



**STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL
SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN *VIEWS* PADA
AKUN INSTAGRAM @SINAINDONESIA**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Terapan Program Studi S.Tr. Informasi dan Humas
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Oleh:

Kinanti Ambar Sari

40020622650145

**PROGRAM STUDI S.Tr. INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI**

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun tanpa mengambil bahan hasil penelitian baik untuk memperoleh gelar sarjana atau diploma yang sudah ada di universitas lain maupun hasil penelitian lainnya. Penulis juga menyatakan bahwa skripsi ini tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain kecuali yang sudah disebutkan dalam rujukan dan dalam Daftar Pustaka. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiasi / penjiplakan.

Nama : Kinanti Ambar Sari

NIM : 40020622650145

Tanda Tangan : 

Tanggal : Jumat, 12 Juni 2026

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN *VIEWS* PADA AKUN INSTAGRAM @SINAINDONESIA

Oleh

Kinanti Ambar Sari

NIM. 40020622650145

Semarang, 12 Juni 2026

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



Yofiendi Indah Indainanto, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIP. 199504212024061001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :
Nama : Kinanti Ambar Sari
NIM : 40020622650145
Program Studi : Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : Strategi Pengelolaan Media Sosial Sebagai
Upaya Meningkatkan *Views* Pada Akun
Instagram @sinaindonesia

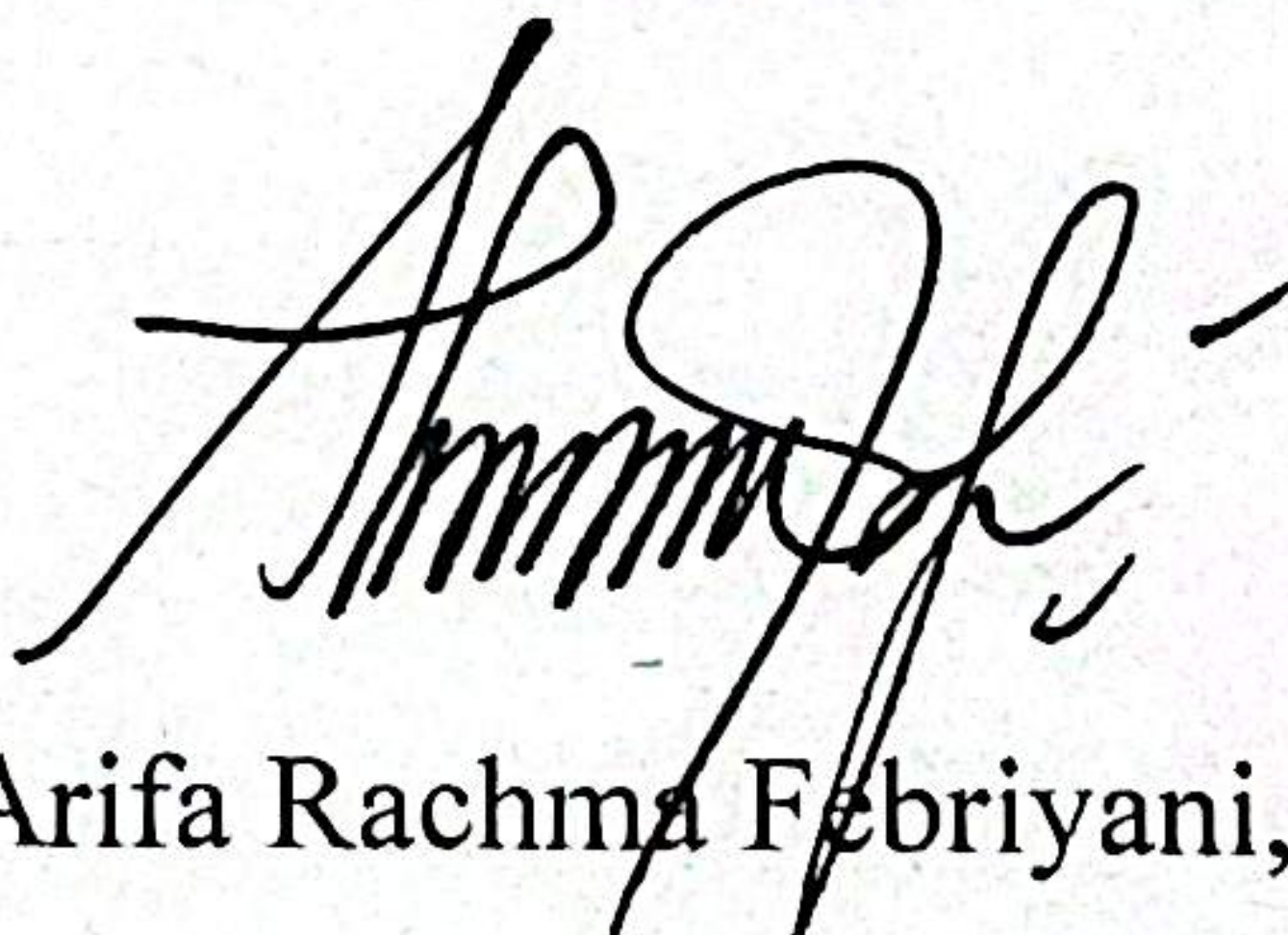
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai
bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana
Terapan (S.Tr.) pada Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas
Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

TIM PENGUJI

Pembimbing : Yofiendi Indah Indainanto, S.I.Kom., M.I.Kom. ()
Penguji I : Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom. ()
Penguji II : Dwi Nurrahmi Kusumastuti, S.I.Kom., M.I.Kom. ()

Semarang, 22 Juni 2026

Ketua Program Studi Informasi dan Humas


Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199202122020122022

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Setiap langkah kecil yang diambil dengan hati-hati akan selalu menemukan jalannya sendiri ke tujuan yang lebih besar”

- (Kinanti Ambar Sari) -

PERSEMBAHAN:

Tugas Akhir ini penulis persembahkan untuk Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro, yang menjadi tempat untuk penulis belajar tentang informasi dan kehumasan, serta cara yang tepat untuk menyampaikan pesan dan membangun kepercayaan melalui tindakan. Kedua orang tua penulis, yang selalu mendoakan, membantu dan mempercayai penulis dalam setiap langkah yang diambil. Teman seperjuangan, yang menemani hari-hari dengan canda dan tawa, saling menguatkan dan berbagi semangat. Untuk diri sendiri, yang memilih untuk maju meskipun sering kali ragu.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan Karunia-Nya yang telah memungkinkan penulis menyelesaikan Tugas Akhir berjudul **“Strategi Pengelolaan Media Sosial Sebagai Upaya Meningkatkan Views pada Akun Instagram @sinaindonesia”** secara tepat waktu. Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Informasi dan Humas di Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Penulis menyadari bahwa banyak tantangan menghadang selama proses menyelesaikan karya ini, terutama dalam mengembangkan strategi konten yang relevan dan aplikatif untuk produk makanan dan minuman sehat di tengah perkembangan dunia media sosial yang terus berubah.

Tugas Akhir ini tentunya memiliki banyak kekurangan karena pengetahuan dan pengalaman yang terbatas. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan komentar dan kritik dari berbagai sumber. Akhir kata, penulis berharap karya ini akan memberikan kontribusi yang signifikan, khususnya dalam bidang informasi dan kehumasan. Penulis juga berharap karya ini dapat digunakan sebagai referensi bagi individu maupun organisasi yang berusaha mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan informasi dan citra publik.

Semarang, 15 Maret 2026

Kinanti Ambar Sari

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan syukur dan terima kasih yang mendalam kepada Allah SWT atas Rahmat, kemudahan dan kekuatan yang diberikannya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “Strategi Pengelolaan Media Sosial Sebagai Upaya Meningkatkan *Views* pada Akun Instagram @sinaindonesia”. Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dan partisipasi banyak pihak, perjalanan ini tidak akan dapat dilalui. Maka dari itu, dengan sepenuh hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, atas segala nikmat kesejahteraan, kemudahan dan kekuatan yang selalu diberikan kepada penulis selama setiap tahapan Tugas Akhir ini.
2. Prof. Dr. Ir. Budiyono, M.Si., selaku Dekan Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.
3. Ibu Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Informasi dan Humas, atas dukungan dan fasilitas yang diberikan kepada penulis selama masa studi.
4. Bapak Yofiendi Indah Indainanto, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan bimbingan, masukan konstruktif dan motivasi yang sangat penting bagi penulis dari awal hingga akhir.
5. Ibu Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku ketua penguji yang membantu membedah tugas akhir agar lebih sempurna kepada penulis.
6. Ibu Dwi Nurrahmi Kusumastuti, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku penguji 2 yang telah memberikan semangat dan membantu membedah tugas akhir agar lebih sempurna.
7. Bapak Muhammad Aziz Wicaksono dan Ibu Eka Auliasari Tattaqunia, *Co-Founder* Sina, dan seluruh tim Sina, atas izin yang diberikan dan kerja sama yang luar biasa selama proses pengumpulan data hingga tahap pasca produksi.
8. Kedua Orang Tua Tercinta, Bapak Sutrisno, dan Ibu Tuminem, atas doa dan kasih sayang yang tulus, serta dukungan moral dan material yang menjadi

kekuatan terbesar penulis dalam menyelesaikan pendidikan ini. Meskipun Bapak dan Mama tidak berkesempatan menempuh pendidikan hingga bangku perkuliahan, keduanya selalu mengupayakan yang terbaik untuk anak-anaknya agar mampu mendapatkan pendidikan setinggi-tingginya. Dengan segala keterbatasan yang ada, keduanya selalu menjadi sumber kekuatan dan tempat kembali bagi penulis dalam setiap proses yang dijalani.

9. Terima kasih kepada Kakak dan Suaminya, Mba Endah Trisnasari dan Mas Muhammad Fachri Husaini. Dukungan, perhatian, doa dan semangat yang senantiasa diberikan. Terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada Mba Endah, karena telah berperan dan membantu Bapak dan Mama dalam membiayai penulis selama proses menyelesaikan pendidikan.
10. Selama proses produksi Tugas Akhir, Laura Sabila dan Aulia Putri Salsa Billa, dengan sukarela dan penuh semangat telah membantu penulis dengan menjadi *talent*, membuat setiap proses yang terasa berat menjadi lebih ringan.
11. Rafli Muammar Zaki, yang telah menjadi salah satu penyemangat selama penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih atas kesabaran, perhatian dan semangat yang selalu diberikan.
12. Teman-teman dekat penulis, Lina Finauljinar, Nasywa Sinta Nur Abiyyah, Armila Shifa Ayu Salsabilla, Thalita Najwa Camilla, Silvie Herliawan Putri, selalu ada di setiap saat, baik saat semangatnya tinggi maupun saat mulai lelah.
13. Teman-teman bimbingan penulis, Khansa Aulia Rahma, Sylfina Setiawan Salsahbilla, Zhiva Cendhikia dan Aurelly Zherlyndha yang telah kebersamai selama proses menamatkan semester akhir ini sejak pelaksanaan magang hingga proses pelaksanaan Tugas Akhir.
14. Untuk diri saya sendiri, Kinanti Ambar Sari, terima kasih karena telah memilih untuk tidak menyerah meskipun perjalanan ini tidak selalu mudah. Kepercayaan bahwa setiap usaha akan menghasilkan kebaikan menjadi penguat dalam perjalanan kehidupan yang dilalui, meskipun diwarnai

kelelahan dan berbagai hambatan. Terima kasih telah bertahan dan berusaha pada setiap proses yang dilakukan.

15. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini.

ABSTRAK

Tugas Akhir ini bertujuan untuk merancang, memproduksi dan mengevaluasi strategi pengelolaan media sosial guna meningkatkan *views* pada akun Instagram @sinaindonesia. Permasalahan yang mendasari adalah rendahnya jumlah *views* analisis 30 konten terakhir pada akun tersebut, dengan rata-rata yang diperoleh sebesar 550 *views*. Situasi ini disebabkan oleh kurangnya strategi pengelolaan yang terstruktur, format konten yang monoton, serta tidak adanya elemen interaktif pada publikasi konten. Metode yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam dan tinjauan pustaka. Karya yang dihasilkan berupa sebelas konten yang mengombinasikan fitur Instagram *Feed* dan *Reels* dengan lima pilar konten, yaitu promosi, testimonial, edukasi, informatif, interaktif. Evaluasi dilakukan melalui perbandingan jumlah *views* aktual yang diperoleh melalui Instagram *Insights* dengan target indikator kinerja utama yang telah ditetapkan. Hasilnya menunjukkan, tujuh dari sebelas konten berhasil melampaui target. Rata-rata *views* meningkat 1.455 *views*, atau bertambah 905 *views* dibandingkan rata-rata awal 550 *views*. Konten *reels* menunjukkan kinerja yang baik dengan perolehan rata-rata 1.221 *views*, sementara konten interaktif “kuis hadiah” format *feed* berhasil memperoleh *views* tertinggi, yaitu 5.616 *views*. Sebaliknya, empat konten promosi format *feed* tidak mencapai target. Berdasarkan analisis pemasaran konten, pilar testimonial, edukasi, informatif dalam format *reels* terbukti efektif mencapai target, pilar interaktif memberikan dampak yang besar terhadap distribusi organik. Sementara itu, pilar promosi tidak mencapai target karena tidak adanya urgensi pembelian langsung, kejenuhan konten dan pergeseran waktu publikasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi pengelolaan media sosial yang sistematis, pemilihan format konten dan pilar konten yang tepat efektif meningkatkan *views* serta memperluas distribusi organik akun Instagram @sinaindonesia.

Kata Kunci: Instagram, *Views*, Pemasaran Konten, Sina.

ABSTRACT

This final project aims to design, implement, and evaluate a social media management strategy to increase views on the Instagram account @sinaindonesia. The underlying problem is the low number of views based on an analysis of the account's last 30 posts, averaging only 550 views, despite the account having the largest followers among its local competitors yet a lower average like count. This situation is caused by a lack of a structured management strategy, monotonous content formats, and the absence of interactive elements. The method used was a qualitative approach with observation, in-depth interviews, and a literature review. The resulting work consists of eleven pieces of content combining Instagram Feed and Reels features across five content pillars: promotion, testimonials, education, information, and interactivity. Evaluation was conducted by comparing actual views from Instagram Insights with established key performance indicators. Seven of eleven pieces of content exceeded their targets, with the average views increasing to 1,455, a gain of 905 views from the initial average. Reels content performed consistently well, averaging 1,221 views, while the interactive "prize quiz" feed content achieved the highest result at 5,616 views. The four promotional feed posts did not meet their targets, mainly due to a lack of purchase urgency, content saturation, and shifts in posting schedule. These findings indicate that a systematic, data-driven social media management strategy, supported by appropriate content format and pillar selection, effectively increases views and expands the organic reach of the @sinaindonesia Instagram account.

Keywords: *Instagram, Views, Content Marketing, Sina.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan	16
1.4 Manfaat Penelitian	17
1.4.1 Bagi Mahasiswa	17
1.4.2 Bagi Sina	17
1.4.3 Bagi Program Studi Informasi dan Humas	17
1.4.4 Bagi Masyarakat.....	17
1.5 Luaran	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA	19
2.1 Kajian Karya Terdahulu.....	19
2.2 Kajian Teori	23
2.2.1 <i>Social Media Marketing</i>	23
2.2.2 <i>Content Marketing</i>	25
2.2.3 Instagram.....	28
2.2.4 Strategi Pengelolaan Media Sosial.....	32
BAB III METODE	36

3.1 Profil Klien.....	36
3.2 Segmentasi Audiens	37
3.2.1 Segmentasi Demografis	37
3.2.2 Segmentasi Geografis.....	37
3.2.3 Segmentasi Psikografis	38
3.2.4 Segmentasi Perilaku	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data	38
3.4 Diagram Alir Pembuatan	39
3.5 Metode Pelaksanaan.....	39
3.5.1 Pra Produksi	40
3.5.2 Produksi	77
3.5.3 Pasca Produksi	78
3.5.4 <i>Sustainability</i>	80
3.6 <i>Timeline</i> Pelaksanaan	82
3.7 Rancangan Anggaran Biaya.....	83
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	84
4.1 Gambaran Umum Permasalahan.....	84
4.2 Implementasi Tahapan Pra Produksi Tugas Akhir	85
4.2.1 Penerapan <i>Content Mapping</i> , <i>Content Pillar</i> dan Konsep Karya	85
4.2.2 Implementasi Rancangan Detail Karya.....	87
4.3 Implementasi Tahapan Produksi Tugas Akhir.....	111
4.3.1 Proses Produksi Konten <i>Video Reels</i>	111
4.3.2 Proses Produksi Konten <i>Feed</i>	115
4.4 Implementasi Tahapan Pasca Produksi Tugas Akhir.....	119
4.4.1 Proses <i>Editing</i> Konten <i>Video Reels</i>	119
4.4.2 Hasil <i>Review</i> Konten Pra Publikasi.....	124
4.4.3 Pembuatan <i>Thumbnail</i> Video dan <i>Caption</i> Konten	127
4.4.4 Penerapan Hari dan Waktu Publikasi Konten.....	136
4.5 Hasil <i>Review</i> Pihak Klien Pasca Publikasi.....	141
4.6 Evaluasi Tugas Akhir.....	143
4.6.1 Pembahasan Hasil Produksi Konten	143
4.6.2 Tabel <i>Overview</i> Hasil Publikasi Konten	163

4.6.3 Analisis Konten Berdasarkan <i>Content Marketing</i>	165
4.6.4 <i>Sustainability</i>	167
4.7 Perubahan Anggaran Biaya.....	168
4.8 Hambatan Proses Produksi Karya.....	169
BAB V PENUTUP.....	170
5.1 Kesimpulan	170
5.2 Saran.....	172
DAFTAR PUSTAKA	174
BIODATA MAHASISWA	181
LAMPIRAN.....	182

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Platform media sosial paling banyak digunakan di Indonesia digital 2025 (sumber wearesocial.com).....	4
Gambar 1. 2 Media sosial Instagram @sinaindonesia 20 April 2026 (sumber tangkapan layar media sosial milik penulis).....	7
Gambar 3. 1 Pop up store Sina (sumber google maps sina healthy beverage)	36
Gambar 3. 2 Diagram alir pembuatan karya (sumber milik penulis).....	39
Gambar 4. 1 Proses produksi video di toko Sina 5 Mei 2026.....	113
Gambar 4. 2 Proses produksi video di toko Sina 7 Mei 2026.....	114
Gambar 4. 3 Proses produksi video di dapur produksi 9 Mei 2026.....	114
Gambar 4. 4 Proses produksi video di GOR Tri Lomba Juang 17 Mei 2026	115
Gambar 4. 5 Proses produksi video di toko Sina 19 Mei 2026.....	115
Gambar 4. 6 Produksi desain konten feed 3	116
Gambar 4. 7 Produksi desain konten feed 4.....	117
Gambar 4. 8 Produksi desain konten feed 5	117
Gambar 4. 9 Produksi desain konten feed 9.....	117
Gambar 4. 10 Produksi desain konten feed 10.....	118
Gambar 4. 11 Produksi desain konten feed 11	118
Gambar 4. 12 Pra editing impor footage ke dalam proyek CapCut	119
Gambar 4. 13 Pra editing persiapan rekaman suara ke dalam CapCut	119
Gambar 4. 14 Pra editing persiapan b-roll elemen tambahan di Canva dan CapCut	120
Gambar 4. 15 Editing penyesuaian narasi dengan visual yang dibutuhkan	121
Gambar 4. 16 Editing penyesuaian b-roll dengan narasi	121
Gambar 4. 17 Editing overlay dan keyframe pada footage.....	121
Gambar 4. 18 Editing melalui penambahan subtitle	122
Gambar 4. 19 Editing penambahan filter dan backsound music.....	122
Gambar 4. 20 Pasca editing penambahan footer logo dan konten serta overlay media sosial Sina	123
Gambar 4. 21 Pasca editing penambahan bumper out pada seluruh konten video reels.....	124
Gambar 4. 22 Desain thumbnail konten (1), (2), (6), (7), (8)	128
Gambar 4. 23 Hasil insight views konten 1 testimonial	144
Gambar 4. 24 Hasil insight views konten 2 edukasi	146
Gambar 4. 25 Hasil insight views konten 3 promosi	147
Gambar 4. 26 Hasil insight views konten 4 promosi	149
Gambar 4. 27 Hasil insight views konten 5 interaktif.....	150
Gambar 4. 28 Hasil insight views konten 6 informatif	153
Gambar 4. 29 Hasil insight views konten 7 testimonial	154
Gambar 4. 30 Hasil insight views konten 8 edukasi	156
Gambar 4. 31 Hasil insight views konten 9 promosi	157

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Analisis Perbandingan Akun Instagram Kompetitor	5
Tabel 1. 2 Analisis Konten @sinaindonesia Periode 29 Januari hingga 20 April 2026.....	8
Tabel 3. 1 Content Mapping @sinaindonesia	40
Tabel 3. 2 Content Pillar @sinaindonesia.....	42
Tabel 3. 3 Rancangan Konsep Karya	43
Tabel 3. 4 Content Calendar Pembuatan Karya	46
Tabel 3. 5 Hari dan Waktu Publikasi Konten	49
Tabel 3. 6 Standard Sequence Guide Konten #1.....	51
Tabel 3. 7 Standard Sequence Guide Konten #2.....	54
Tabel 3. 8 Standard Sequence Guide Konten #3.....	57
Tabel 3. 9 Standard Sequence Guide Konten #4.....	60
Tabel 3. 10 Standard Sequence Guide Konten #5.....	62
Tabel 3. 11 Standard Sequence Guide Konten #6.....	64
Tabel 3. 12 Standard Sequence Guide Konten #7.....	67
Tabel 3. 13 Standard Sequence Guide Konten #8.....	71
Tabel 3. 14 Standard Sequence Guide Konten #9.....	74
Tabel 3. 15 Daftar Alat Penunjang Produksi	77
Tabel 3. 16 Key Performance Indicator Karya	79
Tabel 3. 17 Timeline Pelaksanaan Tugas Akhir	82
Tabel 3. 18 Rancangan Anggaran Biaya Pembuatan Karya	83
Tabel 4. 1 Perbandingan Rancangan Awal Judul Konten dan Implementasi Judul	86
Tabel 4. 2 Perubahan Standard Sequence Guide Konten #1.....	87
Tabel 4. 3 Perubahan Standard Sequence Guide Konten #2.....	89
Tabel 4. 4 Perubahan Standard Sequence Guide Konten #3.....	91
Tabel 4. 5 Perubahan Standard Sequence Guide Konten #4.....	92
Tabel 4. 6 Perubahan Standard Sequence Guide Konten #5.....	95
Tabel 4. 7 Perubahan Standard Sequence Guide Konten #6.....	100
Tabel 4. 8 Perubahan Standard Sequence Guide Konten #7.....	102
Tabel 4. 9 Perubahan Standard Sequence Guide Konten #8.....	104
Tabel 4. 10 Perubahan Standard Sequence Guide Konten #9.....	105
Tabel 4. 11 Perubahan Standard Sequence Guide Konten #10.....	107
Tabel 4. 12 Perubahan Standard Sequence Guide Konten #11	109
Tabel 4. 13 Review Konten Pra Publikasi	124
Tabel 4. 14 Caption Konten	128
Tabel 4. 15 Penerapan Hari dan Waktu Publikasi Konten.....	138
Tabel 4. 16 Hasil Overview Publikasi Konten 1-11	164
Tabel 4. 17 Perubahan Anggaran Biaya.....	168

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	182
Lampiran 2 Sertifikat Tes Bahasa Inggris (SEU)	183
Lampiran 3 Sertifikat Hak Kekayaan Intelektual.....	184
Lampiran 4 Hasil Turnitin.....	185
Lampiran 5 Surat Keterangan Bebas Plagiasi	186
Lampiran 6 Berita Acara Serah Terima Produk.....	187