

# **LAPORAN TUGAS AKHIR**

## **PENGELOLAAN KONTEN INSTAGRAM @TVONENEWS DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan  
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



**Disusun oleh**  
**RIDHA HANIFAH**  
**NIM 21330093**

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN**  
**JURUSAN KOMUNIKASI**  
**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA**  
**2024**

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Konten Instagram @tvonenews Dalam  
Meningkatkan Engagement  
Penulis : Ridha Hanifah  
NIM : 21330093  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi

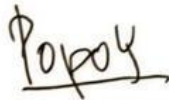
Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir  
dikampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari ..Kamis..., tanggal .31.Juli 2024

Disahkan oleh:  
Ketua Penguji,



Rizky kertanegara, S.S., M.Si., CIAL  
NIP. 198301152014041001

Anggota 1



Ferdiansyah, M.sn

Anggota 2



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom  
NIP. 198812222020122006

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Komunikasi



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

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Konten Kreatif @tvonnews Pada Instagram Dalam Meningkatkan Engagement  
Penulis : Ridha Hanifah  
NIM : 21330093  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.  
Ditandatangani di ..... Jakarta, ..... 8 Juli 2024 .....

Pembimbing I



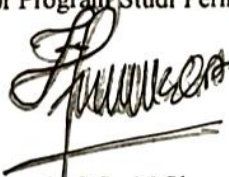
Sartika Ekadyasa, M.I.Kom  
NIP. 198812222020122006

Pembimbing II



Dr. Ressa Uli Patrissia, S.S., M.Ikom

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi Periklanan



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

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR  
DAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ridha Hanifah  
NIM : 21330093  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi  
Tahun Akademik : 2023/2024

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Pengelolaan Konten Instagram @tvonenews Dalam Meningkatkan Engagement 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, 6 Juli 2024

Yang menyatakan,



Ridha Hanifah

NIM: 21330093

### PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Ridha Hanifah  
NIM : 21330093  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Komunikasi  
Tahun Akademik : 2023/2024

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengelolaan Konten Instagram @tvonenews Dalam Meningkatkan Engagement

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalih media/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, 6 Juli 2024  
Yang menyatakan,



Ridha Hanifah  
NIM: 21330093

## **ABSTRAK**

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Konten @tvonenews Pada Instagram Dalam Meningkatkan Engagement

Pembimbing 1 : Sartika Edyakasa, M.I.Kom

Pembimbing 2 : Dr. Ressa Uli Patrissia, S.S., M.Ikom

In making this final assignment, the author discussed managing Instagram content on @tvonenews in content feeds and reels in the period February to May 2024. As social media @tvonenews always consistently explores the interest of its audience through a variety of interesting content. This content management includes updating content by using good headline writing, captions and hashtags, interesting visuals, and effective storytelling. and using the STP theory (Segmentation, Targeting, Positioning) to collect data so that the content created is relevant, appropriate and interesting and can also provide updated information for the audience. The results of implementing this strategy show an increase in the level of audience interaction. The results are not only interesting but also informative. @tvonenews content gets more likes, shares and comments.

Keywords: Engagement, Content, Instagram, Uploads, STP

Dalam pembuatan tugas akhir ini, Penulis membahas mengenai pengelolaan konten Instagram pada @tvonenews dalam konten feeds dan reels pada periode Februari hingga Mei 2024. sebagai media sosial @tvonenews selalu konsisten menggali ketertarikan audiensnya melalui variasi konten yang menarik pada pengelolaan konten ini meliputi pembaruan konten dengan menggunakan penulisan headline, caption dan hastag yang baik, visual-yang menarik, storytelling yang efektif. dan menggunakan teori STP (Segmentation, Targeting, Positioning) untuk pengumpulan data agar konten yang dibuat relevan, sesuai dan menarik selain itu dapat memberikan informasi yang terupdate bagi audiens, Hasil dari penerapan strategi ini menunjukkan peningkatan dalam tingkat interaksi audiens. konten yang dihasilkan tidak hanya menarik tetapi juga informatif. Konten @tvonenews mendapatkan lebih banyak like, share, dan komentar.

Kata Kunci: Engagement, Content, Instagram, Ungahan, STP.

## KATA PENGANTAR

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 yang telah membuat dan mengelola media sosial dari Instagram tvonenews. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul Pengelolaan Konten Instagram @tvonenews Dalam Meningkatkan Engagement

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, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.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. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom Pembimbing Laporan Praktik Industri.
7. Josua Jon, selaku Pembimbing Industri di Tvone.
8. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah pelayanani mahasiwia selama penulisan menempuh Pendidikan disini.
9. Para staff dan Team Tvone yang telah Membantu dan membimbing penulis selama di TVONE.
10. Kepada kedua orang tua tercinta atas doa, Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. kesabaran, dan pengorbanan yang tiada

henti, serta dukungan moral dan material yang telah diberikan sepanjang perjalanan ini, yang tanpa cinta dan dukungan orang tua, penulis tidak akan mampu mencapai titik ini.

11. Adik fani yang telah membantu kapan pun penulis meminta bantuan, yang selalu menemani penulis dalam mengerjakan tugas akhir.
12. Sophie Sita Amalia yang selalu memberikan dukungan moral, semangat, dan bantuan yang sangat berarti untuk penulis yang membuat setiap tantangan terasa lebih mudah dihadapi dan setiap keberhasilan menjadi lebih berarti untuk dirayakan.
13. Kirei dan Arlinda yang senantiasa memberikan dukungan dari masa awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
14. Arum yang mengajarkan penulis yang telah memberikan dukungan, semangat dari awal perkuliahan dan persahabatan yang berharga.
15. Sahabat-sahabat penulis yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Serta pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namun telah memberikan dorongan dan semangat,

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan, baik dari segi isi maupun bahasa serta teknik penulisannya, karena keterbatasan maupun pengetahuan penulis. Walaupun demikian penulis sudah berusaha semaksimal mungkin sehingga penyusunan yang telah ditentukan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, kritik dan saran yang dapat menunjang perbaikan dimasa depan sangat penulis harapkan

Jakarta ,9 Juli 2024

Ridha Hanifah  
NIM 21330093



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Batasan Masalah .....	7
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Tujuan Penulisan .....	8
F. Manfaat Penulisan .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
A. Komunikasi Pemasaran .....	10
1. Definisi Komunikasi Pemasaran .....	10
2. Fungsi Komunikasi Pemasaran .....	11
3. Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	12
B. Pemasaran Digital.....	13
1. STP .....	13
C. Media Digital.....	16
D. Media Sosial .....	18
1. Fungsi media social .....	18
2. Manfaat Media Sosial.....	19
3. Jenis jenis media social .....	20
E. Media Sosial Instagram .....	20
1. Definisi Instagram .....	20

2. Fitur Instagram .....	21
F. <i>ENGAGEMENT</i> .....	23
1. Definisi <i>Engagement</i> .....	23
2. <i>Engagement</i> pada Media Sosial.....	24
3. Indikator <i>Engagement</i> pada Instagram .....	25
4. <i>Engagement Rate</i> .....	25
G. Konten Kreatif .....	26
1. Proses Kreatif .....	27
<b>BAB III METODE PELAKSANAAN.....</b>	<b>28</b>
A. Data Perusahaan .....	28
1. Logo Perusahaan .....	28
2. Profil Perusahaan.....	28
3. Visi Misi .....	29
4. Alamat Perusahaan .....	29
5. Platfrom Perusahaan.....	29
B. Teknik Pengumpulan Data .....	31
1. Observasi .....	31
2. Studi Pustaka .....	32
3. Wawancara .....	32
C. Ruang Lingkup .....	32
1. Peran Penulis .....	32
2. Katagori Karya .....	33
3. Ide Kreatif.....	33
D. Langkah dan Alur Kerja .....	33
1. Tahap Persiapan (Pre-Produksi).....	34
2. Tahap Produksi ( <i>Production</i> ) .....	34
3. Pasca Produksi ( <i>Past Production</i> ).....	35
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
A. Gambaran Umum .....	36
B. Analisis STP .....	37

C. Proses Pengelolaan Konten Kreatif .....	38
1. Pra-Produksi .....	39
2. Produksi.....	44
3. Pasca Produksi.....	46
D. Hasil Karya.....	47
E. Engagement .....	48
F. Engagement Konten Dalam Satu Hari .....	50
G. Hasil Pembaruan konten.....	51
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>53</b>
A. Kesimpulan.....	53
B. Saran .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>56</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>60</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWA.....</b>	<b>60</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.</b> Segmentasi .....	37
<b>Tabel 2.</b> Penjadwalan.....	42
<b>Tabel 3.</b> Perbandingan <i>Content</i> .....	48
<b>Tabel 5.</b> Hasil Pembaruan.....	51

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.</b> Data pengguna aktif di indonesia .....	1
<b>Gambar 2.</b> Data media sosial paling banyak digunakan.....	2
<b>Gambar 3.</b> Data Penggunaan Media di Indonesia .....	4
<b>Gambar 4.</b> STP .....	13
<b>Gambar 5.</b> Logo Tvone.....	28
<b>Gambar 6.</b> <i>Website</i> Tvone .....	30
<b>Gambar 7.</b> <i>Instagram</i> Tvone.....	30
<b>Gambar 8.</b> <i>Flow of Work</i> .....	33
<b>Gambar 9.</b> <i>Flow of job</i> .....	38
<b>Gambar 10.</b> <i>Content Pillar</i> .....	39
<b>Gambar 11.</b> Konten NewsOne.....	39
<b>Gambar 12.</b> Konten FlashOne .....	40
<b>Gambar 13.</b> <i>Website</i> tvone.....	43
<b>Gambar 14.</b> <i>Brief</i> Konten.....	43
<b>Gambar 15.</b> <i>Preview</i> dan Revisi Konten .....	44
<b>Gambar 17.</b> <i>Upload Konten</i> .....	46