



**PENGELOLAAN KONTEN INSTAGRAM KEMENKO PMK  
DALAM MEMBENTUK BRAND AWARENESS**

(Studi Kasus pada Instagram @kemenko\_pmk)

**TESIS**

**OLEH**

**NISA AMALIA**

**55217110059**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2020**



# **PENGELOLAAN KONTEN INSTAGRAM KEMENKO PMK**

## **DALAM MEMBENTUK BRAND AWARENESS**

**(Studi Kasus pada Instagram @kemenko\_pmk)**

**TESIS**

Diajukan sebagai Salah Saty Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi

**OLEH**

**NISA AMALIA**

**55217110059**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2020**

## ABSTRAK

Instagram merupakan salah satu media sosial yang seringkali di manfaatkan sebagai alat untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat, selain itu instagram dirasa cocok untuk membangun brand awareness melalui eWOM (Electronic Word of Mouth) yang tercipta dari komentar pengguna tentang produk atau layanan yang diposting di Instagram. Penelitian ini fokus pada pengelolaan konten dalam membentuk brand awareness.

Konsep utama yang digunakan yaitu teori Pengelolaan Konten berpacu kepada Buku Kementerian Pemberdayaan Manusia dan Perlindungan Anak yang dimulai dari penyusunan program, pembuatan konten sampai dengan distribusi konten.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian studi kasus kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam, studi pustaka, internet dan dokumentasi. Serta dengan teknis analisis reduksi data, display data, mengambil keputusan dan verifikasi dan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam mengelola instagram, Tim Kemenko PMK belum melaksanakan tugasnya dengan efektif karena publikasi yang dilakukan tidak sesuai dengan harapan masyarakat yang ingin mengetahui informasi mengenai Kemenko tersebut. Sarannya adalah dapat menetapkan audiens dan strategi konten, menerapkan copywriting, memperbanyak konten menarik dan menjadikan instagtam sebagai media sosial komunikasi 2 arah.

Kata kunci : Pengelolaan Pesan, Brand Awareness, Media Sosial, Instagram

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Pengelolaan Konten Instagram Kemenko Pmk Dalam Membentuk Brand Awareness (Studi Kasus pada Instagram @kemenko\_pmk)

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana pengelolaan konten media sosial intagram dalam membentuk *Brand Awareness* serta sampai di tahap mana brand awareness Kemenko PMK di mata masyarakat.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Yoyoh Hereyah, sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesin ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Ahmad Mulyana, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi.
3. Seluruh Dosen dan Staf administrasi Prodi Magister Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Alfiati dan Bapak Munir, selaku orang tua yang selalu memberikan dukungan baik moral, materil maupun spiritual.
5. Achmad Soleh, Ihti Oktarina dan Muhammad Yusuf, selaku Narasumber internal Kemenko PMK dalam penelitian ini.
6. Para Follower Kemenko PMK, selaku Narasumber ekstenal Kemenko PMK dalam penelitian ini
7. Rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah Media Sosial sebagai Pembentuk *Brand Awareness*.

Penulis



MERCU BUANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

- 1 Judul : Pengelolaan Konten Instagram Kemenko PMK dalam Membentuk Brand Awareness (Studi Kasus pada Instagram @kemenko\_pmk)
- 2 Bentuk Tesis : Penelitian
- 3 Nama : Nisa Amalia
- 4 NIM : 55217110059
- 5 Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
- 6 Tanggal : 1 Juni 2020

Pembimbing

(Dr. Yoyoh Hereyah, S.Pd, M.Si)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi

(Prof. Dr. Ing. Mudrik Alaydrus)

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini

**Judul** Pengelolaan Konten Instagram Kemenko PMK dalam Membentuk Brand Awareness (Studi Kasus pada Instagram @Kemenko\_pmk)

**Nama** Nisa Amalia

**NIM** 55217110059

**Program** Corporate Communications

**Tanggal** 1 Juni 2020

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Serat Keputusan Ketua Program Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 1 Juni 2020



(Nisa Amalia)

## PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Nisa Amalia  
NIM : 55217110059  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul “Pengelolaan Konten Instagram Kemenko PMK dalam Membentuk Brand Awareness (Studi Kasus pada Instagram @kemenko\_pmk).”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 20 Juli 2020, didapatkan nilai persentase sebesar 25 %.



Jakarta, 20 Juli 2020

Administrator Turnitin

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Arie Pangudi', is written over the printed name below. The signature is fluid and cursive.

Arie Pangudi, A.Md

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR LAMPIRAN .....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	9
1.3 Identifikasi Masalah .....	9
1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Manfaat Dan Kegunaan Penelitian .....	11
1.5.1 Manfaat Penelitian .....	11
1.5.2 Kegunaan Penelitian .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	12
2.1.1 Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Kajian Teori .....	27
2.2.1 New Media .....	27
2.2.2 Media Sosial .....	32
2.2.3 Instagram .....	38
2.2.4 Generasi Millennial .....	43
2.2.5 Penyusunan Program Media Sosial .....	45
2.2.6 Karakteristik Tim Media Sosial .....	48
2.2.7 Brand .....	50
2.2.6.1 Brand Awareness .....	51
2.3 Kerangka Pemikiran .....	53
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Objek Penelitian .....	55
3.2 Paradigma Penelitian .....	55
3.3 Metode Penelitian .....	56
3.4 Key Informan .....	58
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	60
3.5.1 Data Primer .....	60
3.5.2 Data Sekunder .....	61
3.6 Teknik Analisa Data .....	61
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	63
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	67



4.2 Hasil Penelitian .....	73
4.3 Pembahasan .....	97
<b>BAB IV PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	105
5.2 Saran .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	107
<b>LAMPIRAN</b> .....	111



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 2.3 Tabel Kerangka Pemikiran.....	54



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Laporan Digital di Asia Tenggara .....	2
Gambar 1.1.2 Tampilan Instagram Kemenko PMK .....	8
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kemenko PMK .....	72
Gambar 4.2.1 Postingan Pertama Instagram Kemenko PMK .....	76
Gambar 4.2.2 Menteri Kemenko PMK Menyambut Delegasi Negara ..	78
Gambar 4.2.3 Kuis dalam Rangka Asian Games .....	79
Gambar 4.2.4 Pameran SAIK 2019 .....	79
Gambar 4.2.5 Tampilan Instagram Kemenko PMK .....	80
Gambar 4.2.6 Tampilan Twitter Kemenko PMK .....	80
Gambar 4.2.7 Tampilan Youtube Kemenko PMK .....	81
Gambar 4.2.8 Tampilan Facebook Kemenko PMK .....	81
Gambar 4.2.9 Konten Produksi Kemenko PMK .....	83
Gambar 4.2.10 Narasi Tunggal .....	83
Gambar 4.2.11 Foto Dokumentasi Kegiatan Kemenko PMK .....	84
Gambar 4.2.12 Konten Foto Kutipan .....	85
Gambar 4.2.13 Konten Poster .....	85
Gambar 4.2.14 Konten Infografis .....	86
Gambar 4.2.15 Konten Video .....	87

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi .....	108
Lampiran 2 Transkrip Wawancara .....	108



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA