

**MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @Pegadaian_Id
DALAM MENINGKATKAN KESADARAN
PRODUK TABUNGAN EMAS KEPADA
MASYARAKAT**



TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Menyelesaikan Program D3 Hubungan Masyarakat K. Batang
pada Badan Pengelola Kampus Di Luar Kampus Utama
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

Isrok Usukur

NIM.40011222066034

**D3 HUBUNGAN MASYARAKAT K. BATANG
BADAN PENGELOLA KAMPUS DI LUAR KAMPUS UTAMA
SEKOLAH VOKASI UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Isrok Usukur

NIM : 40011222066034

Program Studi : D3 Hubungan Masyarakat K. Batang

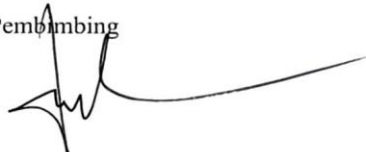
Judul : **MEDIA SOSIAL INSTARGRAM @pegadaian_id DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN PRODUK TABUNGAN
EMAS KEPADA MASYARAKAT**

Tugas Akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program D3 Hubungan Masyarakat K. Batang pada Badan Pengelola Kampus Di Luar Kampus Utama Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.

Disetujui oleh:

Tanggal : 19 Maret 2025

Pembimbing



Mj Rizqon Hasani, S.Hum., M.I.Kom.
NPPU. H. 7. 199112102021081001

Tanggal : 19 Maret 2025

Penguji



Rukti Rumekar, S.Hum., M.I.Kom.
NPPU. H. 7. 199412012021082001

Disahkan oleh

Tanggal : 19 Maret 2025

**Ketua Program Studi
D3 Hubungan Masyarakat K. Batang**



Dr. Adi Nugroho, M.Si.
NIP. 196510171993111001

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim...

Syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @PEGADAIAN_ID DALAM MENINGKATKAN KESADARAN PRODUK TABUNGAN EMAS KEPADA MASYARAKAT.” Keberhasilan dalam penulisan Tugas Akhir ini tentunya tidak terlepas dari berbagai bantuan pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini..
2. Orang tua penulis, Ibu Yaroh dan Bapak Rohan, Yang telah kuat dan bersabar kepada penulis, Gelar ini penulis persembahkan untuk orang tua penulis tercinta. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan dan umur panjang kepada beliau.
3. Simbah Toadi dan Simbah kotriyah sebagai kakek dan nenek penulis yang telah memberikan dukungan serta semangat, semoga panjang umur, sehat selalu, dan diberikan rizki yang barokah.
4. Ketua Program Studi D3 Hubungan Masyarakat BPKDKU Batang Dr. Adi Nugroho, M. Si.
5. Mas Mj Rizqon Hasani, S.Hum., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan saran serta petunjuk dan bimbingan kepada penulis.
6. Seluruh Dosen dan pegawai di BPKDKU K. Batang.
7. Yohana Putri Anwari Siagian yang telah memberikan semangat serta pendengar yang baik bagi penulis.
8. Sahnu, Sanata adi, Farid, Raka, Raishana, Abeng, Suci, Cicha, Ganjar dan seluruh teman-teman penulis yang telah mendukung dan menyemangati penulis.

9. Mbak Isna Ira dan Mas Randy telah membantu penulis dalam kelancaran wawancara.
10. Mas Wahyu Purnomo Aji sebagai *External Communication Social Media Specialist* yang telah membantu penulis dalam wawancara.

MOTTO

“ SESUNGGUHNYA SETELAH KESULITAN PASTI AKAN DATANG
KEMUDAHAN”

(QS. AL-INSYIRAH,94:6)

(TENANG, TENANG, KALEM, KUASAI)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia –Nya yang telah memberikan pengetahuan, pengalaman, kemampuan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Media Sosial Instagram @Pegadaian_Id Dalam Meningkatkan Produk Tabungan Emas Kepada Masyarakat”. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi D3 Hubungan Masyarakat K. Batang Universitas Diponegoro.

Penelitian ini terdiri dari empat bab. Bab I berisi deskripsi latar belakang penelitian, rumusan masalah dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan, dan metode penelitian yang meliputi tipe penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data serta teknik dan analisis data. Bab II memuat data penelitian terdahulu (*state of the art*), definisi konseptual, operasionalisasi konsep dan profil instansi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Batang. Bab III berisi deskripsi objek penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil. Bab IV terdiri dari simpulan penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.

Pembaca diharapkan dapat memahami bagaimana efektivitas dan strategi promosi yang dilakukan oleh PT Pegadaian dalam meningkatkan kesadaran produk tabungan emas kepada masyarakat. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam penulisan ini, dan oleh karena itu, penulis berharap agar Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat dan kegunaan bagi penulis berikutnya.

Penulis

Isrok Usukur
NIM.40011222066034

ABSTRAK

PT Pegadaian (Persero) yang mengelola media sosial Instagram dengan akun @Pegadaian_id yang memiliki fungsi sebagai media untuk mengedukasi dan mempromosikan produknya dalam meningkatkan kesadaran produk tabungan emas kepada masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis efektivitas penggunaan media sosial dan menganalisis strategi promosi yang diterapkan oleh Pegadaian melalui akun Instagram @pegadaian_id untuk meningkatkan kesadaran dan minat terhadap produk tabungan emas, dengan menggunakan teori Media Baru yang berfokus pada pemanfaatan media sosial. Data pada penelitian ini diperoleh dengan cara wawancara narasumber yang bersangkutan serta melakukan observasi diikuti data dokumentasi yang dilakukan langsung oleh penulis dengan menerapkan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas dan strategi promosi yang dilakukan PT Pegadaian sudah efektif. Konten yang diposting berisikan edukasi dan informasi mengenai produk dari PT Pegadaian. Dengan selalu update dengan konten edukasi dan informasi harga emas terbaru setiap harinya yang membuat masyarakat lebih *aware* lagi sehingga dapat meningkatkan kesadaran dan minat terhadap masyarakat.

Kata kunci: Tabungan Emas, Instagram, Strategi Komunikasi & Promosi, Kesadaran Produk, PT Pegadaian (Persero)

ABSTRACT

PT Pegadaian (Persero) manages Instagram social media with the @Pegadaian_id account which has a function as a medium to educate and promote its products in increasing awareness of gold savings products to the public. The purpose of this study is to analyze the effectiveness of using social media and analyze the promotional strategies implemented by Pegadaian through the @pegadaian_id Instagram account to increase awareness and interest in gold savings products, using New Media theory which focuses on the use of social media. The data in this study were obtained by interviewing the relevant sources and making observations followed by documentation data conducted directly by the author by applying qualitative research methods. The results of this study indicate that the effectiveness and promotional strategies carried out by PT Pegadaian have been effective. The content posted contains education and information about the products of PT Pegadaian. By always updating with educational content and the latest gold price information every day which makes the public more aware again so that it can increase awareness and interest in the community.

Keywords: Gold Savings, Instagram, Communication & Promotion Strategy, Product Awareness, PT Pegadaian (Persero)

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoretis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
1.4.3 Manfaat Sosial	14
1.5 Sistematika penulisan	14
1.6 Metode Penelitian.....	15
1.6.1 Tipe Penelitian.....	15
1.6.2 Subjek Penelitian	15
1.6.3 Jenis dan Sumber Data.....	16
1.6.4 Teknik Pengumpulan Data.....	16
BAB II	19
TINJAUAN PUSTAKA DAN PROFIL PERUSAHAAN.....	19
2.1 <i>State Of The Art</i>	19
2.2 Kerangka Teori dan Konsep	26
2.2.1 Pengertian Media Sosial	26
2.2.2 Pengertian Kesadaran	28
2.2.3 Tabungan Emas	30
2.2.4 Pengertian <i>Public Relations</i>	31

2.2.5	Peran <i>Public Relations</i>	33
2.2.6	<i>New Media Theory</i>	34
2.3	Operasionalisasi Konsep.....	36
2.4	Profil Perusahaan.....	37
2.4.1	Visi Misi.....	38
2.4.2	Tugas Pokok PT Pegadaian	39
2.4.3	Struktur Organisasi PT Pegadaian	39
BAB III		41
HASIL DAN PEMBAHASAN		41
3.1	Jejaring Sosial Instagram.....	41
3.2	Penyebaran Informasi	43
3.2.1.	Strategi Konten.....	44
3.2.2.	Target Nasabah.....	46
3.2.3.	Pemanfaatan Fitur Instagram untuk Promosi Tabungan Emas.....	47
3.2.4.	Promo	50
3.2.5.	Jadwal Posting.....	50
3.2.6.	Pesan Yang Relevan	51
3.2.7.	<i>Influencer</i>	52
3.2.8.	Evaluasi konten	52
3.3	Pandangan Interaksi Sosial.....	58
3.3.1	Pemanfaatan Fitur Interaktif Instagram.....	59
3.4	Pandangan Integrasi Sosial.....	63
BAB IV		65
PENUTUP		65
4.1	Simpulan.....	65
4.2	Keterbatasan Penelitian	67
4.3	Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN		72

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	19
--------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Unggahan <i>Reels</i> Instagram @Pegadaian_Id Tentang Cara Membuka Tabungan Emas	2
Gambar 1. 2 Data Pra Penelitian Nasabah Yang Mengikuti Instagram @Pegadaian_Id.....	3
Gambar 1. 3 Data Pra Penelitian Data Pra Penelitian Masyarakat Yang Mengetahui Tabungan Emas Pegadaian.....	4
Gambar 1. 4 Data Pra Penelitian Masyarakat yang Menggunakan Tabungan Emas Pegadaian.....	4
Gambar 1. 5 Data Pra Penelitian Apakah Instagram Pegadaian @Pegadaian_Id Menarik Dari Segi Promosi Atau Konten	5
Gambar 1. 7 Instagram @Pegadaian_Id.....	8
Gambar 1. 8 10 Aplikasi Media Sosial Yang Paling Banyak Dipakai Pengguna Internet Di Indonesia	9
Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Perusahaan.....	39
Gambar 3. 1 Infografis Harga Emas.....	48
Gambar 3. 2 <i>Broadcast Channel</i> Pegadaian.....	49
Gambar 3. 3 Promo Tabungan Emas.....	50
Gambar 3. 4 <i>Insight</i> Matriks Media Sosial Instagram @Pegadian_Id	53
Gambar 3. 5 <i>Insight</i> Instagram @Pegadaian_Id Tentang Interaksi Terpopuler	55
Gambar 3. 6 <i>Insight</i> Interaksi <i>Reels</i> Instagram @Pegadaina_Id	56
Gambar 3. 7 <i>Insight</i> Interaksi Postingan Instagram @Pegadian_Id.....	57
Gambar 3. 8 Postingan <i>Quiz Time</i>	60
Gambar 3. 9 <i>Insight Like,Komentar,Bagikan</i>	61