

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN
***ENGAGEMENT* INSTAGRAM @RSRUMAHSEHATTERPADU**

Diajukan Sebagai Persyaratan Penyelesaian Studi untuk memperoleh Gelar (A.Md) Ahli
Madya



Oleh :

Novia Ramandhanisa

NIM : 2270404087

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Media Sosial untuk meningkatkan *engagement* Instagram @rsrumah sehat terpadu
Penulis : Novia Ramandhanisa
Nim : 2270404087
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah di pertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta, Pada hari Jum'at tanggal 18 Juli 2024.

Disahkan oleh :
Ketua Penguji



Nurul Akmalia, S.I.Kom., M.Med.Kom
NIP. 199102282019032015

Penguji Ahli

Pembimbing



Sartika Ekadyasa, M.Ikom
NIP. 198812222020122006



Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB
NIP. 0704050023

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Seafuddin, M.Hum.
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Media Sosial untuk meningkatkan *engagement* Instagram @rsrumahsehatrpadu

Penulis : Novia Ramandhanisa

Nim : 2270404087

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan, Di tanda tangani di Jakarta Jum'at tanggal 20 Juni 2025.

Pembimbing 1

Pembimbing 2



Zaenab, S.S., M.Si

NIP.199211132019032025



Ratna Puspitasari Ardjani, [M.FB](#)

NIP. 0704050023

Mengetahui,

Koord. Prodi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si

NIP. 199211132019032025

**LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS
PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novia Ramandhanisa

NIM : 2270404087

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

“Pembuatan Konten Media Sosial Untuk Meningkatkan Engagement Instagram @rsrumahsehatpadu”

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.

19 Juni 2025.

Jakarta, tanggal-bulan-tahun (Tanggal Persetujuan Sidang TA) Yang menyatakan

Tanda tangan



Novia Ramaandhanisa

NIM: 2270404087

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Novia Ramandhanisa

NIM : 2270404087

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2022-2025

demikian 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 Media Sosial Untuk Meningkatkan *Engagement* Instagram @RSRUMAHSEHATTERPADU beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). 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, 19 Juni 2025

Yang menyatakan,



Novia Ramandhanisa

NIM.2270404087

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Media Sosial untuk meningkatkan *engagement* Instagram @rsrumahsehatpadu

Penulis : Novia Ramandhanisa

Nim : 2270404087

Pembimbing 1 : Zaenab, S.S., M.Si

Pembimbing 2 : Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB

Rumah Sehat Terpadu Hospital is one of the Type C hospitals in Bogor Regency that actively uses social media Instagram to provide education and information relevant to health. However, the lack of more interesting content and interaction with the audience makes the engagement rate of Rumah Sehat Terpadu Hospital relatively low. The purpose of this paper is to describe the strategy of the process of creating and managing social media @rsrumahsehatpadu to increase engagement rate. As a Digital Content Creator, the author applies several advertising strategies in the process of creating and managing social media, such as AISAS. The data collection methods used by the author are observation and literature study. And the result of creating and managing @rsrumahsehatpadu Instagram content is an increase in engagement rate on 1335.44% the account.

Keywords: *Instagram account @rsrumahsehatpadu, engagement, Digital content creator*

Rumah Sakit Rumah Sehat terpadu merupakan salah satu rumah sakit Tipe C di kabupaten Bogor yang aktif menggunakan media sosial Instagram untuk memberikan edukasi juga informasi yang relevan dengan kesehatan. Namun, kurangnya konten yang lebih menarik dan interaksi dengan audience membuat *engagement* RS Rumah Sehat Terpadu terbilang rendah. Tujuan penulisan ini

untuk mendeskripsikan bagaimana strategi proses pembuatan dan pengelolaan media sosial Instagram @rsrumahsehatpadu untuk meningkatkan *engagement*. Sebagai *Digital Content Creator* penulis menerapkan beberapa strategi periklanan dalam proses pembuatan dan pengelolaan media sosial, seperti AISAS . Metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah observasi dan studi pustaka. Dan hasil dari pembuatan dan pengelolaan konten Instagram @rsrumahsehatpadu ialah meningkatnya *engagement* sebesar 1335.44% pada akun tersebut.

Kata Kunci : Akun Instagram @rsrumahsehatpadu, engagement, Digital content creator

PRAKATA

Kami mengucapkan puji dan syukur kepada Allah Swt. yang telah memberikan izin, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan judul " Pembuatan Konten Media Sosial Untuk Meningkatkan *Engagement* Instagram @RSRUMAHSEHATTERPADU ".

Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar ahli madya (Diploma-3) Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, dan motivasi selama proses penulisan ini, karenanya laporan tugas akhir ini bisa selesai dengan baik. Terima kasih kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, SE., M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik
 1. Politeknik Negeri Media Kreatif & Dosen pembimbing Praktik Industri.
 2. Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi.
 3. Sulistyo Wibowo, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
 4. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
 5. Zaenab, S.S., M.Si., Pembimbing I Laporan Tugas Akhir.
 6. Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB., Pembimbing II Laporan Tugas Akhir.
7. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan, beserta civitas Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah membantu, melayani dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Media Kreatif.
8. Teruntuk Bunda, (Esih Suhaersih) Terima kasih sudah menjadi tujuan utama penulis untuk terus bertahan dan berjuang sampai titik ini, terima kasih sudah menjadi bunda yang suportif dan sangat mengerti penulis, tidak ada satupun jalan yang mulus tanpa doa dan restu bunda. Ayah (Fajar Ariwibowo), Terima kasih sudah mendukung penulis dalam keadaan apapun dan untuk Adik penulis (Anandhanisa Dwi Rachmalia) Terima

kasih sudah menjadi adik yang pengertian dan support untuk penulis, suatu saat nanti semoga perjalanan kamu akan jauh lebih baik dari penulis. Ayah (Hendra Herawan Rochyat) ayah biologis penulis, Terima kasih atas pelajaran hidupnya yang membuat penulis tetap selalu berjuang di titik manapun. Lalu, seluruh keluarga yang telah mendoakan

9. Deliandi Febrio, Terima Kasih sudah menjadi sosok yang menemani penulis di kala suka maupun duka, menjadi support dan pasangan yang baik, mudah-mudahan seluruh hal baik untuk kita akan terus tercapai.
10. Teruntuk SAVRA agency, yang menemani penulis selama 3 tahun ini (Alia, Aulia, Ara, Saada) Tidak indah dan lengkap masa kuliah penulis tanpa adanya mereka. Sahabat terbaik penulis yang menemani, memberi saran juga hadir saat suka maupun duka Karina Adinda Maharani.
11. Kepada teman-teman program studi Periklanan angkatan 2022 yang telah membantu, memotivasi, dan memberikan arahan serta informasi dalam pengerjaan tugas akhir ini. Kerja sama yang baik dari kalian sangat membantu penulis dalam mencapai hasil yang maksimal.
12. Dan Terima Kasih kepada seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan namanya yang membantu, berkontribusi dan mendoakan penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka dengan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca, penguji, atau siapapun yang berkenan untuk memberi masukan. Terima kasih atas partisipasi dan kontribusi yang diberikan.

Jakarta, 19 Juni 2025

Penyusun,



Novia Ramandhanisa

NIM. 2270404087

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	2
PENDAHULUAN.....	2
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Identifikasi Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Rumusan Masalah.....	3
1.5 Tujuan Penulisan.....	3
1.6 Manfaat Penulisan.....	3
BAB II.....	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Komunikasi Pemasaran.....	5
B. Media Sosial.....	7
C. Instagram.....	9
D. Konten Pilar.....	10
E. Konten Kreatif.....	12
F. Brand (Merek).....	15
G. Digital Content Creator.....	17
H. AISAS.....	17
BAB III.....	19
METODE PELAKSANAAN.....	19
A. Data Perusahaan.....	19
B. Teknik Pengumpulan Data.....	28
C. Ruang Lingkup.....	29

D. Langkah Kerja.....	31
BAB IV.....	33
PEMBAHASAN.....	33
A. Gambaran Umum Instagram @rsrumahsehatpadu.....	33
B. Gambaran Umum Pekerjaan.....	35
C. Komparasi Instagram @rsrumahsehatpadu Periode Oktober - Desember 2024.....	37
D. Alur Kerja Pembuatan Konten.....	42
E. Analisis AISAS dari Top Performa Engagement.....	55
F. Hasil Pekerjaan.....	68
G. Performa Engagement Konten Instagram @rsrumahsehatpadu.....	76
Gambar 31. Interaksi Top Konten.....	77
Gambar 32. Top two Konten.....	78
Gambar 33. Interaksi Top two Konten.....	79
Sumber : Data Internal Perusahaan.....	79
Gambar 34. Top three Konten.....	80
Sumber : Instagram @rsrumahsehatpadu.....	80
Gambar 35. Interaksi Top three Konten.....	80
Sumber : Data Internal Perusahaan.....	80
H. Komparasi Instagram @rsrumahsehatpadu Periode Januari - Juni 2025... 81	
I. Analisis Peningkatan Engagement.....	86
BAB V.....	90
PENUTUP.....	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo RST.....	19
Gambar 2. Logo mjkn.....	21
Gambar 3. Denah Perusahaan.....	25
Gambar 4. Struktur Perusahaan.....	26
Gambar 5. Alur Kerja.....	31
Gambar 6. Instagram sebelumnya.....	38
Gambar 7. Feeds Sebelumnya.....	39
Gambar 8. Reels sebelumnya.....	40
Gambar 9. Insight Sebelumnya Bulan (Oktober-November-Desember).....	41
Gambar 10. Alur Kerja.....	42
Gambar 11. Talent Video Reels.....	44
Gambar 12. Editorial Plan April (Hari Kartini).....	46
Gambar 13 dan 14 Proses Shooting.....	51
Gambar 15. Google drive.....	52
Gambar 17. Bukti pengiriman editing.....	54
Gambar 18. Bukti unggahan.....	54
Gambar 19. Memperingati Hari Kartini.....	55
Gambar 20. Memperingati Hari Perawat.....	58
Gambar 21. Edukasi Penyakit Kardiovaskular.....	61
Gambar 22. Konten Save and Share.....	63
Gambar 23. Konten Save and Share.....	64
Gambar 24. Diagram Konten Pilar.....	69
Gambar 25. Konten Edukasi Feeds.....	71
Gambar 26. Konten Edukasi Reels.....	72
Gambar 27. Konten Informasi feeds.....	73
Gambar 28. Konten Informasi Reels.....	74
Gambar 29. Konten Entertainment Reels.....	75
Gambar 31. Interaksi Top Konten.....	77
Gambar 32. Top two Konten.....	78
Gambar 33. Interaksi Top two Konten.....	79
Gambar 34. Top three Konten.....	80
Gambar 35. Interaksi Top three Konten.....	80
Gambar 36. Instagram Sesudahnya.....	82
Gambar 37. Feeds sesudahnya.....	83

Gambar 38. Reels Sesudahnya.....	84
Gambar 39. Insight Sesudahnya (Februari-April-Juni).....	85
Gambar 40 . Grafik Hasil Engagement Perbandingan.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Editorial Plan pada bulan April.....	36
Tabel 2. Storyboard Konten Reels Hari Kartini.....	46
Tabel 3. Analisis AISAS Hari Kartini.....	55
Tabel 4. Analisis AISAS Hari Perawat.....	58
Tabel 5. Analisis AISAS Edukasi Penyakit Kardiovaskular.....	61
Tabel 6. Analisis AISAS Konten Save and Share (Didik Dengan Hati Bukan Emosi).....	63
Tabel 7. Analisis AISAS Konten Save and Share (Medical Check up Calon Jamaah Haji).....	66
Tabel 8. Data sebelum penulis pegang.....	86
Tabel 9. Data sesudah penulis pegang.....	87

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. BIODATA PENULIS.....	96
Lampiran 2. Sertifikat Uji Kompetensi.....	99
Lampiran 3. Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing 1.....	100
Lampiran 4. Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing II.....	101
Lampiran 5. LEMBAR HASIL CEK PLAGIARISME.....	102