

202110040311436
Dea Rizkyka Amalia
Prodi Ilmu Komunikasi

MANAJEMEN PRODUKSI KONTEN KREATIF MEDIA SOSIAL UNTUK KAMPANYE IMBAUAN DI BIDANG HUMAS POLDA JAWA TIMUR

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang
sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



Oleh:
Dea Rizkyka Amalia
202110040311436

Dosen Pembimbing
Nasrullah, S.Sos, M. Si., Ph.D

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Manajemen Produksi Konten Kreatif untuk Kampanye Imbauan di Bidang
Humas Polda Jawa Timur**

Diajukan Oleh :

Dea Rizkyka Amalia
202110040311436

Telah disetujui

Kamis / 16 Juli 2026

Pembimbing I



Nasrullah, M.Si, Ph.D

Wakil Dekan I



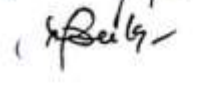
Dr. Agus Susilo, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

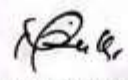


Novin Farid Styo Wibowo, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI	
Dipersiapkan dan disusun oleh :	
<u>Dea Rizkyka Amalia</u> 202110040311436	
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi dan dinyatakan L U L U S Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Kamis, 16 Juli 2026 Dihadapan Dewan Penguji	
Dewan Penguji :	
1. Dr. Nurudin, M.Si	()
2. Jamroji, M.Comms	()
3. Nasrulla, M.Si, Ph.D	()
Mengetahui Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	
  <u>Dr. Susilo, M.Si.</u>	

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  	FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK komunikasi.umm.ac.id ilmunikomunikasi@umm.ac.id			
SURAT KETERANGAN Nomor : E.6.c/ /FISIP-UMM/VII/2026				
Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:				
Nama	: Dea Rizkyka Amalia			
No. Induk Mahasiswa	: 202110040311436			
Program Studi	: Ilmu Komunikasi			
Judul Skripsi	: Manajemen Produksi Konten Kreatif Media Sosial untuk Kampanye Imbauan di Bidang Humas Polda Jawa Timur			
Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih				
Malang , Dosen Pembimbing				
 Nasrullah, S.Sos, M.Si., Ph.D				
 <table border="0"><tr><td>Kampus I Jl. Bawean 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 507 253 (Malang) F. +62 341 502 425</td><td>Kampus II Jl. Eendungan S. Jans No 158 Malang, Jawa Timur P. +62 341 521 549 (Malang) F. +62 341 562 060</td><td>Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 319 (Kediri) F. +62 341 550 425 E. webmaster@umm.ac.id</td></tr></table>		Kampus I Jl. Bawean 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 507 253 (Malang) F. +62 341 502 425	Kampus II Jl. Eendungan S. Jans No 158 Malang, Jawa Timur P. +62 341 521 549 (Malang) F. +62 341 562 060	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 319 (Kediri) F. +62 341 550 425 E. webmaster@umm.ac.id
Kampus I Jl. Bawean 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 507 253 (Malang) F. +62 341 502 425	Kampus II Jl. Eendungan S. Jans No 158 Malang, Jawa Timur P. +62 341 521 549 (Malang) F. +62 341 562 060	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 319 (Kediri) F. +62 341 550 425 E. webmaster@umm.ac.id		

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
komunikasi.umm.ac.id | ilmukomunikasi@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN
Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VII/2026

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Dea Rizkyka Amalia
NIM : 202110040311436
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 9 (4,5 Tahun) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 9 Juli 2026

Ketua Program Studi


Novin Farid Styowibowo, M.Si



STARS

Kampus I
Jl. Blandung, 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 253 (malang)
F. +62 341 500 430

Kampus II
Jl. Bendungan Suban No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 119 (Malang)
F. +62 341 562 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 664 318 (malang)
F. +62 341 800 430
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Dea Rizkyka Amalia
NIM : 202110040311436
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Manajemen Produksi Konten Kreatif Media Sosial untuk Kampanye Imbauan di Bidang Humas Polda Jawa Timur

Disetujui,
Pembimbing

De 15

Nasrullah, S.Sos, M.Si., Ph.D

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Novin Farid Styo Wibowo, M.Si



Kampus 1
J. Banteng, 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 660 435

Kampus II
Jl. Pendidikan 5, Jember No. 118 Malang, Jawa Timur
T. +62 341 331 348 (Pusat)
F. +62 341 582 003

Kontak:
Jl. Raya Thomas No 216 Malang Jawa Timur
P. 652 341 400 216 (malang)
F. +62 341 400 435
E. webmaster@jurnal.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
komunikasi.umm.ac.id | imukomunikasi@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Dea Rizkyka Amalia

NIM : 202110040311436

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul : Manajemen Produksi Konten Kreatif Media Sosial untuk Kampanye Imbauan di Bidang Humas Polda Jawa Timur

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang,

Yang Menyatakan,



E25ABA0X06491039
Dea Rizkyka Amalia



STARS

Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 561 253 (Hunting)
F. +62 341 600 425

Kampus II
Jl. Pendidikan Sutomo No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 501 189 (Hunting)
F. +62 341 562 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 864 313 (Hunting)
F. +62 341 690 425
E. webmaster@umm.ac.id

vii



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

komunikasi.umm.ac.id | ilmukomunikasi@umm.ac.id

PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29
TENTANG
PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

**LEMBAR PERSETUJUAN
DETEKSI PLAGIASI**

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL: Manajemen Produksi
Konten Kreatif Media Sosial untuk Kampanye Imbauan di Bidang Humas
Polda Jawa Timur

Oleh:

Nama : Dea Rizkyka Amalia

NIM : 202110040311436

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 8 Juli 2026

Pembimbing I/Promotor


Nasrullah, S.Sos, M.Si., Ph.D
NIP. 10303090338



(*) Coret yang tidak perlu

Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 501 213 (Pusat)
F. +62 341 608 425

Kampus II
Jl. Erdungun Sutan No. 108 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 501 189 (Pusat)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 219 (Pusat)
F. +62 341 432 435
E. webmaster@umm.ac.id

BUKTI PLAGIASI

 **PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI** Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : Dea Rizkyka Amalia
NIM : 202110040311436

Hasil Plagiasi : 7/7

BAB I	5			
BAB II	2			
BAB III	0			

BAB IV	1			
BAB V	3			
BAB VI				

Malang, 7 Juli 2026
Admin Plagiasi Prodi,


**PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI**



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Nama Lengkap: Dea Rizkyka Amalia

NIM: 202110040311436

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Alamat: Jl. Akordion Selatan No.8A, Tunggulwulung

Judul Penelitian: Manajemen Produksi Konten Kreatif Media Sosial untuk Kampanye Imbauan di Bidang Humas Polda Jawa Timur

Dosen Pembimbing: Nasrullah, S.Sos, M.Si., Ph.D

No.	Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan	Tanda Tangan
1.	20/5/2024	Acc judul proposal	
2.	16/11/2024	Seminar Proposal	
3.	18/11/2024	Bimbingan Bab 1, 2, & 3	
4.	19/11/2024	Revisi Bab 1,2 & 3	
5.	12/5/2025	Membuat Bab 4 & 5	
6.	7/6/2025	Bimbingan Bab 4 & 5	
7.	8/6/2025	Revisi Bab 4 & 5	
8.	9/6/2025	Bimbingan lagi Bab 4 & 5	
9.	11/2025	Seminar Hasil	

Malang,

Dosen Pembimbing

Nasrullah, S.Sos, M.Si., Ph.D



Kampus I
Jl. Pahlawan I Malang Jawa Timur
P. +62 341 501 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Selatan No 188 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 145 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tuguas No 240 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Tanggal : Rabu, 11 Juni 2025

Pukul : 19.00 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	Dea Rizkyka Amalia
NIM	202110040311436
Program Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Manajemen Produksi Konten Kreatif Media Sosial untuk Kampanye Imbauan di Bidang Humas Polda Jawa Timur
Pembimbing	Nasrullah, S.Sos, M.Si., Ph.D
Dosen Penguji 1	Jamroji, S.Sos., M.Comms

Seminar hasil dilakukan secara daring (*online*) melalui *platform* Zoom Meeting

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen penguji 1 dan sejumlah 15 Mahasiswa (Daftar Hadir Terlampir). Penyajian Seminar Skripsi dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS

Malang, 8 Juli 2024

Dosen Pembimbing,

Nasrullah, S.Sos, M.Si., Ph.D

Dosen penguji,

Jamroji, S.Sos., M.Comms

Mengetahui,

Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Styowibowo, S. Sos, M. Si



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

No.	Nama	NIM
1.	Bintang Faizal Reza	202110040311408
2.	Fasshola Al Ghiffari	202110040311389
3.	aulia salsabila	202110040311404
4.	Mutiara Nahyati	202110040311435
5.	Nur Aulia Y	202110040311441
6.	Cholid Emir Hamka	202110040311439
7.	Ainia Indah Cahyani	202110040311355
8.	mahfudh ghafur	202110040311415
9.	Qori Raditya D	201910370311375
10.	branden adit h	202110040311428
11.	NAUFAL ARDI SANTOSO	201910370311409
12.	Namira Faradila Makaramah	21503020711011
13.	Bagus Pamuji raharjo	202110040311392
14.	Zara Azzahrah	202110040311414
15.	Firly Aulia Rahma	2109101088

Malang,

Dosen pembimbing



Nasrullah, S.Sos, M.Si., Ph.D

Kampus I

Jl. Bendungan I Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 450 435

Kampus II

Jl. Bendungan Suban No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 562 050

Kampus III

Jl. Raya Tugu No 265 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 219 (Hunting)
F. +62 341 450 435
E. webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Dea Rizkyka Amalia, NIM. 202110040311436, Manajemen Produksi Konten Kreatif Media Sosial untuk Kampanye Imbauan di Bidang Humas Polda Jawa Timur.

Media sosial telah menjadi sarana strategis dalam mendukung kegiatan komunikasi publik, termasuk dalam penyampaian kampanye imbauan oleh institusi pemerintah. Proyek ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen produksi konten kreatif dijalankan dalam kampanye imbauan di bidang Humas Polda Jawa Timur melalui platform Instagram, sebagai bagian dari upaya membangun komunikasi yang lebih dekat dan relevan dengan masyarakat.

Proyek dilakukan dengan mengacu pada teori keterlibatan (*engagement*) untuk memahami bagaimana strategi konten dapat menarik perhatian, memicu ketertarikan, dan mendorong partisipasi audiens. Aktivasi media sosial dalam konteks kampanye ini juga dilihat sebagai bentuk komunikasi dua arah yang membangun hubungan interaktif antara institusi dan publik.

Informasi diperoleh dengan menelusuri proses kerja produksi konten mulai dari tahap perencanaan, produksi, hingga pasca produksi. Analisis dilakukan terhadap aktivitas media sosial resmi Humas Polda Jawa Timur dalam periode tertentu, dengan memperhatikan pesan, serta respons audiens terhadap kampanye imbauan yang disampaikan.

Hasil menunjukkan bahwa manajemen produksi konten yang dilakukan secara terstruktur dan responsif mampu meningkatkan jangkauan serta keterlibatan audiens secara signifikan. Aktivasi konten kreatif di media sosial menjadi strategi yang efektif dalam menyampaikan pesan imbauan publik serta menjaga citra positif institusi.

Kata Kunci

Produksi Konten Kreatif, Media Sosial, Kampanye Imbauan

Dosen Pembimbing,



Nasrullah, S.Sos, M.Si., Ph.D

NIP 10303090338

Malang, 2 Juni 2025

Penulis,



Dea Rizkyka Amalia

NIM 202110040311436

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Manajemen Produksi Konten Kreatif Media Sosial untuk Kampanye Imbauan di Bidang Humas Polda Jawa Timur" dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, kekuatan, kemudahan, serta kasih sayang-Nya sehingga penulis diberikan kesempatan dan kemampuan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta, yang telah menjadi sumber kasih sayang, doa, dan semangat terbesar dalam kehidupan penulis. Teristimewa untuk Mama tercinta yang telah berada di sisi Allah SWT. Meskipun tidak lagi dapat menemani setiap langkah penulis secara langsung, nilai-nilai kehidupan yang Mama tanamkan akan selalu menjadi inspirasi dalam setiap perjalanan hidup penulis.
3. Keluarga tercinta, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, perhatian, motivasi, serta semangat kepada penulis.
4. Bapak Nasrullah, S.Sos., M.Si., Ph.D., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
5. Bapak Jamroji, M.Comms., selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan, kritik, saran, dan evaluasi yang sangat membangun sehingga skripsi ini menjadi lebih baik dan layak.
6. Jajaran Tim Multimedia Bidang Humas Polda Jawa Timur, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk belajar secara langsung serta membantu penulis dalam memperoleh pengalaman, wawasan, dan data yang dibutuhkan selama proses penelitian berlangsung.
7. Sahabat-sahabat tercinta, yang selalu hadir memberikan dukungan serta menjadi tempat berbagi cerita dan perjuangan selama menjalani masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang manajemen produksi konten kreatif media sosial pada instansi pemerintah, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	II
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	III
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	IV
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH.....	V
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	VI
SURAT PERNYATAAN	VII
BUKTI PLAGIASI.....	IX
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	X
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	XI
DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL.....	XII
KATA PENGANTAR	XIV
DAFTAR ISI.....	XV
DAFTAR TABEL.....	XVII
DAFTAR GAMBAR.....	XVII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	4
1.3 TUJUAN PENELITIAN	4
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	4
BAB II.....	5
LANDASAN TEORI.....	5
2.1 TEORI MANAJEMEN.....	5
2.2 KONSEP MANAJEMEN PRODUKSI KONTEN KREATIF	10
2.2.3 TAHAPAN MANAJEMEN PRODUKSI KONTEN KREATIF	11
2.3 KONTEN KREATIF.....	13
2.3.4 KARAKTERISTIK KONTEN KREATIF	16
2.4 AUDIENS MEDIA SOSIAL DAN ENGAGEMENT	18
2.5 ENGAGEMENT: KONSEP DAN PENTINGNYA DALAM STRATEGI KONTEN	21

2.6 PRODUKSI KONTEN DI LEMBAGA PEMERINTAH: ETIKA DAN HAK CIPTA	23
2.7 INDIKATOR KEBERHASILAN PRODUKSI KONTEN (<i>KEY PERFORMANCE INDICATOR/KPI</i>) ..	27
2.8 PENELITIAN TERDAHULU	30
2.9 KERANGKA KONSEPTUAL.....	33
BAB III	35
METODE PENELITIAN.....	35
3.1 PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN.....	35
3.2 TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN	36
3.3 RUANG LINGKUP DAN OBJEK PENELITIAN	37
3.4 SUMBER DATA	38
3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	39
3.6 TEKNIK ANALISIS DATA.....	39
BAB IV	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 GAMBARAN UMUM	44
4.2 HASIL PENELITIAN	47
4.3 PEMBAHASAN.....	74
4.3.1 <i>PLANNING</i> (PERENCANAAN).....	75
4.3.2 <i>ORGANIZING</i> (PENGORGANISASIAN).....	75
4.3.3 <i>ACTUATING</i> (PELAKSANAAN)	76
4.3.4 <i>CONTROLLING</i> (PENGAWASAN).....	77
4.4 EVALUASI HASIL PENELITIAN / RISET EVALUASI	78
BAB V	80
PENUTUP.....	80
5.1 KESIMPULAN	80
5.2 SARAN.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Indikator KPI yang digunakan dalam penelitian.....	28
Tabel 2 Tim Multimedia Bidhumas Polda Jatim.....	50
Tabel 3 Content Plan.....	51
Tabel 4 Kalender Konten	60
Tabel 5 Total Engagement Rate	70
Tabel 6 Perbandingan Followers.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Rumus Engagement Rate	30
Gambar 2 Logo Polda Jawa Timur	44
Gambar 3 Instagram @bidhumaspoldajatim	46
Gambar 4 Tim melakukan Brainstorming ide konten.....	48
Gambar 5 Tim melakukan diskusi & brainstorming ide konten	48
Gambar 6 Riset berita untuk konten kampanye imbauan	49
Gambar 7 Naskah kampanye imbauan	49
Gambar 8 Pelaksanaan produksi konten kampanye imbauan.....	56
Gambar 9 Pelaksanaan produksi konten kampanye imbauan.....	57
Gambar 10 Proses Editing konten kampanye imbauan	58
Gambar 11 Proses Editing konten kampanye imbauan	58
Gambar 12 Caption konten kampanye imbauan.....	59
Gambar 13 Slide per slide konten imbauan format video slideshow.....	60
Gambar 14 Komentar masyarakat terhadap konten yang di publikasi	71
Gambar 15 jumlah tayangan dalam Instagram	72
Gambar 16 jumlah like, coment, share, save, direct message, dan lain-lain	73

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, I. F., & Rosana, A. (2024). Strategi Komunikasi Humas DKPP melalui Media Sosial Instagram. *KALBISOCIO Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 11(1), 124–137. <https://doi.org/10.53008/kalbisocio.v11i1.3329>
- Ashley, C., & Tuten, T. (2015). Creative Strategies in Social Media Marketing: An Exploratory Study of Branded Social Content and Consumer Engagement. *Psychology & Marketing*, 32(1), 15–27. <https://doi.org/10.1002/mar.20761>
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy and Implementation*. Pearson Education. https://digilib.stiestekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_27aff686c21a3ec16bdc9e2e8d785bf6b8d8e4e8_1655821975.pdf
- de Vries, L., Gensler, S., & Leeftang, P. S. H. (2012). Popularity of Brand Posts on Brand Fan Pages: An Investigation of the Effects of Social Media Marketing. *Journal of Interactive Marketing*, 26(2), 83–91. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2012.01.003>
- Fachruddin, A. (2017). *Dasar-dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter dan Teknik Editing*. Kencana.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. T. (2000). *Managing Public Relations*. Jovanovich College Publishers.
- Hasibuan. (2019). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Bumi Aksara.
- Herdrianto, I. P., & Kristiyono, J. (2022). Strategi Produksi Konten Visual @Creativisstudio di Instagram. *Digicom: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 4(2), 60–68. <https://journal.stikosa-aws.ac.id/index.php/digicom/article/view/383/202>
- Holliman, G., & Rowley, J. (2014). Business to business digital content marketing: marketers' perceptions of best practice. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8(4), 269–293. <https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2014-0013>
- Irwanda, A. A., Abiyus, W., Herdiansyah, A., Turnandes, Y., & Juliani, F. (2024). Analisis Engagement Rate Pada Instagram Universitas Lancang Kuning. *ZONAsi: Jurnal Sistem Informasi*, 6(2), 390–399. <https://doi.org/10.31849/zn.v6i2.17904>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press. <https://www.dhi.ac.uk/san/waysofbeing/data/communication-zangana-jenkins-2006.pdf>

- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). *User of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons.
- Koontz, H., & O'Donnell, C. (2014). *Principles of Management: An Analysis of Managerial Functions*. McGraw-Hill.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2018). *Principles of Marketing* (8th ed.). Pearson Education.
- Kriyantono, R., Kasim, A., Safitri, R., Adila, I., Prasetya, A. B., Febriani, N., & Dewi, W. W. A. (2023). Is Social Media the Top Priority for Seeking and Sharing Information About COVID-19 Among Indonesian Students? *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 39(1), 144–165. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2023-3901-09>
- Kriyantono, R., & Safitri, R. (2024). The Excellence Plus for Government Public Relations in the New Media Era. *Communicare : Journal of Communication Studies*, 11(1), 50–65. <https://doi.org/10.37535/101011120244>
- Lopez, E. N. B., Lopez, B., & Abadiano, M. (2024). Understanding Generation Z, The New Generation of Learners: A Technological-Motivational-Learning Theory. *Journal of Harbin Engineering University*, 44(10), 770–784. https://www.researchgate.net/publication/375328954_Understanding_Generation_ZThe_New_Generation_of_Learners_A_Technological-Motivational-Learning_Theory
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Analisis Data Kualitatif*. Universitas Indonesia Press.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th ed.). Sage Publications.
- Morissan, M. A. (2018). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Ed. Revisi*. Prenada Media.
- Nasrullah, R. (2021). *Media Sosial*. Simbiosis Rekatama Media.
- Pandusiwi, S. A. (2024). Strategi Humas Pemerintahan dalam Penyebaran Konten Kamus Direktorat Jenderal Perimbangan Keuangan (DJPk) Melalui Instagram @ditjenpk. *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA*, 16(03), 01. <https://doi.org/10.33221/jikom1.v16i03.389>
- Pulizzi, J. (2014). *Epic Content Marketing*. Content Marketing Institute.
- Rokhman, R., Hamdani, A., Haq, F. A. N., Sa'adah, S. I., Abimanyu, M. L. K., & Prasetyo, D. (2026). Strategi Manajemen Produksi Konten Digital di Bagian Humas Kementerian Agama Kota Surabaya: Studi Kasus Pembuatan Desain dan Reels Instagram. *The Commecium*, 10(3), 62–68. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commecium/article/view/77609>

- Socialinsider. (2024). 2024 Social Media Benchmarks: Performance Data Across 22 Industries. *Socialinsider*. <https://www.socialinsider.io/blog/social-media-benchmarks/#:~:text=TikTok's>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Alfabeta.
- Sukmana, K. A., Razandi, M. A., Maulana, M. A. A., & Sudiwijaya, E. (2023). Manajemen Produksi Konten TikTok @Ipantat12 dalam Endorse Produk. *Jurnal Audiens*, 4(2), 264–277. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i2.26>
- Sukmana, O., Machmud, M., Basri, L., Khoirurrosyidin, K., Sari, A. F., Jumui, J., Saputro, D., Remtulla, A. N., Rizqika, A. A., Walikrom, A. A., & Damanik, F. H. S. (2025). *Metode Penelitian Kualitatif: Suatu Pengantar Konseptual dan Praktis*. Star Digital Publishing.
- Terry, G. R. (2019). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Bumi Aksara.
- Terry, G. R. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bumi Aksara.
- Tuten. Tracy L., & Solomon, M. R. (2020). *Social Media Marketing*. SAGE Publications, Incorporated.
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, Pub. L. 28 (2014).
- We are Social. (2025, February 25). DIGITAL 2025: Your ultimate guide to the evolving digital world. *We Are Social*. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>

