

**STRATEGI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@LAWANCOVID19_ID DALAM PRODUKSI KONTEN
INFORMASI SEPUTAR PANDEMI COVID-19 PADA TAHUN
2021-2022**

TUGAS AKHIR



**AULIA BUNGA JUSTICIA
1211913008**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS
EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
2025**

**STRATEGI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@LAWANCOVID19_ID DALAM PRODUKSI KONTEN
INFORMASI SEPUTAR PANDEMI COVID-19 PADA TAHUN
2021-2022**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



**AULIA BUNGA JUSTICIA
1211913008**

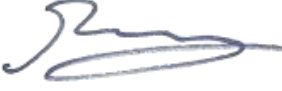
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS
EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Aulia Bunga Justicia

NIM : 1211913008

Tanda Tangan : 

Tanggal : 01 September 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Aulia Bunga Justicia
NIM : 1211913008
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Tugas Akhir : Strategi Media Sosial Instagram @lawancovid19_id
dalam Produksi Konten Informasi Seputar Pandemi
COVID-19 pada Tahun 2021-2022

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Kounikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Hany Nurahmawati, S.Ikom, M.Ikom

()

Penguji : Adek Risma Dedeas, S.S., M.A., M.A

()

Penguji : Ken Ayuthaya Purnama, S.I.Kom., M.I.Kom

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 01 September 2025

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Komunikasi Universitas Bakrie. Saya bersyukur atas bimbingan beberapa pihak selama masa perkuliahan dan selama proses penyusunan skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, sang pencipta alam, yang senantiasa hadir dan tentunya memberikan sehat dan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini.
2. Kedua orang tua penulis, yang selalu yakin atas apa yang dilakukan dan dikerjakan oleh penulis dan tentunya senantiasa mendoakan untuk kelancaran penulisan ini.
3. Kedua kakak penulis, yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam berbagai bentuk agar penulis bisa menyelesaikan rangkaian perkuliahan ini.
4. Ibu Dr. Hany Nurahmawati S.Ikom selaku dosen pembimbing yang sudah dengan sabar memberikan bimbingan dan dukungan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Adek Risma Dedeas, S.S., M.A., M.A yang sudah turut membantu dalam penulisan skripsi ini dengan menguji proposal dan memberikan arahan lebih lanjut sehingga saya bisa meneruskan penulisan ini.
6. Bapak Ahmad Sadariskar, M.Si yang sudah turut membantu saya dengan menjadi triangulator untuk penelitian saya, tanggapan dan masukan dari bapak sungguh membuat skripsi saya lebih bermakna.
7. Seluruh dosen dan pihak akademik Universitas Bakrie yang dengan sangat baik membantu jalannya perkuliahan saya selama ini.
8. Seluruh rekan-rekan saya dari Kelas Karyawan Ilmu Komunikasi 16 yang telah berjuang bersama di perkuliahan masa pandemi, walaupun pengenalan dan pertemuan justru lebih banyak melalui daring, tapi support tetap terasa secara langsung.
9. Rekan-rekan di tempat kerja saya, yaitu ICT Watch yang sudah sangat

kooperatif memaklumi saya sejak saya mengikuti perkuliahan hingga saya menyelesaikan penelitian ini.

10. Seluruh rekan-rekan saya yang mohon maaf namanya tidak dapat disebutkan satu per satu, yang tentunya selalu memberikan dukungan agar saya tetap bisa menyelesaikan penelitian ini. Dengan waktu yang tidak sebentar, support dan keyakinan rekan-rekan bahwa saya bisa menyelesaikan ini, sungguh membuat saya bangkit dan terdorong hingga akhirnya saya bisa menulis ucapan terima kasih ini.

Semoga Allah SWT membalas segenap kebaikan setiap pihak yang sudah menemani langkah perjalanan pendidikan penulis. Demikian penulis sampaikan, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu kedepannya.

Jakarta, 14 Agustus 2025

Aulia Bunga Justicia

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aulia Bunga Justicia
NIM : 1211913008
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Tugas Akhir : Strategi Media Sosial Instagram @lawancovid19_id dalam Produksi Konten Informasi Seputar Pandemi COVID-19 pada Tahun 2021-2022

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

STRATEGI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @LAWANCOVID19_ID DALAM PRODUKSI KONTEN INFORMASI SEPUTAR PANDEMI COVID-19 PADA TAHUN 2021-2022

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 01 September 2025

Yang menyatakan,



Aulia Bunga Justicia

Strategi Media Sosial Instagram @lawancovid19_id dalam Produksi Konten Informasi Seputar Pandemi COVID-19 pada Tahun 2021-2022

Aulia Bunga Justicia

ABSTRAK

Akun sosial media Instagram @lawancovid19_id adalah akun resmi yang dibuat oleh pemerintah untuk memproduksi konten informasi selama pandemi COVID-19. Studi ini ditalarbelakangi oleh tingginya kebutuhan masyarakat terhadap informasi yang valid di tengah kesimpangsiuran informasi. Informasi yang sangat dinamis, tentunya membutuhkan strategi untuk pengelolaan konten dan informasi agar tetap aktual. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus, data dikumpulkan melalui teknik observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi terhadap tiga informan yang berperan langsung dalam pengelolaan akun. Hasil penelitian mengidentifikasi tiga tahapan utama dalam strategi produksi konten, yaitu: tahap pra-produksi yang menghasilkan temuan perencanaan pesan berbasis kredibilitas sumber dan pemilihan platform berdasarkan demografi audiens, untuk tahap produksi menekankan bahwa adanya penyederhanaan narasi untuk menjadi sebuah konten visual yang komunikatif dan inklusif agar lebih mudah dipahami oleh audiens, serta tahap pasca produksi yang mencakup analisis performa akun dan konten, manajemen interaksi dengan audiens dan mengoptimalkan jangkauan konten. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi ditentukan oleh kolaborasi, fleksibilitas dalam merespon dinamika informasi, serta penggunaan elemen visual yang representatif untuk memperkuat hubungan emosional dengan audiens. Penulis menyimpulkan bahwa strategi komunikasi publik berbasis media sosial yang efektif tidak hanya bergantung pada kecepatan informasi tersebut di distribusikan, tetapi juga pada sensitivitas terhadap kondisi sosial budaya sang penerima pesan.

Kata kunci: strategi media sosial, komunikasi publik, media sosial, instagram, COVID-19

The Social Media Strategy of Instagram @lawancovid19_id in Producing COVID-19 Pandemic Information Content in 2021–2022

Aulia Bunga Justicia

ABSTRACT

The instagram account @lawancovid19_id is an official government platform established to produce informational content during the COVID-19 pandemic. This study is motivated by the public's high demand for valid information amid widespread misinformation. Given the dynamic nature of pandemic-related information, strategic content and information management is essential to ensure relevance and accuracy. Using a qualitative case study approach, data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation involving three informants directly involved in managing the account. The findings identified three key stages in the content production strategy: the pre-production stage emphasized message planning based on source credibility and platform selection aligned with audience demographics, the production stage involved simplifying narratives into communicative and inclusive visual content that is easier for the audience to understand, and the post-production stage encompassed performance analysis of the account and content, audience interaction management, and optimization of content reach. This analysis reveals that the success of communication strategies is influenced by collaboration, flexibility in responding to information dynamics, and the use of representative visual elements to strengthen emotional connections with the audience. The study concludes that effective social media based public communication strategies rely not only on the speed of information dissemination, but also on sensitivity to the social and cultural contexts of the target audience.

Keywords: social media strategy, public communication, social media, instagram, COVID-19.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Konsep yang Relevan.....	9
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	9
2.1.2 Komunikasi Publik	10
2.1.3 Strategi Konten	10
2.1.4 Diseminasi Informasi.....	11
2.1.5 Digital Marketing	12
2.1.6 Media Sosial	12
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	16
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	22
3.1 Desain dan Pendekatan.....	22

3.2	Objek dan Subjek Penelitian.....	23
3.2.1	Objek Penelitian	23
3.2.2	Subjek Penelitian	23
3.3	Pengumpulan Data.....	27
3.3.1	Sumber Data Primer	27
3.3.2	Sumber Data Sekunder	28
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4.1	Observasi	28
3.4.2	Wawancara	28
3.4.3	Dokumentasi.....	29
3.5	Analisis Data.....	30
3.6	Triangulasi Data.....	31
3.7	Operasionalisasi Konsep.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		33
4.1	Gambaran Umum Akun Instagram @lawancovid19_id	33
4.2	Penyajian Data.....	34
4.2.1	Pemilihan Platform Media Sosial.....	34
4.2.2	Analisis Kategori Konten @lawancovid19_id	35
4.2.3	Analisis Proses Produksi Konten.....	37
4.2.3.1	Tahap Pra Produksi	37
4.2.3.2	Tahap Produksi.....	37
4.2.3.3	Tahap Pasca Produksi.....	40
4.3	Pembahasan	46
4.3.1	Pemilihan Platform Media Sosial.....	46
4.3.2	Tahap Pra Produksi.....	47
4.3.2.1	Struktur Tim	47
4.3.2.2	Pengenalan Akun @lawancovid19_id	47
4.3.3	Tahap Produksi	48
4.3.3.1	Kecepatan dan Ketepatan	48
4.3.3.2	Pendekatan Produksi	49
4.3.4	Tahap Pasca Produksi.....	50
4.3.4.1	Pantauan dan Laporan	50

4.3.4.2	Efektivitas Penyebaran Konten	51
4.3.4.3	Interaksi Audiens.....	52
4.3.5	Transisi Akun Instagram @lawancovid19_id	53
BAB V	PENUTUPAN	55
5.1	Kesimpulan.....	55
5.1.1	Tahap Pra Produksi.....	55
5.1.2	Tahap Produksi	56
5.1.3	Tahap Pasca Produksi.....	56
5.2	Saran.....	57
5.2.1	Saran Akademis.....	57
5.2.2	Saran Praktis	57
DAFTAR PUSTAKA		59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan dengan Penelitian-Penelitian Sebelumnya	17
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	32
Tabel 4.1 Rekapitulasi Jumlah Konten Infografis Periode Juli-September 2021	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Infografis Kebijakan Vaksinasi COVID-19	2
Gambar 1.2 Infografis Alasan Penggunaan Internet	3
Gambar 1.3 Akun Media Sosial Lawan Covid-19.....	6
Gambar 2.1 Keterkaitan Pemasaran dan Komunikasi.....	9
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian.....	21
Gambar 3.1 Foto Profil Informan Donny Budhi Utoyo	25
Gambar 3.2 Foto Profil Informan Indriyatno Banyumurti.....	26
Gambar 3.3 Foto Profil Informan Savero Dwipayana	27
Gambar 4.1 Tampilan Beranda Akun Media Sosial Instagram @lawancovid19_id	33
Gambar 4.2 Konten @lawancovid19.id yang Menggambarkan Keberagaman.....	40
Gambar 4.3 Laporan Bulanan Instagram @lawanovid19_id.....	43
Gambar 4.4 Konten Live Instagram.....	45
Gambar 4.5 Konten Gaya Hidup.....	46
Gambar 4.6 Konten Transisi Akun @lawancovid19_id menjadi @rcce_id.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara dengan Narasumber.....	63
Lampiran 2. Transkrip Wawancara dengan Narasumber.....	67
Lampiran 3. Transkrip Wawancara dengan Narasumber.....	72
Lampiran 4. Transkrip Wawancara dengan Narasumber.....	81