

LAPORAN TUGAS AKHIR
“ PEMBUATAN DESAIN INTERAKTIF DALAM
MENINGKATKAN ENGGAGEMENT RATE PADA INSTAGRAM
@TSELJABOTABEKJABAR“

Diajukan sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun Oleh :

Cempaka Riyandri Nuhrian

19033032

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA

2022

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Desain Interaktif Dalam Meningkatkan Engagement Rate Pada Instagram @tseljabotabekjabar

Penulis : Cempaka Riyandri Nuhrian

NIM : 19033032

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Jumat , tanggal 08 Juli 2022

Disahkan oleh,

Ketua Penguji



Ingrid Veronica K.H., S.S., M.Pd

Nidn. 0022027600

Anggota 1



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom

NIP. 198812222020122006

Anggota 2

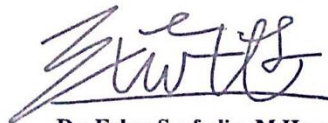


**Dyama Khazim Setyadi, S.E.,
M.I.Kom**

NIP. 199005232019031012

Mengetahui,

Ketua Jurusan Penerbitan



Dr. Erlan Sarfudin, M.Hum

NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Desain Interaktif Dalam Meningkatkan Engagement Rate Pada Instagram @tseljabotabekjabar

Penulis : Cempaka Riyandri Nuhrian

NIM : 19033032

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani pada tanggal 08 Juli 2022

Pembimbing 1



**Dyama Khazim Setyadi, S.E.,
M.I.Kom**

NIP. 199005232019031012

Pembimbing 2



Yudha Pradana, M.Pd

NIP. 198610212015041004

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Periklanan



Zachab, S.S., M.Si

NIP. 199211132019032025

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS
PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Cempaka Riyandri Nuhrian
NIM : 19033032
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2019 - 2022

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul "PEMBUATAN DESAIN INTERAKTIF DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT RATE PADA INSTAGRAM @TSELJABOTABEKJABAR" adalah **original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana di 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, 08 Juli 2022

Yang menyatakan,



Cempaka Riyandri Nuhrian

19033032

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Cempaka Riyandri Nuhrian

NIM : 19033032

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tahun Akademik : 2019 - 2022

Dengan 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 Desain Interaktif Dalam Meningkatkan Engagement Rate Pada Instagram @tseljabotabekjabar”**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif 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, 08 Juli 2022

Yang menyatakan,

Cempaka Riyandri Nuhrian

19033032

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Desain Interaktif Dalam Meningkatkan Engagement Rate Pada Instagram @tseljabotabekjabar

Penulis : Cempaka Riyandri Nuhrian

Pembimbing 1 : Dyama Khazim, S.E., M.I.Kom

Pembimbing 2 : Yudha Pradana, M. Pd

Abstract

In the current era, especially during the Covid-19 pandemic, the internet is very important for society. Through the internet, people can access freely in various places. On Instagram @tseljabotabekjabar the lack of interaction content such as quiz content, *giveaway*, quotes, and so on, thus there is no increase in the engagement rate on Instagram @tseljabotabekjabar. So the formulation of the problem in this final project is how to make interactive designs in increasing engagement rate on Instagram @tseljabotabekjabar. To find out how to increase the engagement rate, the author uses the theory of AIDA, SWOT, and STP analysis. Based on the theoretical analysis above, to increase the engagement rate on Instagram @tseljabotabekjabar, an interactive design optimization strategy is needed. In this case, the strategy implemented is to apply 2 principles, namely, layout and components.

Keywords: Engagement Rate, AIDA, SWOT, STP, @ tseljabotabekjabar

Abstrak

Di era saat ini khususnya saat pandemic Covid-19 internet sangatlah penting bagi masyarakat. Melalui internet masyarakat dapat mengakses bebas diberbagai tempat. Pada instagram @tseljabotabekjabar kurangnya konten interaksi seperti konten kuis, *giveaway*, quotes, dan lain sebagainya, dengan begitu tidak adanya peningkatan engagement rate pada instagram @tseljabotabekjabar. Maka rumusan masalah pada tugas akhir ini adalah bagaimana pembuatan desain interaktif dalam meningkatkan engagement rate pada instagram @tseljabotabekjabar. Untuk mengetahui cara meningkatkan engagement rate penulis menggunakan teori analisis AIDA, SWOT, dan STP. Berdasarkan Analisis Teori diatas Untuk meningkatkan engagement rate pada instagram @tseljabotabekjabar diperlukan strategi optimasi desain interaktif. Dalam hal ini strategi yang dilakukan menerapkan 2 hal prinsip yaitu, layout dan komponen.

Kata Kunci : Engagement Rate, AIDA, SWOT, STP, @tseljabotabekjabar

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang tua dan orang-orang terdekat yang berada di sekitar penulis. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penulisan Tugas Akhir ini.

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Drs. 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. Elza D. Siregar selaku Manager GTM & Marketing Communication Jabotabek-Jabar yang telah menerima penulis magang di PT. Telkomsel.
7. Dwinanda R. Nugroho dan Adi Dwi Anggoro selaku pembimbing perusahaan di PT. Telkomsel
8. Mas Dyama dan Pak Yudha selaku Pembimbing Akademis penyusunan Tugas Akhir ini.
9. Keluarga tercinta terutama Mama dan Ayah yang selalu support dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
10. Andika Pratama Yuga selaku tunangan yang selalu support dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
11. Sahabat-sahabat ku di grup Apeye, grup FC People dan Temanku seperjuangan selama magang di PT. Telkomsel.

12. Rekan-rekan angkatan 11 Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama-sama selama tiga tahun ini.

Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 08 Juli 2022

Penulis,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'C' followed by several loops and a final flourish.

Cempaka Riyandri Nuhrian
NIM. 19033032

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iii
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	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 TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)	10
B. SWOT	11
C. Strategi Segmentasi, Targeting, Positioning (STP)	11
D. Sosial Media	12
E. Intagram	15
F. Brand (Merek)	18

G. Engagement Rate.....	18
H. Engagement	19
I. Konten Interaktif.....	20
J. Desain Grafis	22
K. Desain Brief.....	27
L. Referensi Desain	27
M. Tools Desain	28
BAB III METODE PELAKSANAAN	29
A. Data Perusahaan.....	29
B. Teknik Pengumpulan Data	35
C. Ruang Lingkup	37
D. Kategori Karya.....	38
E. Ide Kreatif.....	39
F. Langkah Kerja	39
G. Timeline.....	41
H. Key Performance Indicator (KPI).....	42
BAB IV PEMBAHASAN.....	43
A. Tren Operator di Indonesia.....	43
B. Analisis situasi.....	43
C. Analisis AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)	44
D. Analisis SWOT.....	48
C. Analisis STP (Segmentation, Targeting, Positioning)	55
D. Analisis Desain	56
E. Analisis Engagement Rate Konten Interaktif Terbaik & Engagement Rate Konten Interaktif Terburuk	74
F. Strategi Konten Interaktif.....	78
BAB V PENUTUP.....	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Penetrasi Internet di Asia Tenggara (per Juni 2021)	3
Gambar 2 Data 10 Negara Pengguna Instagram Terbanyak hingga Juli 2021	4
Gambar 3 Struktur Departement GTM & Marketing Communication Jabotabek-Jabar	31
Gambar 4 logo Telkomsel.....	34
Gambar 6 Langkah Kerja.....	40
Gambar 5 Data Pelanggan Operator Seluler di Indonesia	43
Gambar 7 konten kuis @tseljabotabekjabar.....	57
Gambar 8 <i>Giveaway</i> Viu.....	60
Gambar 9 Quotes InternetMAX.....	62
Gambar 10 Question & Answer Story	65
Gambar 11 #freedayquiz	67
Gambar 12 konten Tes Mata Pelajar.....	70
Gambar 13 Kuis Tebak Jawab Nikmat Berkah.....	72
Gambar 14 Konten Kuis Story Tebak Emoji Judul Film.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Timeline	42
Tabel 2 Key Performance Indicator	42
Tabel 3 konten-konten instagram @tseljabotabekjabar	48
Table 4 Analisis SWOT Instagram tseljabotabekjabar	51
Table 5 Analisis SWOT Instagram tsel4u.....	52
Table 6 Analisis SWOT Instagram smartfrenworld.....	53
Table 7 Analisis SWOT Instagram Triindonesia	55
Table 8 Analisis Desain	56
Table 9 Analisis Feed Konten Kuis	59
Table 10 Analisis Feed <i>Giveaway</i>	62
Table 11 Analisis Feed Questions.....	64
Table 12 Analisis Story Q&A.....	67
Table 13 Analisis Feed Kuis Kompetitor.....	69
Table 14 Analisis Feed Kuis Kompetitor.....	72
Table 16 Analisis Engagement Rate Konten Interaktif Terbaik	76
Table 17 Analisis Engagement Rate Konten Interaktif Terburuk.....	78
Table 18 Analisis Strategi Konten Interaktif	81

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Hasil Pekerjaan Selama Praktik Industri	87
LAMPIRAN 2 BIODATA	95
LAMPIRAN 3 Dokumentasi Bimbingan Tugas Akhir.....	96
LAMPIRAN 4 Sertifikat & Surat Magang	97
LAMPIRAN 5 Lembar Bimbingan.....	98