



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**STRATEGI MANAJEMEN KONTEN MEDIA SOSIAL AKUN**

**INSTAGRAM @DRAMAIN.MEDIA**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar**

**Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

**SKRIPSI**

**Annisa Ambarsari Saputri**

**NPM.173112351650205**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**JAKARTA**

**2022**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**MANAGEMENT STRATEGY OF SOCIAL MEDIA CONTENT  
@DRAMAIN.MEDIA INSTAGRAM ACCOUNT**

**Submitted as one of the requirements for obtaining a degree**

**Bachelor of Communication Science (S.I.Kom)**

**Thesis**

**Annisa Ambarsari Saputri**

**NPM.173112351650205**

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCES AND POLITICAL  
SCIENCES FOR COMMUNICATION SCIENCE STUDY**

**PROGRAM**

**JAKARTA**

**2022**



**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**JAKARTA**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Annisa Ambarsari Saputri  
Nomor Pokok Mahasiswa : 173112351650205  
Program Studi : Ilmu Komunikasi - Jurnalistik  
Judul Skripsi : Strategi Manajemen Konten Media Sosial Akun Instagram @Dramain.Media  
Diajukan untuk : Memenuhi Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Stara Satu (S1) Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disahkan

Jakarta, 14 Agustus 2022

Dosen Pembimbing

Nursatyo, S.Sos., M.Si.

Dekan



Dr. Erma Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si.



## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Annisa Ambarsari Saputri

Nim : 173112351650205

Judul Skripsi :Strategi Manajemen Konten Media Sosial  
Akun Instagram @Dramain.Media

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 13 Agustus 2022



Annisa Ambarsari Saputri



**UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Annisa Ambarsari Saputri  
Nomor Pokok Mahasiswa : 173112351650205  
Program Studi : Ilmu Komunikasi - Jurnalistik  
Judul Skripsi : Strategi Manajemen Konten Media Sosial Akun Instagram @Dramain.Media.  
Diajukan untuk : Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Stara Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dosen Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

**DEWAN PENGUJI**

Ketua Sidang : Dr. Dwi Kartikawati, M.Si .....

Penguji I : Masnah, M.Si .....

Penguji II : Nursatyo, S.Sos, M.Si .....

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 2/10/2022



## UNIVERSITAS NASIONAL

### FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

### ABSTRAK

Nama : Annisa Ambarsari Saputri  
Nomor Pokok Mahasiswa : 173112351650205  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Manajemen Konten Media Sosial Akun Instagram @Dramain.Media.

<b>Kata Kunci:</b> Strategi manajemen, POAC, Instagram, SWOT.	<p>(a) <b>Menetapkan tujuan</b> merupakan sebuah dasar terpenting dalam melakukan pengelolaan media sosial, tentu dalam menentukan sebuah tujuan pengelola memiliki fundamental khusus, dimensi kekuatan dalam analisis SWOT merupakan substansi pada proses Strategi manajemen konten @Dramain.media. Dengan adanya aspek SWOT untuk proses pembuatan Strategi konten @Dramain.media. Akun @Dramain.media memiliki kekuatan (<i>Strengths</i>) dalam strategi konten terutama dalam penyampaian berita informasi, dengan penyampain informasi yang cukup terarah , dikenakan media @Dramain.media tersediri memiliki beberapa <i>stakeholder</i> seperti akun media Jakarta Keras, Detik.com, hingga rumah Buzzer.</p> <p>(b) <b>Penentuan target audience</b> adalah menjadikan pengguna sebagai pengikut akun @Dramain.media atau terjadinya ketertarikan dalam sebuah postingan sehingga terjadinya intraksi sesama pengguna didalam kolom komentar, yang sebagaimana hal ini dapat meningkatkan <i>engagement rates</i> akun @Dramain.media.</p> <p>(c) <b>merencanakan topik</b> dalam Strategi Konten akun @Dramain.media menetukan sebuah topik melihat dari berita yang sedang viral atau yang sedang dibicarakan banyak publik, baik pemberitaan tanah air maupun luar negeri.</p> <p>(d) <b>Menetapkan tata kelola konten</b> adalah alur kerja dalam penyajian sebuah konten, oleh karena itu pembuatan konten perlu adanya konsep dan jadwal jangka pajang/ pendek. Hal ini membantu untuk pengembangan sebuah konten yang konsisten, dan dapat membuat <i>control</i> pada internal. Mengukur Keberhasilan hal ini memastikan bahwa kinerja individu sesuai dengan koridor rencana, dan melihat hasil kinerja untuk dievaluasi jika masih kurang memenuhi standarisasi, dan melakukan perbaikan kembali jika ada beberapa hal yang mengganggu proses untuk mencapai tujuan/ <i>goals</i>.</p>
<b>Pembimbing</b>	Nursatyo, S.Sos, M.Si



## UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

### ABSTRAC

Nama : Annisa Ambarsari Saputri  
Nomor Pokok Mahasiswa : 173112351650205  
Program Studi : Science Communications  
Judul Skripsi : Management Strategy of Social Media Content  
@Dramain.Media Instagram Account.

<b>Keywords:</b> Management Strategy, POAC, Instagram, SWOT.	<p>(a) <b>Setting goals</b> is an important basis for managing social media, of course in determining a goal the manager has special fundamentals, the dimension of strength in the SWOT analysis is the substance of the @Dramain.media content management strategy process. With the SWOT aspect for the @Dramain.media content strategy creation process. The @Dramain.media account has strengths (Strengths) in content strategy, especially in delivering informational news, by delivering information that is quite directed, because the @Dramain.media media consists of several stakeholders such as Jakarta Keras media accounts, Detik.com, to Buzzer's house. (b) <b>Determining the target audience</b> is to make users followers of the @Dramain.media account or the occurrence of interest in a post so that the interaction of fellow users in the comments column, which as this can increase the engagement rates of the @Dramain.media account. (c) <b>planning topics</b> in the Content Strategy of the @Dramain.media account to determine a topic based on the news that is currently viral or that is being discussed by many publics, both homeland and foreign news. (d) <b>Establishing content governance</b> is a workflow in the presentation of content, therefore content creation needs a long/short term concept and schedule. This helps to develop a consistent content, and can create internal control. Measuring the success of this ensures that individual performance is in line with the planned corridor, and sees performance results to be evaluated if they still do not meet the standards, and re-plans if there are several things that interfere with the process to achieve goals/goals.</p>
<b>Advisor</b>	Nursatyo, S.Sos, M.Si

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan kurnianya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan tepat waktu. Skripsi yang berjudul “Strategi Manajemen Konten Media Sosial Akun Instagram @Dramain.Media”. Ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Tingkat Strata satu S-1 (Sarjana) Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Penyusunan skripsi ini diambil berdasarkan hasil studi observasi dan wawancara dan sebagian sumber literasi yang relevan untuk menuang proses penyusunan penelitian. Dan penulis sangat menyadari bahwasanya jika tidak pebimbing serta doa, usaha, dari seluruh pihak, penulisan tugas akhir ini tidak akan berjalan dengan yang diharapkan. Oleh sebab itu pada kesempatan ini, izinkanlah penulis menyampaikan ucapan perkataan terimkasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional
2. Dr. Ermawati Chotim M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional Jakarta.
3. Dr. Bhakti Nur Avianto, M.AP, Selaku Wakil Dekan FISIP Universitas Nasional.
4. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si, Selaku Wakil Dekan FISIP Universitas Nasional.
5. Drs. Adi Prakosa, M.Si, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.

6. Nursatyo S.sos., M.Si Selaku Sekertaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional dan selaku Dosen Pembimbing Skripsi ini, terimakasih atas motivasi dan masukan-masukannya dalam konsultasi perihal rancangan penggerjaan skripsi untuk menyelesaikan perkuliahan. Terimakasih atas waktunya yang dengan sabar memberikan kritik serta saran dan juga motivasi yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu politik Universitas Nasional,Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuannya kepada penulis.
8. Saya ucapkan terima kasih kepada seluruh Staff Keuang, Biro Administrasi Akademik dan Staff Sekretariat, terutama Mba Nila.
9. *KeyInforman* dan *Informan* yang telah meluangkan waktunya untuk wawancara dengan penulis yaitu . Teuku Ryco, Yudha, Farhan Gifari, Ayu Rahmawati.
10. Kepada yang tercinta yaitu kedua orang tua kandung penulis dan, selaku orang tua saya yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tidak pernah putus untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

## DAFTAR ISI

### **HALAMAN JUDUL**

Pengesahan Skripsi .....	i
Lampiran Pernyataan Orisinalitas.....	ii
Pengesahan Skripsi Dewan Pengaji .....	iii
Abstrak.....	iv
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Isi .....	viii
Daftar Gambar .....	x
Daftar Table .....	xi
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	14
1.3. Manfaat Penelitian.....	14
1.4. Sistematika Penulisan.....	15
<b>BAB II.....</b>	<b>17</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>17</b>
2.1. Penelitian Terdahulu.....	17
2.2. Kerangka Teori.....	24
2.2.1. Strategi.....	24
2.2.2. Strategi Manajemen POAC .....	25
2.2.3. Fungsi Manajemen .....	26
2.2.4. Analisis SWOT.....	28
2.2.5. Engagement Rate.....	31
2.2.6. Media Sosial .....	34
2.2.7. Instagram .....	35
2.3. Kerangka Pemikiran .....	40

<b>BAB III.....</b>	<b>42</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>43</b>
3.1. Pendekatan Penelitian.....	43
3.2. Penentuan Informan .....	44
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.4. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	48
3.5. Teknik Keabsahan Data.....	50
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	52
<b>BAB IV.....</b>	<b>53</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
4.1. Profil @Dramain.media .....	53
4.1.1. Visi Dan Misi .....	53
4.1.2. Logo @Dramaian.media .....	54
4.1.3. Sturktur Organisasi.....	54
4.1.4. Konten @Dramain.media.....	55
4.2 Strategi Manajement POAC Akun @Dramain.Media .....	56
4.3 Hasil Wawancara.....	66
4.3.1 Kekuatan ( <i>Strengths</i> ) .....	66
4.3.2 Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> ) .....	67
4.3.3 Peluang (Opportunities) .....	68
4.3.4 Ancaman ( <i>Threats</i> ).....	69
4.4 Pembahasan .....	70
<b>BAB V .....</b>	<b>80</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>80</b>
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran .....	83

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Pengguna Seluler Internet 2022 .....	2
Gambar 1.2 Penggunaan waktu aktivitas media sosial .....	4
Gambar 1.3 Profil Akun Instagram Dramai .....	7
Gambar 1.4 Engagement Rate Pada Postingan akun Dramain.Media .....	9
Gambar 1.5 Profil Dramain.media Bulan Mei-Agustus 2022.....	10
Gambar 3.1 Triangulasi Sumber.....	50
Gambar 3.2 Triangulasi Teknik.....	50



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Daftar Akun Media Informasi di Kota Jakarta.....	7
Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu .....	20
Tabel 3.1 Daftar Keyinform.....	42
Tabel 3.2 Daftar Informan .....	45

