

SKRIPSI
STRATEGI *CONTENT CREATOR* DALAM MEMBANGUN
ONLINE ENGAGEMENT

(Studi Pada Akun Media Sosial Instagram @Globy_id)

Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

FARADILLA AMANDA PUTRI

1910414220006



Program Studi Ilmu Komunikasi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

BANJARMASIN

2023

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN,
KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Jl. Brigjend H.Hasan Basry Kayu Tangi Telp. (0511) 3304595 Banjarmasin (70123)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI *CONTENT CREATOR* DALAM MEMBANGUN *ONLINE ENGAGEMENT* (STUDI PADA AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @GLOBY_ID)


- A. Nama Mahasiswa : Faradilla Amanda Putri
NIM : 1910414220006
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai A (83,23) dalam ujian mempertahankan skripsi Tingkat Sarjana (S1), Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 30 Mei 2023.
- C. Tim Penguji:
- Ketua
Sarwani, S.Sos., M.Med.Kom
NIP. 197805212008121002
(.....)
 - Sekretaris
Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., MA.
NIP. 199202182019032020
(.....)
 - Anggota
Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA.
NIP. 198911282020121011
(.....)

Banjarmasin, 05 Juni 2023
Ketua Pembimbing


Sarwani, S.Sos., M.Med.Kom
NIP. 197805212008121002



Mengetahui
Dekan FISIP ULM


Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.
NIP.197301221998021001

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Faradilla Amanda Putri
NIM : 1910414220006
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi
No HP : 082255295242
Judul Skripsi : Strategi *Content Creator* dalam Membangun
Online Engagement (Studi pada Akun Media
Sosial Instagram @Globy_id)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah benar hasil karya asli saya sendiri dan bukan merupakan plagiarisme atau pencurian pikiran ataupun tulisan milik orang lain.

Bila dikemudian hari ditemukannya penyimpangan ataupun ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya siap menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat secara sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Banjarmasin, 15 Mei 2023

Yang membuat pernyataan



Faradilla Amanda Putri

ABSTRAK

Faradilla Amanda Putri. 1910414220006. 2023. Strategi *Content Creator* dalam Membangun *Online Engagement* (Studi Pada Akun Media Sosial Instagram @Globy_id). Dibawah bimbingan Sarwani.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *content creator* dalam membangun *online engagement* pada akun media sosial Instagram @Globy_id.

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, serta dokumentasi sebagai penunjang. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif Miles, Huberman, dan Saldana untuk memberikan gambaran secara lengkap, aktual dan akurat mengenai fenomena yang diteliti.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh tim *content creator* Globy dalam membangun *online engagement* pada akun Instagram nya ialah dengan mengedepankan relevansi dalam membuat konten, memanfaatkan fitur Instagram *Story* untuk survey, dan membuat konten berdasarkan konten pilar. Dalam strateginya, mereka juga telah sesuai dengan sifat strategi menurut Mathewson & Moran yakni *credible, targeted, differentiated*, namun pada sifat *measurable* mereka belum maksimal. Apabila ditinjau berdasarkan konsep *The Circular Model of SOME : Share, Optimize, Manage, Engage*, tim *content creator* telah sesuai dengan konsep tersebut kecuali pada aspek *optimize* yang belum dimaksimalkan. Dengan ditinjau melalui sifat strategi serta konsep *The Circular Model of SOME* tersebut, maka tim *content creator* Globy dapat membangun *online engagement* pada akun Instagram @Globy_id dalam bentuk paling banyak berupa *like*.

Kata Kunci : Strategi Konten, *Content Creator*, *Online Engagement*.

ABSTRACT

Faradilla Amanda Putri. 1910414220006. 2023. Content Creator Strategy in Building Online Engagement (Study on @Globy_id Instagram Account). Under the guidance of Sarwani.

This research was conducted with the intention to find out how content creators strategize to build online engagement on the @Globy_id Instagram account.

This study used qualitative research methods with descriptive research type using in-depth interviews as the data collecting technique, observation, and documentation as the supporting data. This study uses the qualitative data analysis techniques of Miles, Huberman, and Saldana to provide a complete, actual, and accurate description of the phenomenon of the study.

The results of this study indicate that the strategy used by the Globy content creator team in building online engagement on their Instagram account is to prioritize relevance in creating content, using Instagram Story for survey, and make content based on content pillar. The strategy they used also parallels with the nature of the strategy according to Mathewson & Moran, namely credible, targeted, differentiated, but in terms of measurable, they are not optimal. Based on the concept of The Circular Model of SOME: Share, Optimize, Manage, Engage, the content creator team is in accordance with this concept except for the optimization aspect which has not been maximized. By reviewing the nature of the strategy and concept of The Circular Model of SOME, the Globy_id content creator team can build online engagement on the @Globy_id Instagram account in the form of the main likes count.

Keywords : Content Strategy, Content Creator, Online Engagement.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyusun proposal skripsi yang berjudul **“Strategi Content Creator dalam Membangun Online Engagement (Studi Pada Akun Media Sosial Instagram @Globy_id)”**. Proposal skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Peneliti meyakini dalam penulisan proposal penelitian ini peneliti banyak dibantu oleh berbagai pihak, baik berupa bimbingan, arahan, partisipasi, maupun dukungan baik secara moril maupun materil, oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terimakasih serta penghargaan kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan proposal skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.SI., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi FISIP ULM.
4. Bapak Dr.Fahrianoor, S.IP., M.Si. selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah berjasa memberikan nasehat dan bimbingan selama perkuliahan dimulai sampai sekarang.
5. Bapak Sarwani, S.Sos.,M.Med.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran, bimbingan, dan bersedia meluangkan waktu untuk mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., MA selaku Dosen Penguji I dan Bapak Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan banyak saran dan masukan.

7. Segenap dosen program studi Ilmu Komunikasi yang telah membagikan ilmu selama ini kepada penulis.
8. Kedua Orang Tua penulis yang telah memberikan dukungan secara materil maupun moril yang tidak terhingga.
9. Dan seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan balasan yang berlipat ganda dari segala kebaikan yang telah kalian lakukan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Namun, penulis berharap tulisan ini dapat bermanfaat dan berguna bagi para pembaca dan bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Banjarmasin, 15 Mei 2023



Faradilla Amanda Putri

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR BAGAN.....	12
DAFTAR LAMPIRAN	13
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1. 1. Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1. 2. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1. 3. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. 4. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	Error! Bookmark not defined.
1.4.2. Manfaat Praktis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2. 1. Penelitian Sejenis	Error! Bookmark not defined.
2. 2. Tinjauan Konseptual.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1. Komunikasi.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.2. Media Sosial.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.3. Instagram	Error! Bookmark not defined.
2.2.4. Strategi Komunikasi	Error! Bookmark not defined.
2.2.5. Strategi <i>Content Marketing</i>.....	Error! Bookmark not defined.

2.2.6.	<i>Content Creator</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.7.	<i>Online Engagement</i>	Error! Bookmark not defined.
2. 3.	Tinjauan Teori	Error! Bookmark not defined.
2. 4.	Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3. 1.	Pendekatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3. 2.	Tipe Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3. 3.	Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3. 4.	Informan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3. 5.	Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3. 6.	Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3. 7.	Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3. 8.	Triangulasi Data	Error! Bookmark not defined.
3. 9.	Waktu dan Lokasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4. 1.	Gambaran Umum Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.	Profil Globy	Error! Bookmark not defined.
4.1.2.	Sejarah Globy	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.	Struktur Organisasi Globy	Error! Bookmark not defined.
4.1.4.	Profil Instagram Globy	Error! Bookmark not defined.
4. 2.	Profil Informan	Error! Bookmark not defined.
4. 3.	Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2.1.	Strategi Konten	Error! Bookmark not defined.
4.2.2.	Penerapan <i>The Circular Model of SOME</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2.3.	<i>Online Engagement</i> pada akun Instagram @Globy_id	Error! Bookmark not defined.
4. 4.	Pembahasan	Error! Bookmark not defined.

4.3.1. Strategi Konten	Error! Bookmark not defined.
4.3.2. Penerapan <i>The Circular Model of SOME</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.3. <i>Online Engagement</i> pada akun Instagram @Globy_id	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
5.1. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2. Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian TerdahuluError! Bookmark not defined.

Tabel 3. 1 Matriks Waktu PenelitianError! Bookmark not defined.

Tabel 4. 1 Profil Informan.....Error! Bookmark not defined.

Tabel 4. 2 Tabel Rekapitulasi Hasil Penelitian..Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Contoh Konten Instagram @Globy_idError! Bookmark not defined.

Gambar 1. 2 Insights Akun Instagram @Globy_idError! Bookmark not defined.

Gambar 1. 3 Engagement Akun Instagram @Globy_id ... Error! Bookmark not defined.

Gambar 1. 4 Engagement Reels Akun Instagram @Globy_id Error! Bookmark not defined.

Gambar 1. 5 Angka Penggunaan Media Sosial dari Tahun ke TahunError! Bookmark not defined.

Gambar 1. 6 Data Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di IndonesiaError! Bookmark not defined.

Gambar 1. 7 Data Media Sosial Terfavorit di Indonesia .. Error! Bookmark not defined.

Gambar 1. 8 Alasan Utama Penduduk Indonesia Menggunakan InternetError! Bookmark not defined.

Gambar 2. 1 Indikator Engagement Akun Instagram @Globy_id.....Error! Bookmark not defined.

Gambar 4. 1 Laman Web Globy.....Error! Bookmark not defined.

Gambar 4. 2 Profil Instagram @Globy_idError! Bookmark not defined.

Gambar 4. 3 Feeds Instagram @Globy_idError! Bookmark not defined.

Gambar 4. 4 Konten *Hard Selling Feeds* Instagram @Globy_idError! Bookmark not defined.

Gambar 4. 5 Konten *Soft Selling Feeds* Instagram @Globy_idError! Bookmark not defined.

Gambar 4. 6 Konten *Fun Contents Feeds* Instagram @Globy_idError! Bookmark not defined.

Gambar 4. 7 Konten *Education Feeds* Instagram @Globy_idError! Bookmark not defined.

Gambar 4. 8 Konten *Promotional Feeds* Instagram @Globy_idError! Bookmark not defined.

Gambar 4. 9 Salah satu konten yang bersifat *differentiated*Error! Bookmark not defined.

Gambar 4. 10 Profil Instagram @Globy_idError! Bookmark not defined.

Gambar 4. 11 Konten Instastory @Globy_idError! Bookmark not defined.

Gambar 4. 12 Konten feeds @Globy_idError! Bookmark not defined.

Gambar 4. 13 Kolom komentar di Instagram @Globy_id Error! Bookmark not defined.

Gambar 4. 14 Jumlah Pengguna Hashtag #growwithglobyError! Bookmark not defined.

Gambar 4. 15 Konten feeds Instagram @Globy_idError! Bookmark not defined.

Gambar 4. 16 Konten feeds Instagram @Globy_idError! Bookmark not defined.

Gambar 4. 17 Konten feeds Instagram @Globy_idError! Bookmark not defined.

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran.....Error! Bookmark not defined.

Bagan 3. 1 Triangulasi SumberError! Bookmark not defined.

Bagan 4. 1 Struktur Organisasi Globy.....Error! Bookmark not defined.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Pedoman Wawancara	148
Lampiran II. Hasil Wawancara	158
Lampiran III. Dokumentasi Wawancara	212