

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PENGELOLAAN KONTEN TWITTER DAN HELOAPP IDX
CHANNEL OLEH MNC PORTAL UNTUK MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS 2022**

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



Disusun Oleh:

NAJWA AULIA DEFA

NIM: 19033134

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN PENERBITAN

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2022

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Konten Twitter dan Heloapp IDX Channel oleh MNC Portal untuk Meningkatkan *Brand Awareness* 2022

Penulis : Najwa Aulia Defa

NIM : 19033134

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan

Ditanda tangani di Jakarta, 5 Juli 2022

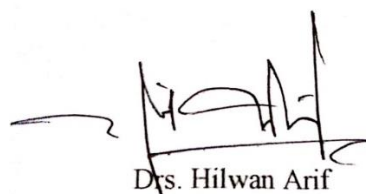
Pembimbing I



Dr. Tipri Rose Kartika, M.M

NIP. 197606112009122002

Pembimbing II



Drs. Hilwan Arif

NUPN. 99030050083

Mengetahui

Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si

NIP. 192211132019032025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Konten Twitter dan Heloapp IDX Channel oleh MNC Portal untuk Meningkatkan Brand Awareness 2022

Penulis : Najwa Aulia Defa

NIM : 19033134

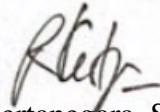
Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Kamis, tanggal 21 Juli 2022.

Disahkan oleh :

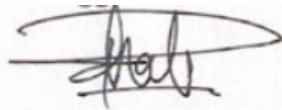
Ketua Penguji,



Rizky Kertanegara, S.S., M.Si

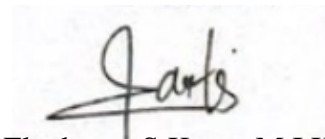
NIP. 193801152014041001

Anggota 1,



Pahala Basuki, S.Kom.

Anggota 2,



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

NIP. 198812222020122006

Mengetahui,

Ketua Jurusan Penerbitan



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum

NIP. 197508072009121001

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Najwa Aulia Defa
NIM : 19033134
Program Studi : Penerbitan
Jurusan : Periklanan
Tahun Akademik : 2021/2022

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Pengelolaan Konten Twitter dan Helloapp IDX Channel oleh MNC Portal untuk Meningkatkan *Brand Awareness* 2022 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, 14 Juli 2022

Yang menyatakan,


Najwa Aulia Defa

NIM: 19033134

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Najwa Aulia Defa
NIM : 19033134
Program Studi : Penerbitan
Jurusan : Periklanan
Tahun Akademik : 2021/2022

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: “Pengelolaan Konten Twitter dan Heloapp IDX Channel oleh MNC Portal untuk Meningkatkan *Brand Awareness* 2022.” Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

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, 14 Juli 2022

Yang menyatakan,


Najwa Aulia Defa
NIM : 19033134

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Konten Twitter Dan Heloapp IDX Channel oleh MNC Portal Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* 2022

Penulis : Najwa Aulia Defa

Pembimbing I : Dr. Tipri Rose Kartika, M.M

Pembimbing II : Drs. Hilwan Arif

Online news portal is a news portal that presents news online not only with websites and applications but also using social media platforms. The development of social media at this time continues to increase, along with the growth of internet users and communication devices. Nowadays people use social media more to find information and entertainment. The role of Social Media is very important in spreading news content through social media. IDX Channel is an online news portal that uses social media to promote its news programs to increase Brand Awareness. The purpose of this final project is to describe the role of the Social Media Officer in managing IDX Channel news content to increase Brand Awareness by using library research and observation data collection methods. The results of this final project are to determine the role of the Social Media Officer in managing news content and increasing followers on IDX Channel social media.

Keywords : *Social Media, IDX Channel, Online News, Content, Information.*

Portal berita online merupakan portal berita yang menyajikan berita secara online tidak hanya dengan website maupun aplikasi tetapi juga menggunakan platform media sosial. Perkembangan media sosial pada saat ini terus meningkat, seiring dengan tumbuhnya pengguna internet dan perangkat komunikasi. Saat ini masyarakat lebih banyak menggunakan media sosial untuk mencari informasi dan hiburan. Peran *Social Media* sangat penting dalam menyebarkan konten berita melalui media sosial. IDX Channel merupakan salah satu portal berita online yang menggunakan media sosial untuk mempromosikan program beritanya untuk meningkatkan *Brand Awareness*. Tujuan tugas akhir ini mendeskripsikan peran *Social Media Officer* dalam mengelola konten berita IDX Channel untuk meningkatkan *Brand Awareness* dengan metode pengumpulan data studi pustaka dan observasi. Hasil dari penulisan tugas akhir ini, untuk mengetahui peran *Social Media Officer* dalam mengelola konten berita dan meningkatnya pengikut pada media sosial IDX Channel.

Kata kunci : *Social Media, IDX Channel, Berita Online, Konten, Informasi.*

PRAKATA

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan Pendidikan Diploma 3 (Tiga) Program Studi Peiklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Tugas akhir ini berjudul “Pengelolaan Konten Twitter dan Helloapp IDX Channel oleh MNC Portal Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* 2022 “.

Penulis menyadari, tugas akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang terdekat yang berada di dekat penulis. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Kedua Orang Tua Mamah dan Ayah yang telah merawat mendidik, membimbing serta memberi pelajaran dan pengalaman yang mungkin tidak didapatkan penulis di bangku sekolah sampai perkuliahan hingga sampai saat ini tanpa merasa lelah.
2. Kakak , Abang, Adik yang telah senantiasa menghibur, tidak lupa keluarga besar yang memberi masukan dan *support* sehingga Tugas Karya Akhir ini dapat selesai.
3. Ibu Dr. Tipri Rose Kartika, M.M selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta dan Pembimbing I dalam penyusunan Tugas Karya Akhir.
4. Bapak Dr. Benget Simamora, M.M selaku Wakil Direktur Bidang Akademik dan Kerjasama.
5. Bapak Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum selaku Ketua Jurusan Penerbitan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
6. Ibu Zaenab, SS., M.Si selaku Ketua Program Studi Periklanan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
7. Bapak Drs. Hilwan Arif selaku Pembimbing II dalam penyusunan Tugas Karya Akhir.
8. Para Dosen dan Staf Jurusan Periklanan serta Karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama 3 (tiga) tahun penulis menempuh Pendidikan di sini.
9. Pupu, Onyo, Meli, Jamie, Puyo, Inyo Nala, Kolang dan Kaling, Kucing dan Ikan kesayangan penulis yang telah menemani penulis selama menyusun Tugas Karya Akhir .
10. Seluruh teman – teman prodi periklanan angkatan 10, khususnya kelas B yang sudah berjuang bersama melalui 3 (tiga) tahun Pendidikan.
11. Dheana, Rara, Riana teman yang memberikan semangat dan dukungan agar penulis menyelesaikan Tugas Karya Akhir ini, kiew tiy<3.

12. April, Anya, Eska, Rahma, Arie, Enn, Ai, Rajib, Amien yang bersama-sama melalui berbagai kisah di kampus sejak awal masuk kuliah.
13. Teman-teman bimbingan yang selalu semangat memberi dukungan dan motivasi.
14. Bangtansonyeondan, Stray Kids, Ateez, Dreamies yang selalu menjadi penghibur dan memberikan dukungan emosional dalam penulisan Tugas Karya Akhir ini.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah dengan turut ikhlas memberikan doa dan motivasi sehingga terselesaikannya Tugas Karya Akhir ini.
16. Last but not Least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.

Penulis menyadari dalam penulisan tugas Karya Akhir ini tidak lepas dari kesalahan dan jauh dari sempurna. Untuk itu penulis meminta saran dan kritik yang bersifat membangun sehingga berguna bagi penulis maupun untuk pembaca.

Demikian penulisan tugas Karya Akhir ini penulis buat, semoga ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penulisan-penulisan selanjutnya.

Jakarta, 13 Juli 2022

Penulis,



Najwa Aulia Defa

19033134

DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR

Lembar Persetujuan Tugas Akhir	i
Lembar Pengesahan Tugas Akhir	ii
Lembar Pernyataan Originalitas dan Bebas Plagiarisme	iii
Lembar Pernyataan Publikasi Karya Ilmiah	iv
Abstrak	v
Prakata.....	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel	xiii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penulisan.....	6
F. Manfaat Penulisan.....	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 7

A. Komunikasi	7
1. Definisi Komunikasi	7
2. Unsur-unsur Komunikasi	7

3. Proses Komunikasi.....	8
B. Periklanan.....	9
1. Definisi Periklanan.....	9
2. Fungsi Periklanan.....	9
3. Jenis Periklanan.....	10
4. Periklanan Digital.....	11
C. New Media	12
1. Media Sosial	13
2. Twitter	14
3. Heloapp	15
D. Konten Kreatif	17
1. Definisi Kreativitas	17
2. Elemen Proses Kreatif.....	17
3. Konten Kreatif	18
E. Brand Awareness	18
F. Peran Social Media Officer.....	19
G. Model AIDA	20
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	22
A. Data Perusahaan	22
1. Profile Perusahaan.....	22
2. Lokasi dan Alamat Perusahaan	22
3. Visi dan Misi Perusahaan.....	23
4. Logo Perusahaan	23
5. Struktur Perusahaan	23
6. Tugas dan Tanggung Jawab Divisi Social Media.....	24
B. Teknik Pengumpulan Data	24
1. Studi Pustaka	25
2. Observasi	25
C. Ruang Lingkup.....	25
1. Peran Social Media Officer	25

2. Jenis Pekerjaan yang Dihasilkan	26
3. Ide Kreatif	26
D. Langkah dan Alur Kerja	27
1. Pra Produksi.....	27
2. Pelaksanaan	28
3. Pasca Produksi.....	28
BAB IV PEMBAHASAN	29
A. Gambaran Umum	29
1. Gambaran Umum Pekerjaan	29
2. Analisa Situasi Kerja	30
B. Alur Kerja	34
C. Analisis Alur Kerja	35
D. Hasil Pekerjaan	48
E. Komparasi Teori dengan Praktik	53
BAB V PENUTUP	55
A. Simpulan	55
B. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Pengguna Internet dan Media Sosial 2022	2
Gambar 1.1 Data Pengguna Twitter	2
Gambar 2. <i>Brand Awareness Pyramid</i>	18
Gambar 3. Logo MNC Portal.....	23
Gambar 3.1 Struktur Organisasi IDX Channel	24
Gambar 3.2 Alur Kerja Divisi Social Media IDX Channel	27
Gambar 4. Logo IDX Channel	30
Gambar 4.1 Twitter IDX Channel 2021.....	31
Gambar 4.2 Twitter IDX Channel 2022.....	32
Gambar 4.3 Helloapp IDX Channel 2021	32
Gambar 4.4 Helloapp IDX Channel 2022.....	33
Gambar 4.5 Alur Kerja Penulis.....	34
Gambar 4.6 Postingan Helloapp IDX Channel	37
Gambar 4.7 Postingan Helloapp IDX Channel	38
Gambar 4.8 Postingan Helloapp IDX Channel	38
Gambar 4.9 Postingan Helloapp IDX Channel	39
Gambar 4.10 Peningkatan Followers Twitter IDX Channel.....	40
Gambar 4.11 Peningkatan Followers Helloapp IDX Channel	40
Gambar 4.12 Official Website IDX Channel.....	41
Gambar 4.13 Whatsapp Chat Penulis Dengan Tim Social Media	42
Gambar 4.14 Official Website IDX Channel.....	43
Gambar 4.15 Unggahan Twitter IDX Channel	44
Gambar 4.16 Schedule Twitter IDX Channel	44

Gambar 4.17 Whatsapp Chat Penulis Dengan Tim Social Media	45
Gambar 4.18 Official Website IDX Channel.....	46
Gambar 4.19 Unggahan Helloapp IDX Channel	46
Gambar 4.20 Memasukkan Kata Kunci Helloapp IDX Channel	47
Gambar 4.21 Postingan Helloapp IDX Channel	48
Gambar 4.22 Hasil Pekerjaan Helloapp IDX Channel.....	49
Gambar 4.23 Hasil Pekerjaan Helloapp IDX Channel.....	49
Gambar 4.24 Hasil Pekerjaan Helloapp IDX Channel.....	50
Gambar 4.25 Hasil Pekerjaan Helloapp IDX Channel.....	50
Gambar 4.26 Hasil Pekerjaan Ide Kreatif Ramadan Twitter IDX Channel.....	51
Gambar 4.27 Hasil Pekerjaan Ide Kreatif Ramadan Twitter IDX Channel.....	51
Gambar 4.28 Hasil Pekerjaan Twitter IDX Channel	52
Gambar 4.29 Hasil Pekerjaan Twitter IDX Channel	52

DAFTAR TABEL

Table 4.1 Strategi Analisa AIDA	36
Table 4.2 Peta Okupasi	54