



**Strategi Pengelolaan Instagram @Genposting
Sebagai Media Informasi Bidang Maritim
Dalam Meningkatkan *Likes* dan *Engagement***

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**OLEH:
ADITYA RANADIREKSA**

55220120058

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2024**



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : ADITYA RANADIREKSA
NIM : 55220120058
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Manajemen Industri dan Bisnis Media
Judul Karya Akhir/Tesis : Strategi Pengelolaan Instagram @Genposting
Sebagai Media Informasi Bidang Maritim Dalam
Meningkatkan *Likes* dan *Engagement*

UNIVERSITAS Jakarta, Februari 2024
MERCU BUANA Dosen Pembimbing


Melly Rdaryanthi M. Soc. Sc, Ph.D.



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

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Strategi Pengelolaan Instagram @Genposting
Sebagai Media Informasi Bidang Maritim Dalam
Meningkatkan *Likes* dan *Engagement*

Nama : Aditya Ranadireksa

NIM : 55220120058

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Manajemen Industri dan Bisnis Media

Tanggal : Februari 2024

Jakarta, 23 Februari 2024

Mengetahui,

1. Ketua Sidang
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si.) (.....)
2. Penguji Ahli
(Dr. Henni Gusfa, M.Si.) (.....)
3. Pembimbing
(Melly Ridaryanthi M. Soc. Sc, Ph.D.) (.....)



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

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Strategi Pengelolaan Instagram @Genposting
Sebagai Media Informasi Bidang Maritim Dalam
Meningkatkan *Likes* dan *Engagement*

Nama : Aditya Ranadireksa

NIM : 55220120058

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Manajemen Industri dan Bisnis Media

Tanggal : Februari 2024

Jakarta, 23 Februari 2024

Mengetahui,

1. Ketua Sidang
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si.) (.....)
2. Penguji Ahli
(Dr. Henni Gusfa, M.Si.) (.....)
3. Pembimbing
(Melly Ridaryanthi M. Soc. Sc, Ph.D.) (.....)



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

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama : Aditya Ranadireksa
NIM : 55220120058
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Manajemen Bisnis dan Industri Media
Judul Karya Akhir/Tesis : Strategi Pengelolaan Instagram @Genposting
Sebagai Media Informasi Bidang Maritim
Dalam Meningkatkan *Likes* dan *Engagement*

Jakarta, 23 Februari 2024

Dosen Pembimbing



(Melly Ridaryanthi, M. Soc. Sc, Ph.D.)

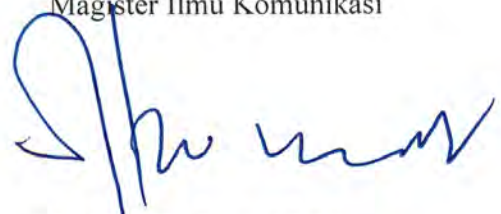
Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi

Magister Ilmu Komunikasi


(Prof. Dr Ahmad Mulyana, M. Si)


(Dr. Heri Budianto, M. Si)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Aditya Ranadireksa
NIM : 55220120058
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul “**STRATEGI PENGELOLAAN INSTAGRAM @GENPOSTING SEBAGAI MEDIA INFORMASI BIDANG MARITIM DALAM MENINGKATKAN *LIKES DAN ENGAGEMENT***”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 27 Februari 2024 didapatkan nilai persentase sebesar 29%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 27 Februari 2024
Administrator Turnitin



Sukadi, SE., MM

PERNYATAAN

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

Judul : Strategi Pengelolaan Instagram @Genposting Sebagai Media Informasi Bidang Maritim Dalam Meningkatkan *Likes* dan *Engagement*
Nama : Aditya Ranadireksa
NIM : 55220120058
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : Februari 2024

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan bimbingan 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, Februari 2024

Materai



Aditya Ranadireksa

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa serta atas rahmat dan karunia-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul: *Strategi Pengelolaan Instagram @genposting Sebagai Media Informasi Bidang Maritim Dalam Meningkatkan Likes dan Engagement(Studi kasus pada akun @genposting)*.

Tugas penelitian ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Magister Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Selesainya tugas penelitian ini tidak terlepas dari bantuan, motivasi, bimbingan dan doa dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penyelesaian tugas akhir ini.

1. Melly Ridaryanthi M. Soc. Sc, Ph.D. selaku dosen pembimbing tesis, berkat bimbingan, masukan, serta dorongan semangatnya yang sangat membantu peneliti dalam menyelesaikan tesis ini.
2. Dr. Henni Gusfa, M.Si. selaku dosen penelaah seminar proposal dan seminar akhir. Terima kasih atas dukungan dan masukan Ibu dalam penelitian ini.
3. Dr. Heri Budianto, M. Si selaku Ketua Program Studi. Terima kasih atas dukungan dan masukan Bapak dalam penelitian ini.
4. Dr. Afdal Makkuraga, M. Si selaku Sekretaris Program Studi. Terima kasih atas dukungan dan masukan Bapak dalam penelitian ini.
5. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Terima kasih atas dukungan Bapak dalam penelitian ini.

6. Septriana Tangkary, Selaku Direktur Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim. Terima kasih atas dukungan Ibu dalam penelitian ini.
7. Narasumber dari Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim Kemenkominfo selaku Ketua Tim Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim, Yudi Syahril, serta seluruh tim yang terlibat dalam pengelolaan akun genpostin. Terimakasih atas bantuan dan dukungannya dalam memberikan informasi dalam penelitian ini.
8. Kedua orang tua penulis Goernawan Ranadireksa dan Siti Farzani, serta kakak adik-adik saya yaitu Reza Ranadireksa (Alm), Vivi Novita dan Nina Carina, yang selalu memberikan doa terbaiknya, memberikan dukungan, dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini.
9. Rekan-rekan mahasiswa/i dan civitas akademi Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, khususnya Kampus Menteng yang menjadi tempat untuk bertukar pikiran dan saling menyemangati untuk menyelesaikan pendidikan Magister ini.

Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan dalam menambah wawasan dan pengetahuan dalam keilmuan komunikasi khususnya mengenai strategi pengelolaan media sosial Instagram. Apabila dalam prosesnya peneliti memiliki kesalahan mohon berkenan untuk dimaafkan. Semoga kita semua senantiasa dalam lindungan Allah SWT.

Jakarta, Februari 2024

Aditya Ranadireksa

ABSTRAK

Wawasan kemaritiman adalah pengetahuan bangsa Indonesia yang memandang laut dan tanah di bawahnya dan udara di atasnya adalah tidak terpisahkan, sejalan dengan hal tersebut pemerintah mendorong generasi muda Indonesia untuk mencintai dunia maritim melalui pemanfaatan media sosial. Media sosial digunakan pemerintah sebagai alternatif pemberian pelayanan dan pembuatan kebijakan publik, pengumpulan berbagai masukan dari masyarakat, dan untuk lebih mendekatkan diri kepada masyarakat.

Pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintah merupakan salah satu inovasi dengan memaksimalkan teknologi media sosial, dalam hal ini salah satunya adalah melalui akun instagram @Genposting yang merupakan akun instagram yang menyajikan capaian, informasi dan program pemerintah di bidang maritim sebagai kanal *digital campaign* yang dikelola oleh Direktorat Informasi dan Perekonomian dan Maritim, Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Kominfo, dengan target sasaran generasi muda. Namun rendahnya *likes* dan *engagement* pada akun ini menjadi hambatan dalam mencapai kesuksesan akun tersebut sebagai sarana diseminasi informasi pemerintah di bidang maritim.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengelolaan media sosial instagram @genposting dalam meningkatkan *likes* dan *engagement*. dengan penggunaan paradigma konstruktivis, deskriptif kualitatif, metode studi kasus instrumen tunggal, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi yang melibatkan 1 *key informan* dan 5 informan.

Hasil penelitian yang mengacu pada teori *The Circular Model of SoMe* (*Share, Organize, Engage, Manage*) yang dibuat oleh Regina Lutrell menunjukkan bahwa akun @genposting telah mengoptimalkan pengelolaan Instagram sebagai media penyebaran informasi di bidang maritim, Namun, masih ada beberapa hal yang perlu dilakukan, seperti memaksimalkan Model dua arah simetris (*two way symmetrical*), penggunaan *influencer*, dan penggunaan keanggotaan analisis media sosial agar dalam pengelolaannya lebih maksimal dan terorganisir sehingga tujuan membangun kesuksesan akun dapat tercapai.

Keyword: Pengelolaan Instagram, Engagement, Medsos Kementerian, Informasi Maritim, The Circular Model of Some

ABSTRACT

Maritime insight is the knowledge of the Indonesian people who view the sea, the land beneath it and the air above it as inseparable. In line with this, the government encourages Indonesia's young generation to love the maritime world through the use of social media. The government uses social media as an alternative for providing services and making public policies, gathering various input from the public, and to get closer to the community.

The use of social media by government agencies is one of the innovations by maximizing social media technology, in this case one of which is through the Instagram account @Genposting which is an Instagram account that presents government achievements, information and programs in the maritime sector as a digital campaign channel managed by the Directorate Information and Economy and Maritime, Directorate General of Information and Public Communication, Ministry of Communication and Information, targeting the younger generation. However, the low number of likes and engagement on this account is an obstacle in achieving the success of this account as a means of disseminating government information in the maritime sector.

This research aims to find out how to manage social media Instagram @genposting in increasing likes and engagement. by using a constructivist paradigm, descriptive qualitative, single instrument case study method, data collection techniques in this research were by means of interviews, observation and documentation involving 1 key informant and 5 informants.

The results of research referring to the theory of The Circular Model of SoMe (Share, Organize, Engage, Manage) created by Regina Lutrell show that the @genposting account has optimized the management of Instagram as a medium for disseminating information in the maritime sector. However, there are still several things that need to be done. carried out, such as maximizing the two-way symmetrical model, the use of influencers, and the use of social media analysis membership so that management is more optimal and organized so that the goal of building account success can be achieved.

Keyword: Instagram management, Engagement, Ministry Social Media, Maritime Information, The Circular Moder of Some

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>.....	v
PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	16
1.3. Tujuan Penelitian	16
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	17
1.4.1. Manfaat Akademis.....	17
1.4.2. Manfaat Praktis.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR.....	18
2.1. Penelitian Terdahulu.....	18
2.2. Kajian Teori.....	29
2.2.1. Strategi Komunikasi	29
2.2.2. <i>Public Relations</i>	30
2.2.3. <i>New Media</i>	30
2.2.4. Media Sosial	31
2.2.5. Karakteristik Media Sosial	32
2.2.6. Jenis-jenis Media Sosial	34
2.2.7. Instagram	36

2.2.8. Fitur Instagram	36
2.2.9. <i>The Circular Model of Some</i>	39
2.3. Kerangka Pemikiran.....	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
3.1. Paradigma Penelitian.....	48
3.2. Metode Penelitian.....	49
3.3. Objek Penelitian	50
3.4. Subjek Penelitian.....	51
3.5. Teknik Pengumpulan Data	54
3.5.1. Data Primer	54
3.5.2. Data Sekunder	55
3.6. Teknik Analisa Data.....	56
3.6.1. Reduksi Data	57
3.6.3. Penarikan Kesimpulan.....	58
3.7. Teknik Keabsahan Data.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.1.1. Profil Kementerian Komunikasi dan Informatika	61
4.1.2. Tugas dan Fungsi.....	64
4.1.3. Profil Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik.....	65
4.1.4. Profil Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim	66
4.1.5. Profil akun instagram Genposting	68
4.1.6. Profil Pengelola Akun Genposting	69
4.2. Hasil Penelitian	72
4.2.1. Strategi pengelolaan akun Genposting sebagai media informasi bidang Maritim.	72
4.2.2. Pemilihan Topik Konten diproduksi	73
4.2.2. Pengolahan Informasi.....	75
4.2.3. Pembuatan <i>caption</i> pada post	81
4.2.4. Penjadwalan Posting.....	83

4.2.5. Penyebarluasan Informasi	84
4.2.5. Umpan Balik.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1. Kesimpulan.....	99
5.2. Saran	101
5.2.1. Saran Akademis.....	101
5.2.2. Saran Praktis.....	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	107



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022)	4
Gambar 1. 2 Alasan Utama Penggunaan Internet di Indonesia	5
Gambar 1. 3 Pengguna Instagram Berdasarkan Kelompok Usia & Jenis Kelamin (Oktober 2021).....	7
Gambar 1. 4 Persentase Penduduk Indonesia Menurut Generasi, 2020 (Mei 2021)	12
Gambar 1. 5 Screenshot akun instagram @Genposting beserta <i>likes</i> dan komen (April 2022)	13
Gambar 1. 6 Screenshot hasil observasi awal peneliti (April 2022)	14
Gambar 2. 1 Flow The Circular Model of SOME	41
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	50
Gambar 3. 1 Komponen dalam analisis data.....	61
Gambar 4. 1 Sejarah Kelembagaan Komunikasi dan Informatika.....	67
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. 69	
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim	71
Gambar 4. 4 Akun Instagram Genposting	73
Gambar 4. 5 Mekanisme pengelolaan akun Instagram Genposting.....	73
Gambar 4. 6 Mekanisme pengelolaan akun Instagram Genposting.....	76
Gambar 4. 7 Tabel Draft Konten.....	81
Gambar 4. 8 Bentuk konten foto, infografis dan komik	83
Gambar 4. 9 Caption pada postingan konten infografis.....	85
Gambar 4. 10 Caption pada postingan konten foto.....	86
Gambar 4. 11 Caption pada postingan konten komik	86
Gambar 4. 12 Penggunaan instagram stories	88
Gambar 4. 13 Penggunaan instagram reels	89
Gambar 4. 14 Seminar hybrid genposting.....	90
Gambar 4. 15 Tahap share akun Genposting	93
Gambar 4. 16 Direct messages akun @genposting.....	96

Gambar 4. 17 Tahap optimize akun Genposting.....	96
Gambar 4. 18 Kuis interaktif pada story	98
Gambar 4. 19 Tahap manage akun Genposting	98
Gambar 4. 20 Tahap engage akun Genposting	101



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	22
---	----

