

TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH

**Strategi Komunikasi Media Sosial Instagram @gen_sindo
Dalam Menarik Minat Generasi Muda**



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan
dalam Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital

Oleh :

Fani Rezekianah

1408520034

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT DAN KOMUNIKASI
DIGITAL**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2024

LEMBAR ORISINALITAS



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**PROGRAM STUDI D-IV HUBUNGAN MASYARAKAT DAN
KOMUNIKASI DIGITAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Ilmiah dengan judul Strategi Komunikasi Media Sosial Instagram @gen_sindo Dalam Menarik Minat Generasi Muda adalah benar-benar hasil karya tulis pribadi dan telah mengikuti aturan sebagaimana yang tertera pada pedoman penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam Tugas Akhir Karya Ilmiah ini maka peneliti sanggup untuk menerima dan menjelankan sanksi yang telah ditentukan.

Jakarta, 11 Mei 2024



Fani Rezekianah

NIM. 1408520034

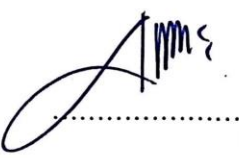


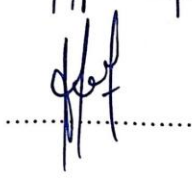
LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Jakarta



TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Asep Soegiarto, S.I.K. M.Si</u> NIP. 198104042009121004 Ketua Sidang		25 Mei 2024
2.	<u>Mentari Anugrah Imsa, M.Si</u> NIP. 199509222022032020 Sekretaris Sidang		27 Mei 2024
3.	<u>Abdul Kholik, S.Sos. M.I.Kom</u> NIP. 199108252023211022 Dosen Penguji Ahli		22 Mei 2024
4.	<u>Menati Fajar Rizki, M.I.Kom</u> NIDN. 0026128810 Dosen Pembimbing		27 Mei 2024

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. karena berkat ridho dan hidayah-nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Tak lupa juga penulis ucapkan rasa terimakasih kepada kedua orang tua penulis yaitu Bapak M.Ma'mun dan Ibu Nur Siti Rahayu serta kakak penulis yaitu Dita Murni Mundriati yang telah memberikan dukungan moril dan materiil. Adapun judul skripsi yang saya ajukan yaitu "Strategi Komunikasi Media Sosial Instagram @gen_sindo Dalam Menarik Minat Generasi Muda" dengan sebaik-baiknya.

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta. Tidak dapat dipungkiri bahwa penulis membutuhkan usaha keras untuk menyelesaikan pengerjaan skripsi ini. Namun penulis juga menyadari bahwa karya ini tidak akan selesai tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si, selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta.
2. Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
3. Asep Soegiarto, M.Si, selaku Koordinator Program Studi D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
4. Menati Fajar Rizki, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing Tugas Akhir Karya Ilmiah semester 120 yang telah membimbing dan membantu penulis.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
6. Ibu Jenny Juwita, Ibu Silvi Rahmatina, Ibu Herita Endriana, Bapak Muhammad Effendiansyah, dan Prabatayu Dewita Putri yang telah bersedia menjadi *key informan* dan informan tambahan penulis dalam memberikan data-data terkait penelitian kepada penulis.

7. Sahabat-sahabat penulis yaitu, Friska Renata, Nur Nilam Cahya, dan Aisyah Amalia Cahyani yang selalu mendengarkan keluh kesah dan memberikan motivasi kepada penulis.
8. Teman-teman Humas dan Komdig angkatan 2020 yang telah sama-sama berjuang dalam menempuh pendidikan selama kurang lebih 4 tahun di Universitas Negeri Jakarta dan selalu memberikan semangat, saling menguatkan, dan selalu siap membantu penulis.
9. Serta semua pihak yang terlibat dalam membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir Karya Ilmiah ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bentuk kebaikan dan pertolongan mendapatkan berkah dari Allah SWT. dan akhirnya saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun laporan penelitian ini.

Jakarta, 11 Mei 2024

Penulis



Fani Rezekianah

NIM. 1408520034



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Fani Rezekianah
NIM : 1408520034
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial/ Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital
Alamat email : fanirezekianah@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul : Strategi Komunikasi Media Sosial Instagram @gen_sindo Dalam Menarik Minat Generasi Muda

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 11 Mei 2024

Penulis

(Fani Rezekianah)



Fani Rezekianah (1408520034), STRATEGI KOMUNIKASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @gen_sindo DALAM MENARIK MINAT GENERASI MUDA, Tugas Akhir Karya Ilmiah, 2024; 146 halaman; 32 lampiran; 6 buku: 2011-2017 , 13 Jurnal, 3 Skripsi, 4 Situs.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses strategi komunikasi yang digunakan oleh Gensindo dalam menarik minat dari generasi muda melalui penyajian kontennya. Penelitian ini model teori *The Circular Model Of Some* dari Regina Luttrell yang terdiri dari 4 tahapan. Tahapan yang dimaksud adalah tahapan dari *share, optimize, manage, hingga engange* yang mengarahkan penulis kepada jawaban dari fenomena yang diangkat. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada tahap *share* Gensindo menargetkan audiens di usia 18-25 tahun. Tahap *optimize* Gensindo tetap melakukan pengecekan *likes* dan *comment* untuk mengetahui konten yang disukai oleh generasi muda. Pada tahap *manage* melakukan proses monitoring dan evaluasi untuk memantau *reachment* dari audiens dan Gensindo tidak melakukan penjadwalan untuk proses unggah konten di jam yang tepat. Tahap *engange* Gensindo tidak menggunakan tokoh publik dalam pengelolaan konten Instagram @gen_sindo. Namun Gensindo sendiri tidak memiliki strategi khusus yang digunakan untuk menjangkau generasi muda. Faktor-faktor inilah yang memunculkan sebuah fenomena yang dapat diteliti oleh penulis agar ditemukan sebuah solusi yang baik bagi Gensindo untuk mengatasi ketertinggalan proses komunikasi dengan generasi muda saat ini. Kesimpulan dari penelitian ini adanya proses interaksi antara akun Instagram @gen_sindo dengan audiens jarang dilakukan dan konten-konten yang disajikannya pun monoton sehingga tidak memiliki *feedback* dari generasi muda.

Kata Kunci : Generasi muda; Instagram; Strategi komunikasi

Fani Rezekianah (1408520034), SOCIAL MEDIA COMMUNICATION STRATEGY OF INSTAGRAM @gen_sindo IN ATTRACTING THE INTEREST OF YOUNG GENERATIONS, Final Project Scientific Work, 2024; 146 pages; 32 attachments; 6 books: 2011-2017, 13 journals, 3 theses, 4 websites.

ABSTRACT

This research aims to find out how the communication strategy process used by Gensindo in attracting interest from the younger generation through the presentation of its content. This research models Regina Luttrell's The Circular Model Of Some theory which consists of 4 stages. The stages in question are the stages from share, optimize, manage, to engage which leads the author to the answer to the phenomenon raised. The research method used is descriptive qualitative by conducting interviews, observations, and documentation. The results of this study indicate that at the share stage Gensindo targets audiences aged 18-25 years. At the optimize stage, Gensindo still checks likes and comments to find out which content is liked by the younger generation. At the manage stage, Gensindo conducts a monitoring and evaluation process to monitor the reach of the audience and Gensindo does not schedule the content upload process at the right time. At the engage stage, Gensindo does not use public figures in managing @gen_sindo Instagram content. However, Gensindo itself does not have a specific strategy used to reach the younger generation. These factors give rise to a phenomenon that can be researched by the author so that a good solution can be found for Gensindo to overcome the lag in the communication process with today's younger generation. The conclusion of this research is that the interaction process between the @gen_sindo Instagram account and the audience is rarely carried out and the content presented is monotonous so that it does not have feedback from the younger generation.

Keywords: Young generation; Instagram; Communication strategy

DAFTAR ISI

LEMBAR ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN HASIL PENELITIAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Teoritis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	9
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	10
2.1 DESKRIPSI KONSEPTUAL	10
2.1.1 Strategi Komunikasi.....	10
2.1.2 Media Sosial	12
2.1.3 Instagram	14
2.1.3 Generasi Muda	18
2.2 PENELITIAN YANG RELEVAN	19
2.3 KETERKAITAN ANTARKONSEP	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1 PENDEKATAN DAN METODE PENELITIAN	28
3.1.1 Pendekatan Penelitian	28
3.1.2 Metode Penelitian.....	28

3.2	TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN	30
3.2.1	Tempat Penelitian	30
3.2.2	Waktu Penelitian	30
3.3	SUBJEK PENELITIAN	30
3.3.1	<i>Key Informan</i>	31
3.3.2	Informan Tambahan	31
3.4	TEKNIK PENGUMPULAN DATA	32
3.4.1	Data Primer	33
3.4.2	Data Sekunder	35
3.5	TEKNIK ANALISIS DATA	35
3.5.1	Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>)	36
3.5.3	Penyajian Data (<i>Data Display</i>)	36
3.5.3	Penarikan Kesimpulan (<i>Verification</i>)	37
3.6	TEKNIK KALIBRASI KEABSAHAN DATA	37
3.6.1	Triangulasi Sumber	38
	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1	Hasil Penelitian	39
4.1.1	Strategi Komunikasi Media Sosial Instagram @gen_sindo Dalam Menarik Minat Generasi Muda	41
4.1.2	Upaya Media Sosial Instagram @gen_sindo Dalam Menarik Minat Generasi Muda	43
4.1.3	Jumlah Peningkatan Minat Generasi Muda Terhadap Akun Media Sosial Instagram @gen_sindo	49
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian	58
4.2.1	Strategi Komunikasi Media Sosial Instagram @gen_sindo Dalam Menarik Minat Generasi Muda	58
4.2.2	Upaya yang Telah Dilakukan Media Sosial Instagram @gen_sindo Dalam Menarik Minat Generasi Muda	59
4.2.3	Jumlah Peningkatan Minat Generasi Muda Terhadap Akun Media Sosial Instagram @gen_sindo	59
4.3	Triangulasi Sumber	63
	BAB V PENUTUP	65
5.1.	Kesimpulan	65
5.2.	Saran	65

5.2.1	Saran Untuk Pengelola Media Sosial Instagram @gen_sindo.....	65
5.2.2	Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	66
DAFTAR PUSTAKA.....		67
LAMPIRAN.....		71
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		132



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Hasil Penelitian Yang Relevan	24
Bagan 2.1 Bagan Konseptual	27
Tabel 3. 1 Tabel Key Informan Penelitian.....	31
Tabel 3. 2 Tabel Informan Tambahan Penelitian.....	32
Tabel 4. 1 Tabel Key Informan.....	39
Tabel 4. 2 Tabel Informan Tambahan.....	39
Tabel 4. 3 Tabulasi Perbandingan Hasil Wawancara dengan Pengelola Media Sosial Instagram @gen_sindo.....	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bukti screenshoot jumlah Pengguna Akun Instagram di Indonesia Januari 2024	1
Gambar 1.2 Bukti Screenshoot konten Instagram @gen_sindo	4
Gambar 1.3 Bukti screenshoot likes terhadap konten @gen_sindo.....	5
Gambar 1.4 Bukti screenshoot komentar terhadap konten @gen_sindo	5
Gambar 1.5 Hasil Screenshoot followers akun Instagram @gen_sindo.....	6
Gambar 2.1 The Circular Model of SoMe for Social Communication.....	11
Gambar 4. 1 Bukti screenshoot followers Februari 2024.....	45
Gambar 4. 2 Bukti screenshoot jumlah followers April 2024.....	45
Gambar 4. 3 Bukti screenshoot jumlah views yang diperoleh akun Instagram @gen_sindo.....	46
Gambar 4. 4 Bukti screenshoot jumlah comment akun Instagram @gen_sindo ..	47
Gambar 4. 5 Bukti screenshoot jumlah likes akun Instagram @gen_sindo	48
Gambar 4. 6 Bukti screenshoot reachment akun Instagram @gen_sindo	51
Gambar 4. 7 Bukti screenshoot konten dengan reachment terbanyak	52
Gambar 4. 8 Bukti screenshoot konten reachment terendah.....	52
Gambar 4. 9 Bukti screenshoot penyajian konten Instagram @gen_sindo	54
Gambar 4. 10 Bukti screenshoot tidak adanya interaksi dengan audiens	56
Gambar 4. 11 Bukti screenshoot konten-konten dari Instagram @gen_sindo.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Permohonan Penelitian	71
Lampiran 2 : Formulir Kegiatan Bimbingan Tugas Akhir	72
Lampiran 3 : Pedoman Wawancara Key Informan	77
Lampiran 4 : Pedoman Wawancara Informan Tambahan 1	79
Lampiran 5 : Pedoman Wawancara Informan Tambahan 2	81
Lampiran 6 : Pedoman Wawancara Informan Tambahan 3	83
Lampiran 7 : Pedoman Wawancara Informan Tambahan 4	85
Lampiran 8 : Transkrip Wawancara <i>Key Informan</i>	86
Lampiran 9 : Transkrip Wawancara Informan Tambahan 1	92
Lampiran 10 : Transkrip Wawancara Informan Tambahan 2	95
Lampiran 11 : Transkrip Wawancara Informan 3	106
Lampiran 12 : Transkrip Wawancara Informan 4	119
Lampiran 13 : Bukti <i>screenshot</i> jumlah Pengguna Akun Instagram di Indonesia Januari 2024	121
Lampiran 14 : Bukti <i>screenshot</i> konten Instagram @gen_sindo	121
Lampiran 15 : Bukti <i>screenshot likes</i> konten Instagram @gen_sindo	122
Lampiran 16 : Bukti <i>screenshot</i> komentar terhadap konten @gen_sindo	122
Lampiran 17 : Hasil <i>Screenshot followers</i> akun Instagram @gen_sindo Februari 2024	123
Lampiran 18 : Model Komunikasi <i>The Circular Model of SoMe for Social Communication</i>	123
Lampiran 19 : Bukti <i>screenshot</i> jumlah <i>followers</i> akun Instagram @gen_sindo	124
Lampiran 20 : Bukti <i>screenshot</i> jumlah <i>views</i> yang diperoleh akun Instagram @gen_sindo	124
Lampiran 21 : Bukti <i>screenshot</i> jumlah <i>comment</i> akun Instagram @gen_sindo	125
Lampiran 22 : Bukti <i>screenshot</i> jumlah <i>likes</i> akun Instagram @gen_sindo	125
Lampiran 23 : Bukti <i>screenshot reachment</i> akun Instagram @gen_sindo	126
Lampiran 24 : Hasil <i>reachment views</i> terbanyak akun Instagram @gen_sindo .	126
Lampiran 25 : Hasil <i>reachment views</i> terendah akun Instagram @gen_sindo ...	127
Lampiran 26 : Bukti <i>screenshot</i> penyajian konten Instagram @gen_sindo	127
Lampiran 27 : Bukti <i>screenshot</i> tidak adanya interaksi dengan audiens	128
Lampiran 28 : Bukti <i>screenshot</i> konten-konten dari Instagram @gen_sindo	128
Lampiran 29 : Dokumentasi dengan <i>key informan</i>	129
Lampiran 30 : Dokumentasi dengan Informan tambahan 1	129
Lampiran 31 : Dokumentasi dengan Informan tambahan 2	130
Lampiran 32 : Dokumentasi dengan Informan tambahan 3	130
Lampiran 33 : Dokumentasi dengan Informan Tambahan 4	131