

DAFTAR ISI

| | |
|--|---------------------------------|
| Halaman Judul..... | <i>i</i> |
| HALAMAN PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAHAN TUGAS AKHIR | <i>ii</i> |
| PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR..... | <i>iv</i> |
| KATA PENGANTAR..... | <i>vii</i> |
| DAFTAR ISI..... | <i>xi</i> |
| DAFTAR GAMBAR..... | <i>xiii</i> |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | <i>xiv</i> |
| BAB I..... | <i>1</i> |
| PENDAHULUAN..... | <i>1</i> |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | <i>1</i> |
| 1.2 Tujuan Magang..... | <i>9</i> |
| 1.3 Ruang Lingkup dan Batasan | <i>9</i> |
| 1.4 Lokasi dan waktu magang | <i>10</i> |
| BAB II | <i>12</i> |
| TINJAUAN PUSTAKA | <i>12</i> |
| 2.1 Media Sosial dan perannya | <i>12</i> |
| 2.2 Instagram beserta Fiturnya | <i>17</i> |
| 2.3 <i>Relationship Marketing</i> | <i>19</i> |
| 2.4 Elemen Strategi Kreatif Relationship Marketing..... | <i>22</i> |
| 2.4.1 <i>Branding and Positioning</i> | <i>23</i> |
| 2.4.2 <i>Public Relations</i> | <i>25</i> |
| 2.4.3 <i>Campaign</i> | <i>26</i> |
| 2.5 Content Marketing dan elemen-elemen nya | <i>28</i> |
| 2.5.1. <i>Visual Informations</i> | <i>30</i> |
| 2.5.2 <i>Content and Reputation Management</i> | <i>31</i> |
| 2.5.3 Analyze Content Needs | <i>31</i> |
| 2.5.4 | <i>Listening and Responding</i> |
| | <i>32</i> |
| BAB III..... | <i>35</i> |
| GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN..... | <i>35</i> |

| | |
|---|-----------|
| 3.1 Sejarah Berdiri nya Sudin Penanggulangan Kebakaran dan Penyelamatan Kota Administrasi Jakarta Timur | 35 |
| 3.2 Visi dan Misi Sudin Penanggulangan Kebakaran dan Penyelamatan Kota Administrasi Jakarta Timur | 39 |
| 3.6 Tugas dan Tanggung Jawab | 44 |
| BAB IV | 48 |
| HASIL MAGANG DAN PEMBAHASAN..... | 48 |
| 4.1 Uraian Hasil Magang..... | 48 |
| 4.1.1 Pengelolaan Media Sosial Instagram..... | 48 |
| 4.1.2 Konten Sosialisasi Penanggulangan dan Penyelamatan Kebakaran | 51 |
| 4.1.3 Konten Edukatif dan Informatif..... | 52 |
| 4.1.4 Membuat Forum Tanya Jawab..... | 54 |
| 4.1.5 Membuat konten Instagram reels | 55 |
| 4.1.6 Menganalisis Pengaduan Masyarakat..... | 56 |
| 4.1.7 Membuat Konten Pemberdayaan dan Partisipasi Masyarakat | 58 |
| 4.1.8 Dokumentasi Foto dan Video | 59 |
| 4.2 Pembahasan Relationship Marketing..... | 60 |
| 4.2.1 Branding and Positioning | 62 |
| 4.2.2 Public Relations..... | 64 |
| 4.2.3 Campaign..... | 67 |
| 4.3 Pembahasan Content Marketing | 70 |
| 4.3.1 Visual Informations | 71 |
| 4.3.2 Content and Reputation Management..... | 73 |
| 4.3.3 Analyze Content Needs..... | 75 |
| 4.3.4 Listening and Responding..... | 77 |
| BAB V..... | 87 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | 87 |
| 5.1 Kesimpulan | 87 |
| 5.2 Saran..... | 88 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 90 |
| LAMPIRAN..... | 1 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Presentase Pengguna Sosial Media di dunia | 3 |
| Gambar 1. 2 Presentase Pengguna Instagram di Indonesia..... | 4 |
| Gambar 2 .1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia | 13 |
| Gambar 3. 1 Logo Sudin Penanggulangan Kebakaran dan Penyelamatan Kota Administrasi Jakarta Timur | 42 |
| Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Sudin Penanggulangan Kebakaran dan Penyelamatan Kota Administrasi Jakarta Timur..... | 44 |
| Gambar 4. 1 Instagram milik Sudin Penanggulangan Kebakaran dan Penyelamatan | 50 |
| Gambar 4. 2 Konten Sosialisasi | 51 |
| Gambar 4. 3 Konten Informatif dan Edukatif | 53 |
| Gambar 4. 4 Konten FAQ | 54 |
| Gambar 4. 5Konten Instagram Reels | 56 |
| Gambar 4. 6 Analisa Pengaduan Masyarakat | 57 |
| Gambar 4. 7 Partisipasi Warga dalam Laporan kejadian Kebakaran..... | 59 |
| Gambar 4. 8 Dokumentasi Kegiatan @damkarjakartatimur | 60 |
| Gambar 4. 9 Branding dan Positioning dari @damkarjakartatimur..... | 63 |
| Gambar 4. 10 Konten Publikasi dengan Etika Public Relations | 65 |
| Gambar 4. 11 Aplikasi Go Damkar..... | 68 |
| Gambar 4. 12 Testimoni Warga terhadap aksi Penyelamatan Sudin Penanggulangan Kebakaran dan Penyelamatan Kota Administrasi Jakarta Timur..... | 69 |
| Gambar 4. 13 Kegiatan Corporate Campaign Sudin Penanggulangan Kebakaran dan Penyelamatan Kota Administrasi Jakarta Timur. | 70 |
| Gambar 4. 14 Konten Visual Informations @damkarjakartatimur..... | 72 |
| Gambar 4. 15 Dokumentasi Opini Publik..... | 74 |
| Gambar 4. 16 Time Table Publikasi Konten Instagram @damkarjakartatimur | 76 |
| Gambar 4. 17 Kegiatan Listening and Responding Pesan Instagram @damkarjakartatimur | 79 |
| Gambar 4. 18 Data Analisis Instagram @damkarjakartatimur | 82 |
| Gambar 4. 19 Data Perolehan Instagram Insights @damkarjakartatimur ... | 83 |
| Gambar 4. 20 Rekap Jumlah likes, comments dan views @damkarjakartatimur | 85 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|------|
| Lampiran A- 1 Lembar Monitoring Bimbingan..... | A-1 |
| Lampiran A- 2 Surat Pengantar Magang UPH | A-2 |
| Lampiran A- 3 Penilaian dari Tempat Magang..... | A-3 |
| Lampiran A- 4 Angket Pendapat Pemagang Terhadap Program Magang.. | A-4 |
| Lampiran A- 5 Daftar Informasi Penempatan Pemagang | A-5 |
| Lampiran A- 6Angket Pendapat Pemagang Terhadap Program Magang ... | A-6 |
| Lampiran A- 7 Sertifikat Magang | A-7 |
| Lampiran A- 8 Surat Bukti Penerimaan Magang..... | A-8 |
| Lampiran A- 9 Evaluasi Kinerja Pemagang Tahap Akhir | A-9 |
| Lampiran A- 10 Angket Perusahaan | A-10 |
| Lampiran A- 11 Lembar Monitoring Supervisor | A-11 |
| Lampiran A- 12 Lembar Monitoring Supervisor | A-12 |
| Lampiran A- 13 Cek Turnitin | A-13 |
| Lampiran A- 14 Dokumentasi Foto | A-14 |
| Lampiran A- 15 Dokumentasi Foto (Sambungan)..... | A-15 |