'ah
NIM : 20330113
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa, 25 Juli 2023.

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn
NIP.197906242006041001

Anggota 1,



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

Anggota 2,



Zaenab, S., M.Si
NIP.199211132019032025

Mengetahui,
Ketua Jurusan Penerbitan



Dr. Erlan Saefuddin M.Hum
NIP. 197508072009121001

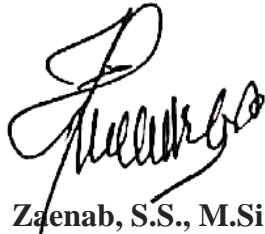
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten *Interaktif* Instagram
@*lifestylefashionchannel* Untuk Meningkatkan
Engagement Audience
Penulis : Qori'atin Nafi'ah
NIM : 20330113
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 25 Juli 2023

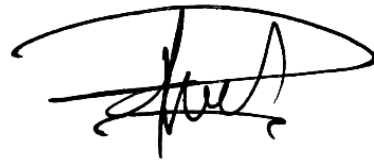
Pembimbing I



Zaenab, S.S., M.Si

NIP. 199211132019032025

Pembimbing II



Pahala Basuki, S.Kom

Mengetahui,

Pembimbing I



Zaenab, S.S., M.Si

NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Qori'atin Nafi'ah
NIM : 20330113
Program Studi : Penerbitan
Jurusan : PeriklananTahun
Akademik : 2022/2023

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: “Pembuatan Konten *Interaktif* Instagram @*lifestylefashionchannel* Untuk Meningkatkan *Engagement Audience*” 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, 23 Juli 2023

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow 10,000 Rupiah Indonesian banknote. The signature is cursive and appears to read 'Qori'atin Nafi'ah'. The banknote features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH' and 'F89AKX 350810959'.

Qori'atin Nafi'ah

NIM : 20330113

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Qori'atin Nafi'ah
NIM : 20330113
Program Studi : Penerbitan
Jurusan : Periklanan
Tahun Akademik : 2022/2023

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: “Pembuatan Konten *Interaktif* Instagram @*lifestylefashionchannel* Untuk Meningkatkan *Engagement Audience*”.

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif 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, 23 Juli 2023

Yang menyatakan,



Qori'atin Nafi'ah

NIM :20330113

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten *Interaktif* Instagram @*lifestylefashionchannel* Untuk Meningkatkan *Engagement Audience*
Ditulis Oleh : Qori'atin Nafi'ah
Prodi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Pembimbing I : Zaenab
Pembimbing II : Pahala Basuki

Technological developments have made a number of television stations participate in promoting program programs through Instagram social media, one of which is Lifestyle & Fashion. Lifestyle & Fashion is a lifestyle, celebrity and fashion television station for 24 hours non-stop. However, one of the problems experienced by Lifestyle & Fashion in managing Instagram is the low engagement rate and the lack of content that attracts the attention of the audience, such as interactive content. Therefore, Lifestyle & Fashion also makes strategies to interact with its audience by creating interactive content that is presented with various kinds of interactive content such as Q&A, Quotes, Tips & Tricks, News/info, and so on. In its implementation, the data collection method used is Observation and Literature Study. The result of creating this interactive content is to find out that having appropriate interactive content will result in an increase in the engagement rate on Instagram Lifestyle & Fashion.

Keywords : Social Media, Instagram, Content Interaktif, Content Creator, Engagement Rate

Perkembangan teknologi membuat sejumlah stasiun televisi ikut terjun dalam mempromosikan program acara melalui media sosial Instagram salah satunya *Lifestyle & Fashion*. *Lifestyle & Fashion* adalah stasiun televisi program gaya hidup, selebriti, dan fashion selama 24 jam nonstop. Namun salah satu permasalahan yang dialami oleh *Lifestyle & Fashion* dalam mengelola Instagram adalah rendahnya *engagement rate* dan masih kurangnya konten yang menarik perhatian audiens seperti konten *interaktif*. Oleh karena itu, *Lifestyle & Fashion* pun melakukan strategi untuk berinteraksi dengan audiensnya dengan cara membuat konten *interaktif* yang disajikan dengan berbagai macam konten *interaktif* seperti Q&A, *Quotes*, *Tips&Trik*, Berita/info, dan lain sebagainya. Dalam pelaksanaannya, metode pengumpulan data yang digunakan adalah Observasi dan Studi Pustaka. Hasil dari pembuatan konten *interaktif* ini adalah untuk mengetahui bahwa adanya konten *interaktif* yang sesuai akan menghasilkan peningkatan *engagement rate* pada Instagram *Lifestyle & Fashion*.

Kata Kunci : Media Sosial, Instagram, Konten Interaktif, Content Creator, Engagement Rate

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Penulisan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu yang dibuat sebagai bentuk untuk memenuhi salah satu persyaratan bagi penulis untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3 (Tiga) Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif yang berjudul “Pembuatan Konten *Interaktif* Instagram @lifestylefashionchannel Untuk Meningkatkan *Engagement Audience*”

Penulis menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dapat terlaksana dengan baik, kelancaran serta dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu :

1. Allah SWT yang telah memberikan kenikmatan jasmani dan rohani serta memberikan kesempatan hidup
2. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan do'a, perhatian, dan nasehat dan Kakak tercinta yang telah membantu serta memotivasi selama menyusun Laporan Tugas Akhir
3. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif
4. Nova Darmanto, M.Si selaku Wakil Direktur Bidang Akademik
5. Dr. Erlan Saefuddin, SS., M.Hum. selaku Ketua Jurusan Penerbitan
6. Zaenab, S.S., M.Si., selaku koordinator Program Studi Periklanan
7. Zaenab, S.S., M.Si., selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan saran yang diberikan kepada penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik
8. Pahala Basuki, selaku dosen pembimbing 2 yang telah sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini

9. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
10. A.Angga.R yang selalu menemani, memberi semangat, serta dukungan selama penulis menyusun laporan Tugas Akhir ini hingga selesai
11. Sahabat-sahabat tercintah yaitu : Karina, Icha, Oriza, dan Shela yang telah membantu hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini, dan selalu memberikan saran positif kepada penulis
12. Teman-teman Magang yaitu : Chani, Siti, dan Ravenna yang telah memberikan semangat selama penulis menyusun Tugas Akhir
13. Serta banyak pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan tugas akhir ini masih banyak terdapat kekurangan, untuk itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dalam penyempurnaan laporan penulisan tugas akhir ini. Semoga Laporan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat, baik berupa inspirasi maupun motivasi bagi pembaca.

Jakarta, 23 Juli 2023



Qori'atin Nafi'ah

20330113

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	v
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR	vi
DAN BEBAS PLAGIARISME	vi
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penulisan.....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Komunikasi	9
1. Pengertian Komunikasi	9
2. Fungsi Komunikasi.....	10

3. Tujuan Komunikasi	11
B. Media Sosial.....	12
1. Pengertian Media Sosial	12
2. Pemasaran Media Sosial.....	13
C. Instagram.....	15
D. Desain Grafis.....	18
1. Pengertian Desain Grafis	18
2. Komponen Konten Visual	18
3. Prinsip Dasar Desain Grafis	21
E. Konten <i>Interaktif</i>	22
1. Definisi Konten <i>Interaktif</i>	22
2. Manfaat Konten Interaktif	23
3. Jenis-jenis Konten Interaktif	24
F. <i>Engagement</i>	26
1. Definisi <i>Engagement</i>	26
2. <i>Engagement</i> pada Media Sosial	27
3. <i>Indikator Engagement</i> pada Media Sosial.....	27
4. <i>Indikator Engagement</i> pada Instagram.....	28
G. <i>Engagement Rate</i>	29
H. STP (Segmentasi, Targeting, Positioning).....	30
1. Segmentasi Pasar	30
2. Targeting (Target Pasar).....	31
3. Positioning.....	31
I. SWOT (Strenght, Weakness, Opportunities, Threats).....	32
1. <i>Strenght</i> (Kekuatan)	32

2. <i>Weakness</i> (Kelemahan)	33
3. Opportunities (Peluang)	33
4. <i>Threats</i> (Ancaman)	33
J. AIDA.....	34
BAB III	35
METODE PELAKSANAAN	35
A. Data Perusahaan	35
1. Sekilas tentang MNC Channels.....	35
2. Struktur MNC Channels	37
3. Struktur Organisasi Departement Promotion	38
4. Visi Misi	39
5. Informasi Umum Perusahaan	39
6. TV Program Channels	40
B. Teknik Pengumpulan Data.....	44
1. Observasi	44
2. Studi Pustaka	45
C. Ruang Lingkup.....	46
1. <i>Content Creator Promotion</i>	46
2. Waktu dan Kegiatan	47
D. Kategori Karya	47
E. Ide Kreatif	49
F. Langkah Kerja.....	50
1. Pra-Produksi	50
2. Produksi.....	51
3. Pasca Produksi.....	53

BAB IV	54
PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum	54
1. Gambaran Umum Pekerjaan	54
B. Alur Pekerjaan.....	57
1. <i>Pra Produksi</i> (Persiapan)	57
2. <i>Produksi</i> (Pelaksanaan)	60
3. <i>Pasca Produksi</i> (Evaluasi)	63
C. Analisis Penulis.....	64
1. Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning).....	64
2. Analisis SWOT (Strenght, Weakness, Opportunities, Threats)	66
3. Analisis Visual Konten Media Sosial Instagram Lifestyle & Fashion....	69
4. Analisis Alur Kerja (AIDA)	84
5. Analisis <i>Engagement Rate</i>	89
6. Perbandingan <i>Insight</i> Awal dan Akhir	90
D. Komparasi Teori.....	91
BAB V PENUTUP.....	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Growth Performance Lifestyle & Fashion	5
Gambar 2 Logo MNC Channels	37
Gambar 3 Struktur MNC Channels.....	37
Gambar 4 Struktur Departement Promotion	38
Gambar 5 Bagan Langkah Kerja.....	50
Gambar 6 Logo Lifestyle&Fashion Channel	55
Gambar 7 Sosial Media Instagram @lifestylefashionchannel	56
Gambar 8 Alur Pekerjaan Content Creator	57
Gambar 9 Alur Pekerjaan Pra Produksi	57
Gambar 10 Job Request dari User.....	58
Gambar 11 Brainstroming dengan User.....	59
Gambar 12 Editorial Plan Bulan Febuari 2023	59
Gambar 13 Editorial Plan Bulan Maret 2023.....	60
Gambar 14 Editorial Plan Bulan April 2023.....	60
Gambar 15 Alur Pekerjaan Pra Produksi	60
Gambar 16 Canva untuk pengerjaan Desain	61
Gambar 17 Priview Desain kepada User	62
Gambar 18 Present to User Approvel	63
Gambar 19 Langkah Pekerjaan Pasca Produksi.....	63
Gambar 20 Insight Postingan Instagram @lifestylefashionchannel	64
Gambar 21 Konten Interaktif	70
Gambar 22 Konten Q & A	72
Gambar 23 Konten Quotes 1	74
Gambar 24 Konten Quotes 2.....	76
Gambar 25 Konten Greeting 1	78
Gambar 26 Konten Greeting 2	80
Gambar 27 Konten Greeting 3	82
Gambar 28 Attention pada konten “Outfit Wanita Fashionable 2023”	85
Gambar 29 Interest pada kobten “3 Olahraga kekinian”	86
Gambar 30 Desire pada konten “DID YOU KNOW”	87
Gambar 31 Action pada konten Q & A.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis SWOT Instagram @lifestylefashionchannel	66
Tabel 2 Analisis SWOT Instagram @eatandgo.channel.....	67
Tabel 3 Jenis Konten yang di Posting	69
Tabel 4 Insight Konten Informatif	70
Tabel 5 Analisis Elemen Konten Visual Konten Informatif.....	71
Tabel 6 Insight Konten Q & A.....	72
Tabel 7 Analisis Elemen Konten Visual Konten Q & A	73
Tabel 8 Insight Konten Inspirasi 1	74
Tabel 9 Analisis Elemen Konten Visual Konten Inspirasi 1.....	75
Tabel 10 Insight Konten Inspirasi 2	76
Tabel 11 Analisis Elemen Konten Visual Konten Inspirasi 2.....	77
Tabel 12 Insight Konten Greetings 1	78
Tabel 13 Analisis Elemen Konten Visual Konten Greetings 1	79
Tabel 14 Insight Konten Greeting 2.....	80
Tabel 15 Analisis Elemen Konten Visual Konten Greeting 2	81
Tabel 16 Insight Konten Greeting 3.....	82
Tabel 17 Analisis Elemen Konten Visual Konten Greeting 3	83
Tabel 18 Top Post	89
Tabel 19 Insight Awal Instaram @lifestylefashionchannel	90
Tabel 20 Insight Akhir Instaram @lifestylefashionchannel	90
Tabel 21 Komparasi Teori	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Bimbingan	97
Lampiran 2 Lembar Bimbingan 1	98
Lampiran 3 Lembar Bimbingan 2	99
Lampiran 4 Surat Keterangan Magang	100
Lampiran 5 Dokumentasi Kegiatan Praktik Industri	101