



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

## **PERAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST* DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA DIVISI *BRAND NEWS ROOM* DETIKCOM**

**WINDI ANGGRAINI**



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2022**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



## PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan laporan akhir dengan judul Peran *Social Media Specialist* dalam Meningkatkan *Brand Awareness* pada Divisi *Brand News Room* detikcom adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2022



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

Windi Anggraini  
J3A119244

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



## RINGKASAN

WINDI ANGGRAINI. Peran *Social Media Specialist* dalam Meningkatkan *Brand Awareness* pada Divisi *Brand News Room* detikcom. *The Role of Social media specialist in Increasing Brand Awareness on detikcom Brand News Room Division*. Dibimbing oleh IKA SARTIKA.

Latar belakang penulisan Tugas Akhir ini berawal dari pengertian media massa hingga pembahasan mengenai salah satu jenis media massa yang berkembang pesat saat ini yaitu media *online*. Media *online* yang berkembang saat ini telah membuka jalan baru bagi lahirnya berbagai *website* berita *online*, salah satunya adalah detikcom. Detikcom tidak hanya hadir sebagai bagian dari perkembangan dunia jurnalistik. Namun dalam praktiknya juga memiliki peran lain yakni sebagai media *digital* dan kegiatan *digital marketing*. Hal ini dilakukan melalui divisi *Brand News Room* yang berada dibawah divisi *marketing* di detikcom. Secara khusus terdapat peran dari seorang *social media specialist* dalam didalamnya. Peran dari seorang *social media specialist* di divisi *Brand News Room* detikcom tidak hanya mengelola akun media sosial tetapi juga berperan untuk meningkatkan *brand awareness* dari dua pihak yaitu antara perusahaan klien dengan *audience* dan antara detikcom dengan *client* dan audiens.

Dengan mengetahui latar belakang penulisan tersebut dapat diketahui beberapa rumusan masalah dalam penulisan Tugas Akhir ini yaitu tentang bagaimana peran *social media specialist* dalam meningkatkan *brand awareness* di divisi *Brand News Room* detikcom, bagaimana proses pengelolaan *social media Instagram* di divisi *Brand News Room* detikcom, dan bagaimana hambatan yang dihadapi dan solusi yang dilakukan oleh *social media specialist* dalam meningkatkan *brand awareness* di divisi *Brand News Room* detikcom. Berdasarkan rumusan masalah tersebut tentu terdapat tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini. Adapun metode penulisan yang digunakan adalah dengan teknik pengumpulan data primer dan sekunder yang dilakukan di tempat praktik kerja lapangan yang berlokasi di kantor detikcom, tepatnya pada divisi *Brand News Room*.

Dengan mengetahui peran dari seorang *social media specialist* di divisi *Brand News Room* detikcom, dapat diketahui gambaran secara mendetail tentang peran *social media specialist* yang cukup kompleks. Kesimpulan yang diperoleh di lapangan juga membuktikan bahwa tidak hanya mengelola media sosial *Instagram* secara umum, seorang *social media specialist* di divisi *Brand News Room* juga berperan dalam menganalisis *insight* media sosial *instagram* yang ada didalamnya. Tentunya dalam menjalankan peran sebagai seorang *social media specialist* adakalanya terdapat hambatan saat menjalankan perannya seperti, kendala jaringan dan aplikasi desain yang *error*. Dengan berbagai hambatan yang ada tersebut ditemukan juga berbagai solusi untuk mengatasinya dalam bentuk usaha-usaha yang dapat dilakukan untuk membantu menjalankan peranan dari seorang *social media specialist*.

Kata kunci: detikcom, *digital* media, media *online*, media sosial, *social media specialist*



© Hak Cipta milik IPB, tahun 2022  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



# **PERAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST* DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA DIVISI *BRAND NEWS ROOM* DETIKCOM**

**WINDI ANGGRAINI**



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

Laporan Akhir  
sebagai salah satu syarat memperoleh gelar  
Ahli Madya pada  
Program Studi Komunikasi

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2022**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Pengujian pada ujian laporan akhir: Bayu Suriaatmaja Suwanda S.I.Kom., M.I.Kom.





Judul Laporan Akhir : Peran *Social media specialist* dalam Meningkatkan *Brand Awareness* pada Divisi *Brand News Room* detikcom

Nama : Windi Anggraini  
NIM : J3A119244

Disetujui oleh

Pembimbing:  
Ika Sartika S.Sn., M.Sn.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:  
Dr. Ir. Wahyu Budi Priatna, M.Si.  
NIP 196704101991031001



Sekolah Vokasi  
College of Vocational Studies

Dekan Sekolah Vokasi:  
Prof. Dr. Ir. Arief Darjanto, M.Ec.  
NIP 196106181986091001



Tanggal Ujian :  
(8 Juli 2022)

Tanggal Lulus :  
( 0 6 AUG ) 2022

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
  2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.