

LAPORAN TUGAS AKHIR

PENERAPAN STRATEGI *NEWSJACKING* PADA KONTEN INSTAGRAM REELS UNTUK MENINGKATKAN *AWARENESS* AKUN @rajaholiday_id

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar (A.Md) Ahli Madya Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

Syifa Fattiyah Sumardi

NIM : 2370404145

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA

2026

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Penerapan Strategi *Newsjacking* Pada Konten
Instagram *Reels* Untuk Meningkatkan *Awareness*
Akun @rajaholiday_id
Penulis : Syifa Fattiyah Sumardi
NIM : 2370404145
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 Kamis tanggal 23 Juli 2026

Disahkan oleh:

Ketua Penguji

Laelatul Pathia, S.I.Kom, M.I.Kom.
NIP. 199007162024062002

Anggota 1

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

Anggota 2

Maya Puspita Dewi, S.Sos., M.M.
NIDN. 0309047603

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



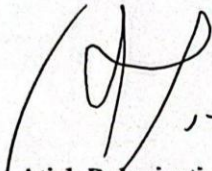
Immanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M.
NIP. 197106062006041001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Syifa Fattiyah Sumardi
NIM : 2370404145
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di ...Jakarta..., ...12...04...2026.

Pembimbing I



Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd.
NIDN. 0029046206

Pembimbing II



Maya Puspita Dewi, S.Sos., M.M.

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	: Syifa Fattiyah Sumardi
NIM	: 2370404145
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
Penerapan Strategi *Newsjacking* Pada Konten *Instagram Reels* Untuk Meningkatkan *Awareness* Akun @rajaholiday_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 sebenar-benarnya.

Jakarta, 12 Juni 2026 (Tanggal Persetujuan Sidang TA) Yang


Syifa Fattiyah Sumardi
2370404145

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Syifa Fattiyah Sumardi
NIM : 2370404145
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

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: Penerapan Strategi *Newsjacking* Pada Konten *Instagram Reels* Untuk Meningkatkan *Awareness* Akun @rajaholiday_id 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, 12 Juni 2026 (Tanggal Persetujuan Sidang TA)

Yang menyatakan,


Syifa Fattiyah Sumardi
2370404145

The image shows a yellow rectangular stamp with a red border. Inside the stamp, there is a red circular emblem with a white star and the letters 'PMP'. Below the emblem, the text 'METERAI TEMPEL' is visible. At the bottom of the stamp, the alphanumeric code '20FB2AOX016622073' is printed. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

ABSTRAK

The background of this study is the low awareness of the Instagram account @rajaholiday_id, indicated by the low number of Accounts Reached due to content that has not been able to attract audience Attention effectively. This study aims to describe the implementation of the newsjacking strategy through Instagram Reels content as a digital advertising medium in increasing the awareness of the Instagram account @rajaholiday_id. The method used is a project-based approach with data collection techniques including observation and literature studies during the industrial internship at PT Raja Holiday Indonesia. The implementation of the strategy was carried out through three stages: pre-production, production, and post-production, starting from reSearching current issues, creating content, to evaluating performance using Instagram Insights. The results showed an increase in Accounts Reached from 9,686 accounts in December 2025 to 72,988 accounts in March 2026. Based on the evaluation using the AISAS model, the implementation of this strategy was able to increase audience Attention, Interest, information Search, and interAction with the published content. These results indicate that the newsjacking strategy is effective in supporting the improvement of awareness for the Instagram account @rajaholiday_id.

Keywords: newsjacking, Instagram Reels, awareness, social media, digital marketing.

Latar belakang penulisan ini adalah rendahnya *awareness* akun Instagram @rajaholiday_id yang ditandai dengan rendahnya jumlah *Accounts Reached* akibat konten yang belum mampu menarik perhatian khalayak. Penulisan ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan strategi *newsjacking* melalui konten Instagram Reels sebagai media periklanan digital dalam meningkatkan *awareness* akun Instagram @rajaholiday_id. Metode yang digunakan adalah pendekatan berbasis proyek (project-based) dengan teknik pengumpulan data berupa observasi dan studi pustaka selama pelaksanaan praktik industri di PT Raja Holiday Indonesia. Penerapan strategi dilakukan melalui tiga tahap, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, mulai dari riset isu yang sedang berkembang, pembuatan konten, hingga evaluasi menggunakan Instagram Insights. Hasil menunjukkan adanya peningkatan *Accounts Reached* dari 9.686 akun pada Desember 2025 menjadi 72.988 akun pada Maret 2026. Berdasarkan evaluasi menggunakan model AISAS, penerapan strategi ini mampu meningkatkan perhatian, minat, pencarian informasi, serta interaksi audiens terhadap konten yang dipublikasikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa strategi *newsjacking* efektif dalam mendukung peningkatan *awareness* akun Instagram @rajaholiday_id.

Kata kunci: *newsjacking*, Instagram Reels, *awareness*, media sosial, pemasaran digital.

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan tugas akhir ini dengan judul “Penerapan Strategi *newsjacking* pada Konten Instagram Reels Untuk Meningkatkan *Awareness* Akun @rajaholiday_id.”

Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar ahli madya (Diploma-D3) Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan dan motivasi selama proses penulisan ini, karenanya laporan tugas akhir ini bisa selesai dengan baik. Terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah membantu dan memudahkan penulis dalam menulis Laporan Tugas Akhir.
2. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
3. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D., Wakil Direktur Bidang Akademik dan Kerja Sama.
4. Dr. Ir. Cholid Mawardi, S.Kom, M.T., Wakil Direktur 2 Bidang Akademik.
5. Dr. Dayu Sri Herti, S.Pd., M.Sn., Wakil Direktur 3 Bidang Akademik.
6. Imanuel Ronald David Mongkau, M.M., Ketua Jurusan Komunikasi.
7. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi.
8. R. Sulistiyo Wibowo, S.Sn., M.Sn., selaku Ketua Laboratorium Jurusan Komunikasi.
9. Zaenab, S.S., M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan.
10. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom Sekretaris Program Studi Periklanan.
11. Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd., selaku pembimbing 1 penulisan tugas akhir.
12. Maya Puspita Dewi, S.Sos., MM., selaku pembimbing 2 penulisan tugas akhir.

13. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Program Studi Periklanan yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan bekal berharga selama masa perkuliahan.
14. Keluarga Tercinta, Ayah, Ibu, dan seluruh keluarga besar, yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan tanpa henti selama penulis menjalani studi.
15. Para karyawan di Raja Holiday Indonesia yang telah menerima penulis selama Praktik Industri.
16. Teman-teman AM, my Kabinet Koyo Group, *especially* Jaras, walaupun kita jarang bertemu tetapi selalu memberi dukungan moral, dan rasa senang, sehingga penulis dapat merasa senang.
17. Teman-teman Kos Sawo, *especially* Indah, yang telah dengan tulus menyediakan kamar kosnya sebagai tempat singgah selama proses penyusunan Tugas Akhir, tempat penulis bolak-balik dari kampus, mengerjakan Tugas Akhir, berbagi cerita, dan berkeluh kesah. Terima kasih atas dukungan, semangat, perhatian, serta kebersamaan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
18. Teman-teman seperjuangan angkatan Periklanan Polimedia 2023, *especially* Daymee, yang sudah mau sering direpotkan dan yang mendukung dan mengingatkan satu sama lain.
19. Seluruh pihak yang turut memberikan dukungan serta bantuan, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu tetapi tidak mengurangi rasa terima kasih penulis.
20. Terakhir, penulis ingin berterima kasih kepada diri sendiri karena telah bersemangat dan berjuang dalam menyelesaikan laporan praktik industri ini.

Bekasi, 02 Juli 2026



Syifa Fattiyah Sumardi

NIM 2370404145

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	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
E. Tujuan Penulisan.....	7
F. Manfaat Penulisan	7

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penggunaan Media Sosial di Indonesia Tahun 2025	1
Gambar 1. 2 Overview Penggunaan Media Sosial di Indonesia Tahun 2025	2

DAFTAR LAMPIRAN

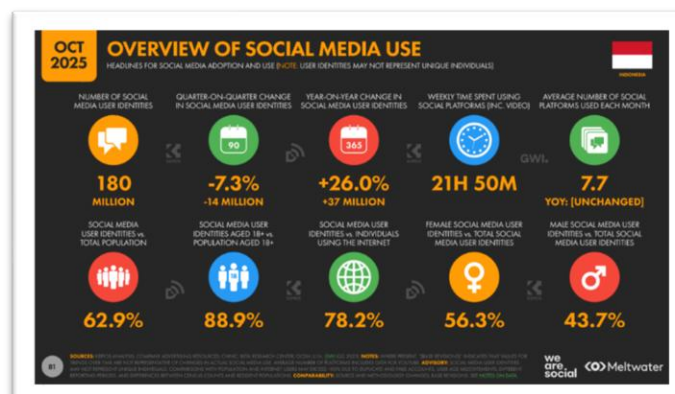
DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWA.....	91
LEMBAR PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR	94
LEMBAR PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR	95
SERTIFIKAT PRAKTIK INDUSTRI.....	96
SURAT KETERANGAN PENGGUNAAN KARYA MAHASISWA PRAKTIK INDUSTRI	97
LEMBAR HASIL CEK PLAGIARISME.....	98
DOKUMENTASI TUGAS AKHIR	100

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

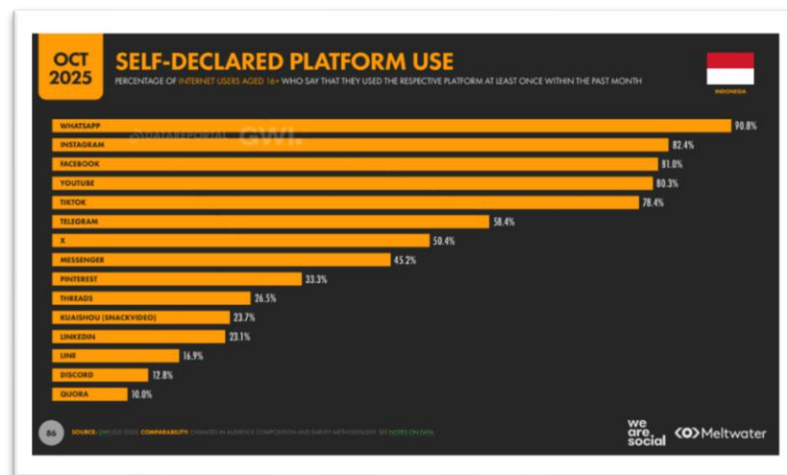
Kemajuan teknologi internet telah mengubah cara perusahaan dalam menjangkau konsumen. Media sosial kini menjadi salah satu sarana pemasaran digital yang banyak dimanfaatkan oleh berbagai sektor industri, termasuk industri pariwisata. Berdasarkan laporan Digital 2026: Indonesia yang dirilis oleh We Are Social bekerja sama dengan Meltwater, jumlah pengguna media sosial di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 26% dibandingkan tahun sebelumnya (year-on-year), mencapai 180 juta pengguna atau setara dengan 62,9% dari total populasi Indonesia (We Are Social & Meltwater, 2026). Tingginya jumlah pengguna tersebut menjadikan media sosial sebagai platform yang efektif bagi perusahaan untuk membangun komunikasi dengan khalayak sekaligus memperluas jangkauan promosi.



Gambar 1. 1 Penggunaan Media Sosial di Indonesia Tahun 2025

Sumber: We Are Social & Meltwater (2025).

Salah satu media sosial yang banyak digunakan masyarakat Indonesia adalah Instagram. Berdasarkan data yang sama, Instagram tercatat sebagai platform dengan tingkat penggunaan tertinggi kedua di Indonesia, digunakan oleh 82,4% pengguna internet berusia 16 tahun ke atas dalam sebulan terakhir, setelah WhatsApp (We Are Social & Meltwater, 2026).



Gambar 1. 2 Overview Penggunaan Media Sosial di Indonesia Tahun
 Sumber: We Are Social & Meltwater (2025).

Tingginya angka tersebut menunjukkan besarnya potensi Instagram sebagai media komunikasi pemasaran, terlebih rata-rata pengguna di Indonesia menghabiskan waktu hingga 21 jam 50 menit per minggu di media sosial, tersebar pada rata-rata 7,7 platform setiap bulannya. Platform ini terus mengembangkan berbagai fitur yang mendukung aktivitas pemasaran digital, salah satunya Instagram Reels. Fitur tersebut memungkinkan pengguna membuat dan membagikan video pendek secara cepat sehingga berpotensi menjangkau khalayak yang lebih luas melalui sistem rekomendasi algoritma Instagram (Meta, 2024). Namun, keberhasilan suatu konten Reels tidak hanya

ditentukan oleh kualitas visual, tetapi juga dipengaruhi oleh kreativitas penyajian konten, ketepatan waktu publikasi, serta relevansinya dengan isu yang sedang berkembang di masyarakat.

Di tengah persaingan konten media sosial yang semakin tinggi, perusahaan dituntut mampu menghasilkan konten yang menarik perhatian khalayak. Salah satu perusahaan yang memanfaatkan media sosial sebagai media promosi adalah Raja Holiday Indonesia, perusahaan jasa perjalanan wisata yang berlokasi di Kota Bekasi, Jawa Barat. Raja Holiday Indonesia memiliki beberapa akun media sosial, namun berdasarkan hasil observasi selama kegiatan Praktik Industri, jangkauan (*Accounts Reached*) akun Instagram @rajaholiday_id masih belum optimal dibandingkan dengan platform media sosial lain yang dimiliki perusahaan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa konten Instagram yang dipublikasikan belum mampu menjangkau audiens secara lebih luas sehingga diperlukan strategi konten yang lebih efektif. Kondisi tersebut menjadi salah satu pertimbangan penulis untuk memfokuskan penelitian pada akun Instagram, mengingat tingginya potensi penggunaan Instagram di Indonesia serta fitur Reels yang berpotensi besar dalam memperluas jangkauan apabila dikelola dengan strategi konten yang tepat.

Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan Praktik Industri, strategi pilar konten pada akun Instagram @rajaholiday_id masih berfokus pada penyampaian informasi mengenai paket wisata, destinasi, serta ulasan pelanggan. Dominasi pilar konten tersebut menyebabkan variasi unggahan menjadi terbatas dan belum memanfaatkan isu atau tren yang sedang berkembang di media sosial, sehingga

peluang untuk menarik perhatian khalayak serta memperluas jangkauan akun secara organik belum optimal.

Sebagai upaya mengatasi jangkauan (*Accounts Reached*) akun Instagram @rajaholiday_id yang masih belum optimal serta keterbatasan variasi konten yang belum memanfaatkan isu atau tren yang sedang berkembang di media sosial, Raja Holiday Indonesia menerapkan strategi *newsjacking* pada konten Instagram Reels selama periode Februari hingga Mei 2026. Selama periode tersebut, sebanyak 35 konten Instagram Reels diproduksi dan dipublikasikan melalui akun Instagram @rajaholiday_id dengan mengusung konsep RHI NEWS yang memanfaatkan isu atau berita yang sedang berkembang. Penerapan strategi ini bertujuan untuk menghasilkan konten yang lebih relevan, menarik perhatian pengguna Instagram, serta meningkatkan jangkauan dan *awareness* akun secara organik. Menurut Scott (2011), *newsjacking* merupakan strategi komunikasi pemasaran yang memanfaatkan berita atau isu yang sedang berkembang untuk menarik perhatian publik terhadap suatu merek. Dalam konteks penelitian ini, strategi *newsjacking* diterapkan pada akun Instagram @rajaholiday_id untuk meningkatkan perhatian pengguna terhadap konten yang dipublikasikan sehingga mampu memperluas jangkauan dan meningkatkan *awareness* akun. Penelitian Angell et al. (2020) juga menjelaskan bahwa keberhasilan *newsjacking* dipengaruhi oleh ketepatan waktu dalam merespons isu serta relevansi antara berita yang diangkat dengan identitas merek.

Efektivitas strategi *newsjacking* dalam penelitian ini dianalisis menggunakan model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) yang

dikembangkan oleh Dentsu. Model ini menjelaskan tahapan perilaku konsumen digital yang dimulai dari munculnya perhatian terhadap suatu konten (*Attention*), timbulnya ketertarikan (*Interest*), pencarian informasi lebih lanjut (*Search*), tindakan yang dilakukan pengguna (*Action*), hingga keinginan untuk membagikan kembali informasi tersebut kepada orang lain (*Share*) (Aisyah & Alfikri, 2023). Dalam konteks *newsjacking*, konten yang memanfaatkan isu yang sedang berkembang memiliki peluang lebih besar untuk menarik perhatian khalayak pada tahap *Attention*, kemudian mendorong terjadinya interaksi dan penyebaran konten secara organik. Kondisi tersebut pada akhirnya dapat meningkatkan *awareness* akun @rajaholiday_id sebagai media promosi digital Raja Holiday Indonesia.

Permasalahan tersebut penting untuk dikaji karena berkaitan dengan efektivitas strategi penyampaian konten pada media sosial Raja Holiday Indonesia. Penerapan *newsjacking* diharapkan mampu menghasilkan konten yang lebih relevan dengan kebutuhan khalayak sekaligus meningkatkan peluang konten menjangkau pengguna Instagram secara organik. Oleh karena itu, penelitian mengenai penerapan strategi *newsjacking* menjadi penting untuk mengetahui bagaimana strategi tersebut diterapkan pada konten Instagram Reels dalam mendukung peningkatan *awareness* akun @rajaholiday_id.

Selama melaksanakan kegiatan Praktik Industri di Raja Holiday Indonesia pada periode 5 Januari hingga 30 Juni 2026, penulis berkesempatan terlibat secara langsung sebagai *Social media specialist* dalam proses perencanaan, produksi, hingga publikasi konten Instagram Reels berbasis strategi

newsjacking. Pengalaman tersebut memberikan pemahaman mengenai penerapan strategi komunikasi digital dalam meningkatkan *awareness* akun media sosial perusahaan. Berdasarkan pengalaman tersebut, penulis tertarik mengangkat penelitian berjudul "Penerapan Strategi *Newsjacking* pada Konten Instagram Reels untuk Meningkatkan *Awareness* Akun @rajaholiday_id."

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan yang ada di latar belakang maka identifikasi masalah dalam laporan ini sebagai berikut.

1. Jangkauan (*Accounts Reached*) akun Instagram @rajaholiday_id masih belum optimal sehingga *awareness* akun belum maksimal.
2. Konten Instagram @rajaholiday_id masih didominasi konten promosi paket wisata, destinasi, dan ulasan pelanggan sehingga variasi konten masih terbatas.
3. Konten Instagram @rajaholiday_id belum memanfaatkan isu atau tren yang sedang berkembang untuk menarik perhatian audiens.

C. Batasan Masalah

Penulisan tugas akhir ini dibatasi pada penerapan strategi *newsjacking* pada konten Instagram Reels akun Instagram @rajaholiday_id selama periode Februari hingga Mei 2026. Pembahasan difokuskan pada proses penerapan strategi mulai dari identifikasi isu, pembuatan konten, publikasi, hingga evaluasi hasil. Evaluasi *awareness* akun dilakukan berdasarkan data Instagram Insights melalui metrik *Accounts Reached* dan *Views* pada konten Instagram Reels yang menerapkan konsep RHI NEWS.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah ditetapkan, maka rumusan masalah dalam penulisan ini adalah:

1. Bagaimana proses penerapan strategi *newsjacking* pada konten Instagram Reels untuk meningkatkan *awareness* akun Instagram @rajaholiday_id?

E. Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, tujuan penulisan ini adalah untuk mendeskripsikan proses penerapan strategi *newsjacking* melalui konten Instagram Reels @rajaholiday_id sebagai upaya meningkatkan *awareness* akun.

F. Manfaat Penulisan

Laporan tugas akhir yang telah penulis jabarkan diharapkan dapat memberikan manfaat serta menambah pengetahuan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat dari penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Penulis

Penulisan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman penulis dalam menerapkan strategi konten media sosial, khususnya penggunaan strategi *newsjacking* untuk meningkatkan *awareness* akun.

2. Manfaat Bagi Politeknik Negeri Media Kreatif

Penulisan ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan ilmu periklanan dan media digital, khususnya mengenai penerapan strategi konten media sosial yang sesuai dengan perkembangan industri kreatif.

3. Manfaat Bagi Masyarakat

Penulisan tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para pengelola media sosial di berbagai bidang dalam mengembangkan strategi konten Instagram melalui penerapan strategi *newsjacking*. Selain itu, penulisan ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pemanfaatan isu yang sedang berkembang sebagai strategi untuk meningkatkan *awareness* akun media sosial secara efektif.