

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN KONTEN *GIVEAWAY* GAME SI JONI DALAM
KAMPANYE RAMADAN UNTUK MENINGKATKAN
***ENGAGEMENT* AKUN TWITTER @JNE_ID**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh
MUHAMMAD FAJRI RAMADHAN
NIM: 2270404066

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA
2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

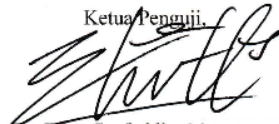
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : "Pembuatan Konten *Giveaway* Game Si Joni
Dalam Kampanye Ramadan Untuk Meningkatkan
Engagement Akun Twitter @jnc_id"
Penulis : Muhammad Fajri Ramadhan
NIM : 2270404066
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir
di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa, tanggal 8...Juni 2025

Disahkan oleh:

Ketua Penguji.



Dr. Erlan Saefuddin, M. Hum

NIP. 1975080720091221001

Penguji Ahli



Khoirun Nisa, S.Pd., M.Si
NIP. 199009012014032002

Moderator



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefuddin, M. Hum

NIP. 1975080720091221001



LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : "Pembuatan Konten *Giveaway* Game Si Joni
Dalam Kampanye Ramadan Untuk Meningkatkan
Engagement Akun Twitter @jne_id"
Penulis : Muhammad Fajri Ramadhan
NIM : 2270404066
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 20 Juni 2025

Dosen Pembimbing 1



Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si
NIP. 199410152019032015

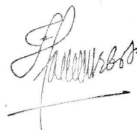
Dosen Pembimbing 2



Firda Nida Fauziyyah, S.I.Kom

Mengetahui,

Koord. Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si

NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Fajri Ramadhan
NIM : 2270404066
Progam Studi : Periklanan
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

“Pembuatan Konten *Giveaway* Game Si Joni Dalam Kampanye Ramadan Untuk Meningkatkan *Engagement* Akun Twitter @jne_id”

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 sebenarnya

Jakarta, 20 Juni 2025

Yang menyatakan,



Muhammad Fajri Ramadhan
NIM. 2270404066

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Muhammad Fajri Ramadhan
NIM : 2270404066
Progam Studi : Periklanan
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

Demi 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 *Giveaway* Game Si Joni Dalam Kampanye Ramadan Untuk Meningkatkan *Engagement* Akun Twitter @jne_id”

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, 20 Juni 2025

Yang menyatakan,



Muhammad Fajri Ramadhan

2270404066

ABSTRAK

In today's digital era, social media has become an essential space for brands to build communication with their audiences. However, the Twitter account @jne_id has experienced a decline in engagement compared to JNE's other platforms. To address this challenge, the "Game Si Joni" giveaway content was designed as part of the 2025 Ramadan campaign to increase engagement organically. The content strategy was developed using the AISAS approach (Attention, Interest, Search, Action, Share) and STP analysis (Segmenting, Targeting, Positioning), targeting Gen Z and millennials while strengthening a positive and relevant brand image. The workflow included planning, idea development, visual production, scheduling, and performance evaluation using Twitter's social media metrics. The account's performance showed a significant increase, with total interactions reaching 5,096 — a rise of 3,591 compared to the previous month. This shows that interactive giveaway content aligned with audience characteristics can improve account performance and build more active, consistent, and impactful customer engagement on the Twitter platform.

Keywords: Social Media, Engagement, Ramadan Campaign, AISAS, JNE.

Di era digital saat ini, media sosial menjadi ruang penting bagi brand untuk membangun komunikasi dengan audiens. Namun, akun Twitter @jne_id mengalami penurunan keterlibatan dibandingkan dengan platform lain milik JNE. Untuk menjawab tantangan tersebut, konten giveaway "Game Si Joni" dirancang sebagai bagian dari kampanye ramadan 2025 guna meningkatkan *engagement* secara organik. Strategi konten dikembangkan menggunakan pendekatan AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) dan analisis STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*), dengan menyorot segmen Gen Z dan milenial serta memperkuat citra *brand* yang positif dan relevan. Tahapan kerja mencakup perencanaan, penyusunan ide, produksi visual, penjadwalan tayang, serta evaluasi performa menggunakan data metrik media sosial Twitter. Hasil performa akun menunjukkan peningkatan signifikan dengan total interaksi mencapai 5.096, naik 3.591 dibandingkan bulan sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa konten *giveaway* yang interaktif, dan sesuai dengan karakteristik audiens dapat meningkatkan performa akun serta membangun *customer engagement* yang lebih aktif, konsisten, dan berdampak di platform Twitter.

Kata Kunci: Media Sosial, *Engagement*, Kampanye Ramadan, AISAS, JNE.

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 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *Social Media Specialist* telah ikut serta dalam perancangan konten *giveaway* “Game Si Joni” pada kampanye ramadan. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA dengan judul “Pembuatan Konten *Giveaway* Game Si Joni Dalam Kampanye Ramadan Untuk Meningkatkan *Engagement* Akun Twitter @jne_id”.

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 banyak kepada:

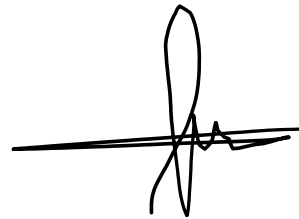
1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M, Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si. Wakil Direktur Bidang Akademik dan Pembimbing 1 Tugas Akhir.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum, Ketua Jurusan Komunikasi.
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn, Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S, M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom, Sekretaris Program Studi Periklanan.
7. Firda Nida Fauziyyah, S.I.Kom, selaku Pembimbing 2 Tugas Akhir.
8. Khoirun Nisa, S.Pd., M.Si, selaku Penguji Ahli.
9. M. Feriadi Soeprapto, Sebagai pimpinan PT. JNE
10. Kurnia Nugraha, Selaku Pembimbing Industri.
11. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
12. Keluarga Besar *Media Communication* JNE.
13. Teman-teman angkatan Program Studi Periklanan 2022 yang telah berjuang bersama-sama selama tiga tahun.

14. Orang tua saya yang telah memberikan pembelajaran dari kecil hingga di bangku perkuliahan.
15. Teman-teman kelompok Satu Sisi yang selalu menjadi *support* dalam mengerjakan laporan tugas akhir ini.
16. Teman-teman satu bimbingan saya, yang berjuang bersama-sama dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
17. Seluruh anggota kelas A Periklanan 2022 yang selalu kompak dalam berjuang bersama selama 3 tahun ini.
18. Naura Raihana yang selalu mendukung dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
19. Para karyawan *marketing* JNE, yang memberikan ilmu serta pengalaman kepada penulis selama masa magang.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan penulisan Laporan Praktik Industri ini. Semoga Laporan Praktik Industri ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 19 Februari 2025

Penulis,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large loop at the top and a horizontal line with a small flourish at the end.

Muhammad Fajri Ramadhan

2270404066

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	i
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS	iii
PLAGIARISME	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penulisan	8
F. Manfaat Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Komunikasi	10
B. Komunikasi Digital	10
C. Kampanye	11
D. Media Sosial.....	12
E. Twitter	12
F. Konten	14
G. Konten Pillar	15
H. STP	16
I. AISAS	17
J. <i>Customer Engagement</i>	18
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	21
A. Data Perusahaan	21
B. Teknik Pengumpulan Data	24

C. Ruang Lingkup.....	26
D. Langkah Kerja.....	27
BAB IV PEMBAHASAN.....	30
A. Gambaran Umum.....	30
B. Implementasi STP	33
C. Alur Pembuatan Konten.....	35
D. Hasil Karya.....	44
E. Analisis AISAS	52
F. Analisis <i>Customer Engagement</i>	57
G. Hasil Akhir.....	58
BAB V PENUTUP	63
A. Simpulan	63
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Table 1 <i>Followers</i> akun media sosial @jne_id	5
Table 2. Analisis STP	33
Table 3. Analisis AISAS.....	52
Table 4. Hasil <i>Engagement Rate</i> Secara Keseluruhan	56
Table 5. Data Perbandingan Performa Akun Twitter @Jne_id	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Pengguna media sosial 2025.....	1
Gambar 2. <i>Social Media APPS active User Index</i>	2
Gambar 3. Konten <i>Giveaway</i> Game Si Joni.....	6
Gambar 4. AISAS.....	17
Gambar 5. <i>Customer Engagement</i>	19
Gambar 6. Logo Perusahaan JNE	21
Gambar 7. Struktur Organisasi Marketing	23
Gambar 8. Akun Twitter @Jne_id.....	30
Gambar 9. Alurasi Perancangan Konten	35
Gambar 10. Tahap Pemberian <i>Project</i>	36
Gambar 11. <i>Editorial Plan</i>	37
Gambar 12. Pengambilan Aset Foto.....	38
Gambar 13. <i>Editing</i> Konten Game Si Joni.....	39
Gambar 14. Tahap <i>Approval</i> Konten.....	40
Gambar 15. <i>Listing</i> Pemenang <i>Giveaway</i>	43
Gambar 16. <i>Editorial Plan</i> Minggu ke-1	45
Gambar 17. Hasil Konten Minggu Ke-1	46
Gambar 18. <i>Editorial Plan</i> Minggu Ke-2	47
Gambar 19. Hasil Konten Minggu Ke-2	47
Gambar 20. <i>Editorial Plan</i> Minggu Ke-3	48
Gambar 21. Hasil Konten Minggu Ke-3	49
Gambar 22. <i>Editorial Plan</i> Minggu Ke-3	50

Gambar 23. Hasil Konten Minggu Ke-4.....	50
Gambar 24. <i>Editorial Plan</i> Minggu Ke-5	51
Gambar 25. Hasil Konten Minggu Ke-5	51
Gambar 26. Partisipasi Audiens Game Si Joni.....	58
Gambar 27. Performa Akun Februari 2025	59
Gambar 28. Performa Akun Maret 2025.....	59
Gambar 29. Top Konten Maret 2025	60
Gambar 30. Grafik Performa Akun Twitter @Jne_id	62