

LAPORAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM JASA MARGA UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* AUDIENS DI KALANGAN GENERASI MILLENIAL

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya



Disusun Oleh
VANNY RAHMA AULIA
NIM : 2270404119

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Media Sosial Instagram Jasa
Marga untuk Meningkatkan Engagement Audiens di
Kalangan Generasi Millenial
Penulis : Vanny Rahma Aulia
NIM : 2270404119
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, 29 Juli 2025.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji



Anindita Budi Astuti, S.E., M.M
NIP 198103052008122001

Anggota 1



Firda Nida Fauziyyah S.I.Kom

Anggota 2



Sartika Ekadyasa M.I.Kom
NIP 198812222020122006

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi


Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
NIP-197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Media Sosial Instagram Jasa Marga untuk Meningkatkan *Engagement* Audiens di Kalangan Generasi Millenial

Penulis : Vanny Rahma Aulia

NIM : 2270404119

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

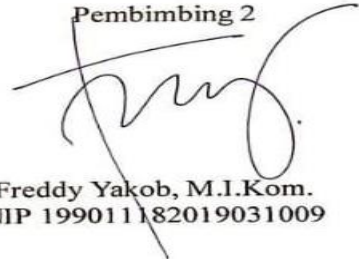
Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 01 Juni 2025

Pembimbing 1



Sartika Ekadiyasa, S.Kom, M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Pembimbing 2



Freddy Yakob, M.I.Kom.
NIP 199011182019031009

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vanny Rahma Aulia
NIM : 2270404119
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

**Perancangan Konten Media Sosial Instagram Jasa Marga untuk Meningkatkan
Engagement Audiens di Kalangan Generasi Millenial 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, 6 Juli 2025

Yang menyatakan


METERAI
TEMPEL
K-FF6AMX403341977
Vanny Rahma Aulia
NIM: 2270404119

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Vanny Rahma Aulia
NIM : 2270404119
Program Studi : Periklanan
Jurusan : 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:

Perancangan Konten Media Sosial Instagram Jasa Marga untuk Meningkatkan Engagement Audiens di Kalangan Generasi Millennial 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, 06 Juli 2025

Yang menandatangani,



Vanny Rahma Aulia
NIM: 227040119

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Media Sosial Instagram Jasa Marga untuk Meningkatkan *Engagement* Audiens di Kalangan Generasi Milenial

ABSTRACT

The author designs content through the stages of preparation, implementation, and evaluation with the STP (Segmenting, Targeting, Positioning) and AISAS approaches. The results show that the use of relevant headlines significantly increases the engagement of millennial generation audienss. This final project discusses the design of Instagram social media content @official.jasamarga to increase engagement among millennials. Based on observations, low interaction is caused by the lack of attractive headlines. One important element in designing this content is the use of headlines that are more humanistic and relevant to millennial audienss. Headlines that are attractive, informative, and close to the audiens's daily lives have proven to be more effective in attracting attention and encouraging interaction. The results of the analysis show that after the headline update, there was a significant increase in the level of engagement, both in terms of the number of likes, comments, shares, and reach. A comparison between content performance before and after the headline change shows that content with relevant headlines gets a higher engagement rate, as well as a wider reach.

Keywords: Instagram, STP , Engagement, Millennials, Headlines.

ABSTRAK

Penulis merancang konten melalui tahapan persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi dengan pendekatan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) dan AISAS. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan *headline* yang relevan secara signifikan meningkatkan keterlibatan audiens generasi milenial. Tugas akhir ini membahas perancangan konten media sosial Instagram @official.jasamarga untuk meningkatkan *engagement* di kalangan generasi milenial. Berdasarkan observasi, rendahnya interaksi disebabkan oleh kurangnya *headline* yang menarik. Salah satu elemen penting dalam perancangan konten ini adalah penggunaan *headline* yang lebih humanis dan relevan dengan audiens milenial. *Headline* yang menarik, informatif, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari audiens terbukti lebih efektif dalam menarik perhatian dan mendorong interaksi. Hasil analisis menunjukkan bahwa setelah pembaruan *headline*, terdapat peningkatan signifikan dalam tingkat *engagement*, baik dalam hal jumlah like, komentar, share, maupun reach. Perbandingan antara performa konten sebelum dan setelah perubahan *headline* menunjukkan bahwa konten dengan *headline* yang relevan memperoleh *engagement rate* yang lebih tinggi, serta jangkauan yang lebih luas.

Kata Kunci: Instagram, STP, *Engagement*, Milenial, *Headline*

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 ini sebagai kewajiban bagi penulis yang telah melaksanakan Praktik di industri yang diselenggarakan oleh program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

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.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi.
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn, Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, SS., M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom dan Freddy Yakob, M.I.Kom. Dosen Pembimbing Tugas Akhir
7. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
8. Kepada Ibu dan Ayah Penulis yang senantiasa memberikan doa dan semangat sehingga pengerjaan tugas akhir dapat dilaksanakan dengan lancar.
9. Kepada Omah dan Opah yang senantiasa kasih dan sayang yang tidak pernah putus serta doa yang membuat penulis dapat semangat dalam melakukan penulisan.
10. Booble Agency selaku sahabat di masa perkuliahan yang tak dapat disebutkan satu per satu, namun telah menjadi tempat berbagi cerita, saling menyemangati, dan menemani proses hingga laporan ini dapat diselesaikan.
11. Kepada Ii Siti Khadijah, atas dukungan dan motivasinya yang turut membantu saya dalam menyelesaikan laporan ini.
12. Kepada Jimbo, Vinno dan Sean atas memberikan dukungan, semangat, dan inspirasi dalam setiap langkah yang saya ambil untuk menyelesaikan penulisan.

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS	
PLAGIARISME.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah.....	3
E. Tujuan Penulisan.....	4
F. Manfaat Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Komunikasi.....	5
B. Media Sosial.....	6
C. <i>Social Media Engagement</i>	11
D. <i>Engagement Rate</i>	11
E. <i>STP</i>	12
F. AISAS.....	15
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	16
A. Data /Objek Penulisan.....	16
B. Teknik Pengumpulan Data.....	17
C. Ruang Lingkup.....	18
D. Langkah kerja.....	19
BAB IV PEMBAHASAN.....	21
A. Gambaran Umum Instagram Jasa Marga.....	21
B. Analisis STP.....	22
C. Proses Perancangan Konten Kreatif.....	23
D. Penerapan Metode AISAS.....	31
E. Performa <i>Engagement</i> Konten Instagram Jasa Marga.....	35
F. Hasil Pembaruan Konten.....	38
G. Hasil Karya.....	40
BAB V KESIMPULAN.....	43
A. Kesimpulan.....	43
B. Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Audiens Generasi Milenian	2
Gambar 2 STP	12
Gambar 3 Logo Jasa Marga.....	16
Gambar 4 Langkah Kerja	19
Gambar 5 Akun Instagram Jasa.....	21
Gambar 6 <i>Brainstorming</i> Tim	24
Gambar 7 Riset Tren melalui Google Trend	25
Gambar 8 <i>Brief</i> Konten	27
Gambar 9 Penjadwalan Konten	28
Gambar 10 <i>Meeting</i> Hasil <i>Brief</i> Konten	29
Gambar 11 Revisi Hasil <i>Brief</i> Konten	31
Gambar 12 <i>Attention</i> dalam Konten Jasa Marga.....	32
Gambar 13 <i>Interest</i> dalam Konten Jasa Marga	32
Gambar 14 <i>Search</i> dalam Konten Jasa Marga	33
Gambar 15 <i>Action</i> dalam Konten Jasa Marga	34
Gambar 16 <i>Share</i> dalam Konten Jasa Marga	34
Gambar 17 Konten Instagram Jasa Marga	40
Gambar 18 Konten Instagram Jasa Marga	41
Gambar 19 Konten Instagram Jasa Marga	41

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Segmentasi.....	22
Tabel 2 Performa Konten Sebelum Adanya Pembaruan Terhadap <i>Headline</i>	36
Tabel 3 Performa Konten Sesudah Pembaruan Headline	37
Tabel 4 Hasil Pembaruan Konten	38
Tabel 5 Data Kenaikan Audiens terhadap Generasi Millenial	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Form TA-04- Bebas Biaya Pendidikan	61
Lampiran 2 Form TA-04- Lembar Pembimbing Tugas Akhir	62
Lampiran 3 Form TA-04- Lembar Pembimbing Tugas Akhir	63
Lampiran 4 Dokumentasi Bimbingan Tugas Akhir	64
Lampiran 5 Form TA-04- Hasil Cek Plagiarisme Tugas Akhir	65
Lampiran 6 Form TA-04- Sertifikat Kompetensi TOEFL	66