



**Analisa Pengelolaan Konten Media Sosial PT
Transportasi Jakarta dalam Membentuk *Brand
Awareness***

(Studi Kasus pada Instagram @pt_transjakarta)



TESIS

UNIVERSITAS
OLEH
MERCU BUANA

NOVIRA WIEKE ADRIANY

55220110003

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU

KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA 2020

ABSTRACT

The rapid development of technology has brought many benefits to many aspects of life, one of them is the rise of the Internet or digitalization. Internet users in Indonesia are as many as 212.9 million or 77% of the total population (276.4 million inhabitants) and with active social media users of 167 million or 60.4% of the overall population, with Instagram ranked the second most used social media in Indonesia. This study examines Social Media Content Management Analysis of PT Transportasi Jakarta in Forming Brand Awareness. The purpose of this study is to see the effectiveness of the management of social media content of PT Transportation Jakarta, in particular instagram carried out by PT Transportasi Jakarta against brand awareness of PT Transportasi Jakarta.

This research uses a qualitative approach with case study methods. The data collection technique was conducted using interviews as well as supporting documents related to content management on the instagram media @pt_transjakarta.

The results of this study show that the wider public has been aware of the services of PT Transportation Jakarta and the content produced today has the diversity to reach more people. However, the public expects Transjakarta to provide more frequently content in the form of information about its route services or operations.

Keywords: social media content management, social media, brand awareness.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin pesat memberikan berbagai manfaat bagi berbagai aspek kehidupan, salah satunya adalah dengan berkembangnya internet atau digital. Pengguna internet di Indonesia adalah sebanyak 212,9 juta atau 77% dari total populasi (276,4 juta penduduk) serta dengan pengguna media sosial aktif sebesar 167 juta atau 60,4% dari total populasi, dengan instagram berada di peringkat kedua media sosial yang digunakan di Indonesia. Penelitian ini meneliti Analisa Pengelolaan Konten Media Sosial PT Transportasi Jakarta dalam Membentuk *Brand Awareness*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat adanya efektivitas pengelolaan konten media sosial PT Transportasi Jakarta, khususnya instagram dilakukan oleh PT Transportasi Jakarta terhadap *brand awareness* PT Transportasi Jakarta.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara serta menggunakan dokumen pendukung yang berkaitan dengan pengelolaan konten pada media instagram @pt_transjakarta.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat secara luas telah aware terhadap produk-produk layanan PT Transportasi Jakarta dan konten yang diproduksi saat ini memiliki keberagaman untuk menjangkau lebih banyak masyarakat. Namun masyarakat mengharapkan Transjakarta lebih sering memberikan konten berbentuk informasi mengenai layanan rute atau operasionalnya.

Keyword: pengelolaan konten instagram, media sosial, *brand awareness*

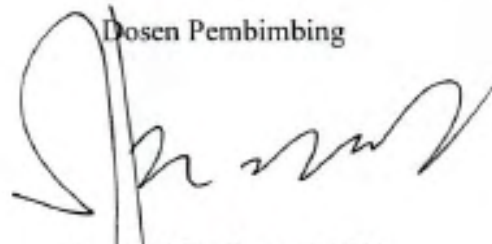
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Novira Wieke Adriany
NIM : 55220110003
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Korporate Komunikasi dan Komunikasi Pemasaran
Judul Karya Akhir/Tesis : Analisa Pengelolaan Konten Media Sosial PT
Transportasi Jakarta dalam Membentuk Brand
Awareness (Studi Kasus pada Instagram
@pt_transjakarta)

Jakarta, 28 Agustus 2023

Dosen Pembimbing



(Dr. Heri Budianto, M.Si.)



MERCU BUANA

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

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Analisa Pengelolaan Konten Media Sosial PT Transportasi
Dalam Membentuk Brand Awareness Brand Awareness (Studi
Kasus pada Instagram @pt_transjakarta)
Nama : Novira Wieke Adriany
NIM : 55220110003
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Korporate Komunikasi dan Komunikasi Pemasaran
Tanggal : 28 Agustus 2023

Jakarta, 28 Agustus 2023
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Prof Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Afdal Makkuraga, M.Si)
3. Pembimbing :
(Dr. Heri Budiarto, M.Si)

(.....)
(.....)
(.....)

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

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Analisa Pengelolaan Konten Media Sosial PT Transportasi
Dalam Membentuk Brand Awareness Brand Awareness (Studi
Kasus pada Instagram @pt_transjakarta)
Nama : Novira Wieke Adriany
NIM : 55220110003
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Korporate Komunikasi dan Komunikasi Pemasaran
Tanggal : 28 Agustus 2023

Jakarta, 28 Agustus 2023
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Prof Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Afdal Makkuraga, M.Si)
3. Pembimbing :
(Dr. Heri Budianto, M.Si)



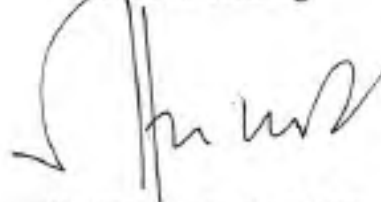
(.....)
(.....)
(.....)

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Novira Wieke Adriany
NIM : 55220110003
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Korporate Komunikasi dan Komunikasi Pemasaran
Judul Karya Akhir/Tesis : Analisa Pengelolaan Konten Media Sosial PT
Transportasi Jakarta dalam Membentuk Brand
Awareness (Studi Kasus pada Instagram
@pt_transjakarta)

Jakarta, 28 Agustus 2023

Dosen Pembimbing



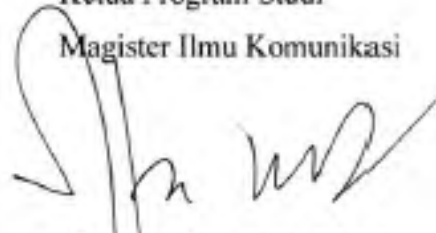
(Dr. Heri Budiarto, M.Si)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budiarto, M.Si)



PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama	:	Novira Wieke Adriany
NIM	:	55220011003
Program Studi	:	Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul “Analisa Pengelolaan Konten Media Sosial PT Transportasi Jakarta dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus instagram @pt transjakarta)” telah dilakukan pengecekan Similarity dengan sistem Turnitin pada 15 Agustus 2023, didapatkan nilai presentase sebesar 16%.

Jakarta, 15 Agustus 2023
Administrator Turnitin



Sukadi, SE., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Analisa Pengelolaan Konten Media Sosial PT Transportasi Jakarta dalam Membentuk Brand Awareness (Studi Kasus pada Instagram @pt_transjakarta)
Nama : Novira Wieke Adriany
N I M : 55220110003
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 28 Agustus 2023

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

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, 28 Agustus 2023



(Novira Wieke Adriany)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah Subhannahu wa ta'ala atas segala berkat, rahmat dan hidayahnya hingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian berjudul “Analisa Pengelolaan Media Sosial PT Transportasi Jakarta terhadap *Brand Awareness* (Studi kasus instagram @pt_transjakarta). Penelitian tesis ini merupakan salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Magister di Universitas Mercubuana Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini apabila tanpa bimbingan dan bantuan berbagai pihak maka tidak dapat terselesaikan dengan baik.

1. Bapak Dr. Heri Budianto, M.Si. selaku Ketua Program Studi Magister Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta sekaligus Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan arahan serta waktunya dalam membantu saya menyelesaikan penelitian ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M. Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Afdal Makkuraga Putra, MM., M.Si selaku Dosen Penelaah yang telah memberikan arahan dan masukan terkait penelitian ini.
4. Ibu Emilia Bassar sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing penelitian ini.
5. Seluruh Dosen Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, trima kasih atas ilmu yang sudah diberikan kepada penulis.
6. Mama, Alm. Papa, Adik, dan seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan dukungan selama menyelesaikan Studi Magister Ilmu Komunikasi.
7. Seluruh keluarga besar PT Transportasi Jakarta yang telah membantu kelancaran penelitian ini.

8. Seluruh sahabat-sahabat yang selalu memberikan dukungan dalam penyelesaian tesis serta rekan-rekan Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
9. Seluruh pihak yang telah membantu jalannya penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat di masa mendatang serta dapat dijadikan sebagai acuan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan media sosial ataupun *brand awareness*.



Jakarta, 28 Agustus 2023

Novira Wieke Adriany

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS.....	iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....	v
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	vi
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	vii
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK.....	viii
PERNYATAAN.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kajian Teoritis	19
2.2.1 Manajemen Komunikasi	19
2.2.2 Media Baru (<i>New Media</i>).....	21

2.2.3	Media Sosial.....	22
2.2.3.1	Instagram Sebagai Media Sosial.....	25
2.2.4	Pengelolaan Konten.....	28
2.2.5	<i>Brand</i>	31
2.2.5.1	<i>Brand awareness</i>	31
2.3	Kerangka Pemikiran	34
BAB III.....		35
METODE PENELITIAN		35
1.1	Objek Penelitian.....	35
1.2	Paradigma Penelitian	35
1.3	Metode Penelitian	37
1.4	Key Informan.....	37
1.5	Teknik Pengumpulan Data	38
1.5.1	Data Primer	39
1.5.2	Data Sekunder	39
1.6	Teknik Analisis Data	39
1.7	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	40
BAB IV		42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	42
4.2	Hasil Penelitian.....	45
4.3	Pembahasan	69
BAB V.....		77
PENUTUP.....		77
5.1	Kesimpulan	77
5.2	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN.....		84
1.	Daftar Pertanyaan Wawancara	84
2.	Transkrip Wawancara.....	87
3.	Dokumentasi Wawancara.....	96
4.	Curriculum Vitae (CV) Peneliti.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
--------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Pengguna Internet di Dunia	1
Gambar 1.2. Data Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 1.3. Data Lama Waktu Penggunaan Media Internet dalam Sehari	2
Gambar 2.1. Data Media Sosial yang Digunakan di Indonesia	27
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4.1. Profil <i>instagram</i> Transjakarta	47
Gambar 4.2. Profil <i>twitter</i> Transjakarta	48
Gambar 4.3. Profil <i>facebook</i> Transjakarta	48
Gambar 4.4. Profil <i>tiktok</i> Transjakarta	49
Gambar 4.5. Profil <i>youtube</i> Transjakarta	50
Gambar 4.6. Struktur organisasi Departemen Informasi Pelanggan	52
Gambar 4.7. Unggahan dengan <i>guideline</i> logo HUT RI	54
Gambar 4.8. Komentar pada <i>instagram</i> Transjakarta	55
Gambar 4.9. Segmen tjerita sahabat	57
Gambar 4.10. Segmen tahukah kamu	57
Gambar 4.11. Konten promosi <i>tenant</i>	58
Gambar 4.12. Segmen NETIJEN, Naek Tije Nyok	59
Gambar 4.13. Segmen Tjari Makan	60

Gambar 4.14. Insta Story Perubahan Rute	61
Gambar 4.15. Informasi Pnyesuaian Layanan Rute Transjakarta.....	61
Gambar 4.16. Informasi Layanan Malam Hari	62
Gambar 4.17. Informasi Perubahan Rute dan Perayaan Hari Anak.....	64
Gambar 4.18. Highlight Instagram Transjaakarta.....	65
Gambar 4.19. Insta Stories pada highlight info rute	66
Gambar 4.20. Instagram Live.....	66
Gambar 4.21. Instagram Reels Transjakarta	67

