



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*