

LAPORAN TUGAS AKHIR
OPTIMALISASI KONTEN INSTAGRAM *STORIES* DALAM
MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* MEDIA SOSIAL DPR RI

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Ahli Madya



Disusun oleh

AGUS PURNAWAN

NIM : 2270404005

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025

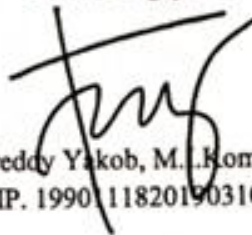
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Optimalisasi Konten Instagram Stories Dalam Meningkatkan Engagement Media Sosial DPR RI
Penulis : Agus Purnawan
NIM : 2270404005
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Periklanan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, tanggal 16 Juli 2025.

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



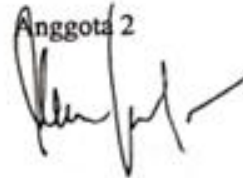
Freddy Yakob, M.I.Kom
NIP. 199011182019031009

Anggota 1



Pahala Basuki, M.I.Kom

Anggota 2



Omar Yusuf, M.M
NUPN. 9900979905

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Optimalisasi Konten Instagram *Stories* Untuk Meningkatkan *Engagement* Media Sosial DPR RI

Penulis : Agus Purnawan

NIM : 2270404005

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 23 Juni 2025

Pembimbing 1



Dr. Tipri Rose Kartika, M.M.
NIP. 197606112009122002

Pembimbing 2



Omar Yusuf, M.M.
NUPN, 9900979905

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Periklanan



Zaerfab, S.S., M.Si
NIP. 199211132019032025

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS
PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agus Purnawan

NIM : 2270404005

Program Studi (Periklanan)

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Optimalisasi Konten Instagram Stories Dalam Meningkatkan Engagement Media Sosial DPR RI **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, 4 Juli 2025

Yang menyatakan,



Agus Purnawan

NIM: 2270404005

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Agus Purnawan
NIM : 2270404005
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 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:” “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, 4 Juli 2025

Yang menyatakan,



Agus Purnawan

NIM: 2270404005

ABSTRAK

The House of Representatives of the Republic of Indonesia (DPR RI) utilizes Instagram as its primary medium for public communication. However, the engagement rate on the Instagram Stories feature remains suboptimal. This issue arises from an unstructured content strategy, monotonous visual design, and the minimal utilization of interactive features. This study aims to design and optimize the Instagram Stories content for the @dpr_ri account to enhance audience engagement. The author applies the STP (Segmenting, Targeting, Positioning) theory and the AISAS communication model. The findings indicate that a well-planned content strategy, the use of visual designs that align with current trends, and the selection of current issues relevant to the public interest increase engagement for Instagram Stories content. Conversely, content less relevant to public interest garners relatively low engagement. This optimization is proven to enhance the content's appeal and reach, encourage audience participation, and reinforce the image of DPR RI as a transparent, informative, and responsive institution to digital media developments.

Keywords: *Content Optimization, Instagram Stories, Engagement, DPR RI, AISAS*

Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi utama dengan publik. Namun, tingkat keterlibatan (*engagement*) pada fitur Instagram *Stories* masih belum optimal. Permasalahan ini muncul akibat strategi konten yang belum terstruktur, desain visual yang monoton, dan minimnya pemanfaatan fitur interaktif. Penulisan ini bertujuan untuk merancang serta mengoptimalkan konten Instagram *Stories* akun @dpr_ri guna meningkatkan *engagement* audiens. Penulis menerapkan teori STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) dan model komunikasi AISAS. Hasil penulisan menunjukkan bahwa strategi konten yang terencana, penggunaan desain visual yang mengikuti tren, serta pemilihan isu aktual yang relevan dengan kepentingan publik akan menaikkan *engagement* konten Instagram *Stories*, serta konten yang kurang relevan dengan kepentingan publik memiliki *engagement* yang relatif rendah. Optimalisasi ini terbukti meningkatkan daya tarik dan jangkauan konten, mendorong partisipasi audiens, serta memperkuat citra DPR RI sebagai lembaga yang terbuka, informatif, dan responsif terhadap perkembangan media digital.

Kata Kunci: Optimalisasi Konten, Instagram Stories, Engagement, DPR RI, AISAS

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* yang bertugas dalam pembuatan konten instagram stories untuk media sosial DPR RI. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul “Optimalisasi Konten Instagram Stories Dalam Meningkatkan Engagement Media Sosial DPR RI”.

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 dan Dosen Pembimbing I Tugas Akhir.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erland Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi.
4. Raden Sulistyo Wibowo, S.Sn.,M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom, Sekretaris Jurusan Periklanan.
7. Omar Yusuf, M.M.selaku Pembimbing II Tugas Akhir.
8. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
9. Para pegawai Sekretariat Jenderal DPR RI dan teman-teman magang selama magang di Biro Pemberitaan Parlemen khususnya dibagian Media Cetak dan media Sosial.
10. Wiryawan Narendro Putro, S.Sos., M.A.selaku Kasub Medsos.
11. Singgih Kinanti Rimbani selaku kepala redaksi media sosial.
12. Shane Savera Sa'diyah selaku Pembimbing Industri dan membantu

penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.

13. Keluarga yang selalu support penulis agar dilancarkan dan mendapatkan hasil yang baik.
14. Teman-teman penulis yang telah berjuang bersama dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
15. Salsabila Rahmanita yang menjadi penyemangat, mendukung, dan membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tugas akhir ini.

Jakarta, 4 Juli 2025

Penulis,



Agus Purnawan

NIM 2270404005

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
PRAKATA.....	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	2
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah	3
E. Tujuan Penulisan	3
F. Manfaat Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PURTAKA	5
A. Komunikasi	5
1. Komunikasi Digital	5
2. Jenis Media Komunikasi	5
B. Media Sosial.....	6
1. Definisi Media Sosial	6
2. Fungsi Media Sosial	7
3. Definisi Instagram	8
C. Social Media Specialist	10
D. <i>Engagement</i>	11
E. STP (<i>Segmenting, Tergeting, Positioning</i>)	13
F. Model Komunikasi AISAS	14
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	16
A. Data Penulisan.....	16
1. Gambaran Umum Sekretariat Jenderal DPR RI.....	16
2. Visi dan Misi Sekretariat Jenderal DPR RI.....	16

3.	Gambaran Umum Sekretariat Jenderal DPR RI.....	17
4.	Struktur Organisasi Biro Pemberitaan	19
B.	Teknik Pengumpulan Data	22
1.	Observasi.....	23
2.	Studi Pustaka.....	23
C.	Ruang Lingkup Penulis	24
1.	Peran <i>Social Media Specialist</i>	24
2.	Jenis Kegiatan	25
3.	Ide Kreatif	26
D.	Langkah Kerja.....	28
1.	Praproduksi	29
2.	Proses Produksi	30
3.	Pasca Produksi	30
BAB IV PEMBAHASAN.....		32
A.	Gambaran Umum.....	32
1.	Gambaran Umum DPR RI	32
2.	Pembuatan Konten Instagram Stories DPR RI	34
B.	Alur Pembuatan Konten Instagram Stories.....	37
1.	Tahap Pra Produksi	37
2.	Tahap Produksi.....	39
3.	Tahap Pasca Produksi.....	41
C.	Analisis STP Instagram DPR RI	43
D.	Analisis AISAS	47
E.	Analisis Peningkatan Engagement.....	53
1.	Sebelum Menerapkan Model STP dan AISAS	53
2.	Setelah Penerapan Model STP dan AISAS	55
F.	Analisis Top Konten Instagram Stories.....	59
G.	Analisis Dampak Konten Keseluruhan	65
1.	Tayangan dan Jangkauan.....	66
2.	Interaksi dan Klik Konten	67
3.	Kunjungan dan Pengikut.....	67
4.	Peforma Engagement Keseluruhan	68

BAB V_PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Segmenting Instagram DPR RI	45
Tabel 4. 2 Analisis Konten AISAS Rapat Paripurna	49
Tabel 4. 3 Analisis Konten AISAS Pengesahan UU TNI.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Model Perubahan AIDMA Kke AISAS	14
Gambar 2. 1 Logo Setjen DPR RI.....	16
Gambar 3. 1 Logo Setjen DPR RI.....	16
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Setjen DPR RI.....	18
Gambar 3. 3 Logo Biro Pemberitaan DPR RI	20
Gambar 3. 4 Struktur Organisasi Biro Pemberitaan Parlemen	21
Gambar 3. 5 Struktur Organisasi Media Sosial.....	22
Gambar 3. 6 Alur Kerja Pembuatan Konten Stories	28
Gambar 4. 1 Logo DPR RI.....	33
Gambar 4. 2 . Konten Periode September - Desember 2024	33
Gambar 4. 3 Instagram DPR RI	35
Gambar 4. 4 Insight Permisa Instagram DPR RI	36
Gambar 4. 5 Brief Mentor Mengenai Agenda.....	37
Gambar 4. 6 Riset Referensi Editing Konten Stories.....	38
Gambar 4. 7 Proses Pengambilan Gambar Konten Stories DPR RI.....	40
Gambar 4. 8 Penyuntingan Video Konten Stories	41
Gambar 4. 9 Data Insight Audiens DPR RI	44
Gambar 4. 10 Data Insight Periode September - Desember 2024	54
Gambar 4. 12 Data Perbandingan Engagement Rate	57
Gambar 4. 13 Data Insight Konten Stories Rapat Paripurna	59
Gambar 4. 14 Data Insight Pengesahan UU TNI.....	62
Gambar 4. 15 Data Insight Tayangan dan Jangkauan	66
Gambar 4. 16 Data Insight Interaksi dan Klik Konten.....	67
Gambar 4. 17 Data Insight Kunjungan dan Pengikut	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa.....	75
Lampiran 2. Lembar Pembimbing I Tugas Akhir	78
Lampiran 3. Lembar Pembimbing 2 Tugas Akhir.....	79
Lampiran 4. Bukti Pekerjaan Peserta Magang	80
Lampiran 5. Surat Keterangan Magang	82
Lampiran 6. Hasil Cek Plagiarisme Tugas Akhir.....	83
Lampiran 7. Sertifikasi Kompetensi	84
Lampiran 8. Dokumentasi Bimbingan dan Sidang Tugas Akhir	86