

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM @linebankid YANG RELEVAN DENGAN GENERASI MILENIAL UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE* PADA PERIODE JANUARI - MEI TAHUN 2025

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya



Disusun Oleh
RIANTHEA VALYSHA ROMADHINA
NIM: 2270404099

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Instagram @linebankid yang Relevan
Dengan Generasi Milenial Untuk Meningkatkan *Engagement Rate* Pada Periode Januari
- Mei Tahun 2025

Penulis : Rianthea Valysa Romadhina

NIM : 2270404099

Program Studi : Periklanan

Tugas akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di
kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, 02 Juli 2025

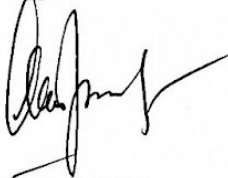
Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



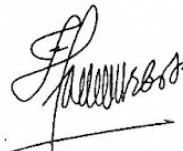
Rizky Kertanegara, S.S., M.Si
NIP. 198301152014041001

Anggota 1



Omar Yusuf, M.M
NUPN. 9900979905

Anggota 2



Zaenab, S.S., M.Si
NIP. 199211132019032025

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Media Sosial yang Relevan
Dengan Generasi Milenial Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* pada
akun Instagram @linebankid Tahun 2025

Penulis : Rianthea Valysa Romadhina
NIM : 2270404099
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 19 Juni 2025.....

Pembimbing 1



Zaenab, S.S., M.Si.
NIP. 199211132019032

Pembimbing 2



Nurul Akmalia M.Med.Kom
NIP. 199102282019032015

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si.
NIP. 199211132019032

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN
BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rianthea Valysa Romadhina
NIM : 2270404099
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
Pembuatan Konten Instagram @linebankid Yang Relevan Dengan Generasi
Milenial Untuk Meningkatkan Engagement Rate Pada Periode Januari - Mei
Tahun 2025 **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, 07 Juli 2025
Yang menyatakan,



Rianthea Valysa Romadhina
NIM 2270404099

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Rianthea Valysa Romadhina
NIM : 2270404099
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

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 Instagram @linebankid Yang Relevan Dengan Generasi Milenial untuk Meningkatkan Engagement Rate Pada Periode Januari - Mei Tahun 2025

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, 07 Juli 2025
Yang menyatakan,



Rianthea Valysa Romadhina
NIM 2270404099

ABSTRAK

Penulis : Rianthea Valysa Romadhina
Pembimbing 1 : Zaenab, S.S., M.Si.
Pembimbing 2 : Nurul Akmalia M.Med.Kom
NIM : 2270404099
Jurusan : Komunikasi
Judul Tugas Akhir : "Pembuatan Konten Instagram @linebankid yang Relevan Dengan Generasi Milenial Untuk Meningkatkan *Engagement Rate* Pada Periode Januari - Mei Tahun 2025. "

The development of digital technology has driven significant changes in brand communication strategies, particularly on social media. LINE Bank initially targeted Generation Z but shifted its focus in 2025 to Millennials aged 25–55, who are considered more financially stable and potentially more loyal. This study discusses the content creation process for the Instagram account @linebankid, aiming to align with Millennial characteristics to boost Engagement. Data were collected through observation, literature review, and interviews. The content strategy was designed based on audience analysis, with themes categorized into education, engagement, finance, lifestyle, and trends. Adjustments in visual style, language, and narrative were also made to better resonate with the target audience. The findings show that a well-executed content strategy can effectively increase engagement and strengthen LINE Bank's brand presence in the digital space.

Keyword : Digital Marketing, Engagement, Social Media Content, Millennials

Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan strategi komunikasi merek, termasuk di media sosial. LINE Bank awalnya menasar pada target Gen Z, namun pada tahun 2025 mengalihkan targetnya ke generasi Milenial usia 25–55 tahun yang dianggap memiliki kestabilan finansial lebih baik dan potensi loyalitas yang lebih tinggi. Penelitian ini membahas proses pembuatan konten Instagram @linebankid yang relevan dengan karakteristik Milenial untuk meningkatkan *Engagement*. Data tersebut dikumpulkan melalui observasi, studi pustaka, dan wawancara. Strategi konten dirancang berdasarkan analisis audiens, dengan pembagian tema seperti edukasi, interaksi, keuangan, gaya hidup, dan tren. Penyesuaian gaya visual, bahasa, dan narasi juga dilakukan agar lebih dekat dengan audiens. Hasilnya menunjukkan bahwa strategi konten yang tepat dapat meningkatkan keterlibatan dan memperkuat citra LINE Bank di ranah digital.

Kata kunci : Pemasaran Digital, Keterlibatan, Konten Media Sosial, Milenial

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/Sarjana Terapan Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *Social Media Specialist* telah ikut serta dalam pembuatan konten media sosial untuk Instagram LINE Bank. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul “Pembuatan Konten Instagram @linebankid yang Relevan Dengan Generasi Milenial Untuk Meningkatkan *Engagement Rate* Pada Periode Januari - Mei Tahun 2025.”

Laporan TA 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, 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. Zaenab, S.S., M.Si., Pembimbing I Laporan Tugas Akhir
7. Nurul Akmalia M.Med.Kom Pembimbing II Laporan Tugas Akhir.
8. Semua dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang senantiasa melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan disini.
9. Kepada kedua orang tua penulis serta kakak penulis yang selalu menjadi sumber dukungan dan motivasi tanpa henti. Terima kasih atas doa, semangat, dan pengertian yang kalian berikan selama perjalanan penulisan tugas akhir ini.

10. 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.
11. Veira Dwi Novrina, Selaku mentor penulis sekaligus narasumber yang membantu dalam memberikan informasi seputar judul laporan tugas akhir penulis.
12. Teman-teman “*Calon Entrepreneur*” selaku teman dan sahabat dari masa awal perkuliahan yang telah berjuang bersama sampai semester akhir ini.
13. Createlier dan Estungkara selaku teman kelompok penulis dari masa awal perkuliahan yang sudah berjuang bersama saat masa perkuliahan.
14. Rekan-rekan Kelas C Studi Periklanan yang telah menjadi teman berjuang bersama-sama selama tiga tahun.
15. Para staff Jurusan Komunikasi dan para karyawan Polimedia yang telah memberikan layanan administrasi kepada penulis selama di Polimedia.

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

Jakarta, 18 June 2025

Penulis,



Rianthea Valysa Romadhina

NIM 2270404099

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN	
BEBAS PLAGIARISME.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penulisan.....	4
F. Manfaat Penulisan.....	4
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Komunikasi Pemasaran.....	6
B. Merek.....	6
C. Engagement Rate.....	8
D. Media Sosial.....	9
E. Instagram.....	10
F. Konten Digital Marketing.....	12
G. Content Objective.....	13
H. Content Pillar.....	14
I. Editorial plan.....	15
J. Content Calendar.....	17
K. Analisis STP.....	18
BAB III.....	21
METODE PELAKSANAAN.....	21
A. Data Perusahaan.....	21
B. Teknik Pengumpulan Data.....	24
C. Ruang Lingkup.....	27
BAB IV.....	31

PEMBAHASAN.....	31
A. Gambaran Umum Instagram LINE Ban.....	31
B. Analisis STP Akun Instagram LINE Bank.....	34
C. Strategi Media Sosial Instagram LINE Bank.....	36
D. Konten Media Sosial yang Relevan dengan Generasi Milenial.....	46
E. Peningkatan Brand Awareness pada Generasi Milenial.....	56
BAB V.....	60
PENUTUP.....	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Analisis STP.....	18
Gambar 2. Logo Boopin Agensi.....	21
Gambar 3. Logo LINE Bank.....	21
Gambar 4. Struktur Perusahaan.....	24
Gambar 5. Tahapan Kerja Boopin Agency.....	29
Gambar 6. Instagram LINE Bank terdahulu.....	32
Gambar 7. Feeds Instagram LINE Bank.....	33
Gambar 8. Data audiens report internal LINE Bank.....	34
Gambar 9. Contoh Content spread.....	41
Gambar 10. Editorial plan LINE Bank bulan mei.....	43
Gambar 11. Content calendar LINE Bank.....	46
Gambar 12. Color Guideline LINE Bank.....	47
Gambar 13. Feeds Minimalist LINE Bank.....	49
Gambar 14. Motion Graphic LINE Bank.....	50
Gambar 15. Talent LINE Bank.....	51
Gambar 16. Caption LINE Bank.....	53
Gambar 17. Narasi Konten LINE Bank.....	54
Gambar 20. Konten Humor LINE Bank.....	55
Gambar 21. Carousel Value LINE Bank.....	56
Gambar 22. Data Insight Instagram LINE Bank.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Segmentasi generasi milenial, generasi z dan alpha.....	19
Tabel 2. Segmentasi LINE Bank.....	34
Tabel 3. Targeting LINE Bank.....	35
Tabel 4. Positioning LINE Bank.....	35
Tabel 5. Content Pillar LINE Bank.....	38
Tabel 6. Top Age Range Instagram LINE Bank.....	54
Tabel 7. Engagement Rate Instagram LINE Bank.....	55
Tabel 8. Hasil Wawancara Melalui Chat.....	68