

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA
INSTAGRAM NUSAMETA (*THE CIRCULAR MODEL OF SOME*)**



Intelligentia - Dignitas

Muhammad Riva Rusdiawan

1702521066

**Skripsi ini disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mendapatkan
Gelar Sarjana Terapan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PEMASARAN DIGITAL

PROGRAM SARJANA TERAPAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

***MARKETING COMMUNICATION STRATEGY ANALYSIS ON
NUSAMETA INSTAGRAM (THE CIRCULAR MODEL OF SOME)***

Muhammad Riva Rusdiawan

1702521066



Intelligentia - Dignitas

***This thesis was written to fulfill one of the requirements for obtaining an Applied
Bachelor's Degree from the Faculty of Economics, Jakarta State University.***

DIGITAL MARKETING STUDY PROGRAM

APPLIED BACHELOR'S PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

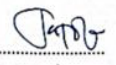
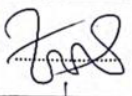
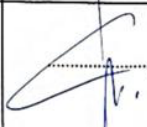
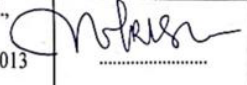
JAKARTA STATE UNIVERSITY

2025

ii

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohammad Rizan, M.M. NIP. 197206272006041004			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM NIP 198905022022032011 (Ketua)		18/07/2025
2	Meta Bara Berutu, S.E., M.M NIP 199409222022032012 (Penguji 1)		21/07/2025
3	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., MSM NIP 199308272020122024 (Penguji 2)		18/07/2025
4	Dra. Sholikhah, MM NIP. 196206231990032001 (Pembimbing 1)		21/07/2025
5	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A, CHRP NIP. 199111022022032013 (Pembimbing 2)		21/07/2025
Nama : Muhammad Riva Rusdiawan No. Registrasi : 1702521066 Program Studi : D4 Pemasaran Digital Tanggal Lulus : 30 Juni 2025			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta, maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 30 Juni 2025



METERAI
TEMPER
4AB52AMX347270680

Muhammad Riva Rusdiawan

1702521066

CS Scanned with CamScanner

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



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 : Muhammad Riva Rusdiawan

NIM : 1702521066

Fakultas/Prodi : Ekonomi/ Pemasaran Digital

Alamat email : rivarusdiawan24@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 :

Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran pada Instagram Nusameta (The Circular Model of SOME)

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, 01 Agustus 2025

Penulis

(Muhammad Riva Rusdiawan)

CS Scanned with CamScanner

ABSTRAK

Muhammad Riva Rusdiawan, 1702521066, Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran pada Instagram Nusameta (*The Circular Model of SOME*).

Penelitian ini menganalisis efektivitas strategi konten Instagram @nusameta.io dengan pendekatan *The Circular Model of SOME*. Hasil menunjukkan bahwa elemen *share* dan *optimize* masih kurang efektif, tercermin dari engagement rate rendah (0,69%) dan rata-rata likes di bawah 50. Meski Nusameta telah mengadopsi visual yang relevan dengan Gen Z dan Gen Alpha serta menjadwalkan unggahan secara strategis, konten belum mampu menciptakan resonansi yang kuat. Strategi interaktif seperti QnA, kolaborasi dengan *influencer* dan polling juga belum berhasil meningkatkan partisipasi audiens secara signifikan. Sementara itu, elemen *manage* menunjukkan efektivitas relatif dalam menjaga operasional media sosial meski masih bersifat manual. Temuan ini menekankan perlunya pendekatan berbasis data, kolaborasi yang lebih relevan, dan insentif audiens untuk meningkatkan keterlibatan dan distribusi konten secara optimal.

Kata Kunci: *The Circular Model of SOME*, Strategi Komunikasi, *Engagement Rate*, Instagram, *Influencer*.

ABSTRACT

Muhammad Riva Rusdiawan, 1702521066, Analysis of Marketing Communication Strategy on Instagram Nusameta (The Circular Model of SOME).

This study analyzes the effectiveness of Instagram content strategy on @nusameta.io using the Circular Model of SOME approach. The results show that the share and optimize elements remain less effective, as reflected in the low engagement rate (0.69%) and an average of fewer than 50 likes per post. Although Nusameta has adopted visuals relevant to Gen Z and Gen Alpha and strategically scheduled posts, the content has not yet created strong resonance with the audience. Interactive strategies such as Q&As, collaborated with influencer and polls have also failed to significantly boost audience participation. Meanwhile, the manage element demonstrates relative effectiveness in maintaining social media operations, although the process remains manual. These findings highlight the need for a data-driven approach, more relevant collaborations, and audience incentives to improve engagement and content distribution optimally.

Keywords: *The Circular Model of SOME, Communication Strategy, Engagement Rate, Instagram, Influencer.*

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji dan syukur saya panjatkan kepada kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya dalam memberikan kelancaran dan kemudahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Adapun judul dalam penelitian ini yaitu “ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA INSTAGRAM NUSAMETA (*THE CIRCULAR MODEL OF SOME*)”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Terapan Manajemen (S.Tr.M) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan dan kontribusi, baik dalam bentuk dukungan spiritual, moral maupun material, yang membantu mengatasi tantangan dan mempertahankan semangat hingga skripsi ini dapat diselesaikan, yaitu kepada:

1. Prof. Dr. Mohammad Rizan, SE, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta
2. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D., selaku Koorprodi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta
3. Ibu Dra. Sholikhah, M.M., selaku Dosen Pembimbing 1 Skripsi. Terima kasih atas saran, masukan, bimbingan, dan dukungan bagi peneliti.
4. Ibu Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A., selaku Dosen Pembimbing 2 Skripsi.

Terima kasih atas saran, masukan, bimbingan, dan dukungan bagi peneliti.

5. Seluruh Dosen Program Studi Pemasaran Digital dan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan pengajaran dan bimbingan, serta staff Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan bantuan dalam proses administrasi selama masa perkuliahan.
6. Kepada kedua orang tua Penulis Bapak Iwan dan Ibu Herlina, yang telah memberikan dukungan moral dan material. Terima kasih atas doa dan motivasi yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan baik. Walaupun Bapak/Ibu penulis tidak pernah merasakan bangku kuliah, kata haru dan bangga ada disetiap semua proses penulis dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih sudah berjuang sejauh ini.
7. Kepada bapak/ibu tim Nusameta, yang telah bersedia menjadi narasumber dan memfasilitasi seluruh kegiatan pada penelitian ini.
8. Kepada kekasih penulis yaitu Zafira Husna Salsabila, seseorang yang selalu ada untuk penulis, terima kasih telah sabar menemani setiap proses yang penulis lalui selama ini, memberikan dukungan tanpa henti, memberikan semangat, motivasi dan selalu meyakinkan penulis bahwa penulis bisa mencapai impian penulis. *You have done too much good for me, thank you for everything you gave to me.*
9. Kepada teman teman Baak yang selalu menemani dan membantu proses penyusunan skripsi.

10. Kepada teman – teman PR UNJ Entrepreneur Club, Alaida dan Desnita yang telah membantu penulis untuk melalui semua tahapan skripsi yang dilalui penulis

11. Seluruh pihak yang terlibat dalam proses penelitian hingga penyusunan yang tidak dapat disebutkan satu per satu tanpa mengurangi rasa hormat.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan maupun kesalahan dalam penulisan skripsi ini sehingga jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, terbuka atas semua kritik dan saran yang diberikan agar skripsi ini menjadi lebih baik kedepannya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat baik secara akademik maupun pada penelitian selanjutnya

Jakarta, 20 Juli 2025



Penulis,

Muhammad Riva Rusdiawan

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	18
C. Tujuan Penelitian	18
D. Manfaat Penelitian	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA	21
A. Kajian Teoretis	21
1. Strategi Komunikasi	21
2. Komunikasi Pemasaran	22

3. Media Sosial Instagram	26
4. Pemasaran Media Sosial	30
5. <i>The Circular Model Of Some</i>	31
B. Penelitian Terdahulu	35
BAB III METODE PENELITIAN	51
A. Tempat dan Waktu Penelitian	51
B. Desain Penelitian	51
C. Sumber Data dan Sampel Penelitian	52
D. Teknik Pengumpulan Data	53
1. Observasi	53
2. Wawancara	53
3. Dokumentasi	56
E. Teknik Keabsahan Data	56
1. Uji credibility	56
2. Uji Transferability	58
3. Uji <i>dependability</i>	59
F. Teknik Analisis Data	59
1. Reduksi Data	60
2. Penyajian Data	60
3. Penarikan Kesimpulan	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
A. Deskripsi Data	62

B. Hasil Data.....	63
1. Uji <i>Credibility</i>	63
2. Uji <i>Transferability</i>	86
3. Uji <i>Dependability</i>	87
4. Penyajian Data.....	89
C. Pembahasan Data	102
1. <i>Share</i>	102
2. <i>Optimize</i>	104
3. <i>Manage</i>	106
4. <i>Engage</i>	108
BAB V PENUTUP.....	112
A. Kesimpulan	112
1. <i>The Circular Model of SOME</i>	112
2. <i>Share</i>	113
3. <i>Optimize</i>	114
4. <i>Manage</i>	114
5. <i>Engage</i>	115
B. Implikasi.....	115
1. Implikasi Teoretis	115
2. Implikasi Praktis	117
C. Keterbatasan Penelitian.....	120
D. Rekomendasi bagi Penelitian	121
DAFTAR PUSTAKA	122



Intelligentia - Dignitas