

**Efektivitas *Content Marketing* Pada Instagram Erafone  
(Studi Kasus @erafonestores\_Bogor)**

**AZZAHRA ZALIENTY**

**1702521008**



*Intelligentia - Dignitas*

**Skripsi ini Disusun Sebagai salah satu persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Terapan Pemasaran Digital pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PEMASARAN DIGITAL  
PROGRAM SARJANA TERAPAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2025**

***The Effectiveness of Content Marketing on Instagram Erafone***

***(A Case Study of @erafonestores\_Bogor)***

**AZZAHRA ZALIENTY**

**1702521008**



***Intelligentia - Dignitas***

**This thesis is prepared as one of the requirements to obtain the Bachelor of Applied Science degree in Digital Marketing at the Faculty of Economics and Business, State University of Jakarta.**

***STUDY PROGRAM DIGITAL MARKETING  
STUDY PROGRAM BACHELOR OF APPLIED  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

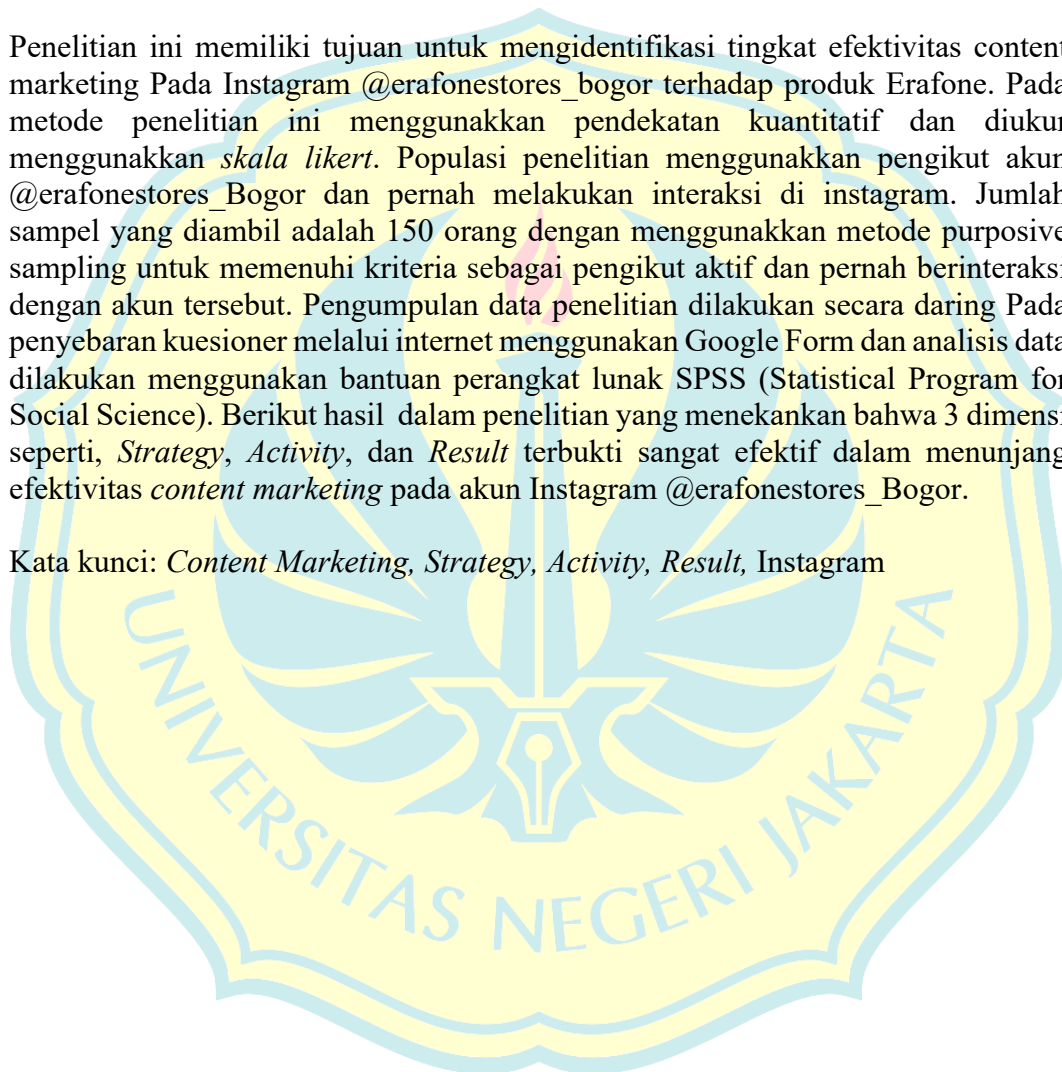
**2025**

## ABSTRAK

**AZZAHRA ZALIENTY.** Efektivitas *Content Marketing* Pada Instagram Erafone (Studi Kasus @erafonestores\_Bogor) Program studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta 2025.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi tingkat efektivitas content marketing Pada Instagram @erafonestores\_bogor terhadap produk Erafone. Pada metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan diukur menggunakan *skala likert*. Populasi penelitian menggunakan pengikut akun @erafonestores\_Bogor dan pernah melakukan interaksi di instagram. Jumlah sampel yang diambil adalah 150 orang dengan menggunakan metode purposive sampling untuk memenuhi kriteria sebagai pengikut aktif dan pernah berinteraksi dengan akun tersebut. Pengumpulan data penelitian dilakukan secara daring Pada penyebaran kuesioner melalui internet menggunakan Google Form dan analisis data dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS (Statistical Program for Social Science). Berikut hasil dalam penelitian yang menekankan bahwa 3 dimensi seperti, *Strategy*, *Activity*, dan *Result* terbukti sangat efektif dalam menunjang efektivitas *content marketing* pada akun Instagram @erafonestores\_Bogor.

Kata kunci: *Content Marketing*, *Strategy*, *Activity*, *Result*, Instagram



*Intelligentia - Dignitas*

## ***ABSTRACT***

***AZZAHRA ZALIENTY.*** *The Effectiveness of Content Marketing on Instagram Erafone (Case Study on @erafonestores\_Bogor). Digital Marketing Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta, 2025.*

*This research aims to identify the level of effectiveness of content marketing through the Instagram account @erafonestores\_bogor. The research uses a quantitative approach and is measured using a Likert scale. The population consists of followers of the @erafonestores\_bogor account who have previously interacted with the account on Instagram. A total sample of 150 respondents was selected using a purposive sampling method, based on the criteria of being active followers who have engaged with the account. Data collection was conducted online by distributing questionnaires via the internet using Google Forms, and data analysis was carried out with the assistance of SPSS (Statistical Program for Social Science) software. The results of the study emphasize that the three dimensions—Strategy, Activity, and Result—are proven to be highly effective in supporting The Effectiveness of Content Marketing on Instagram Erafone (Case Study on @erafonestores\_Bogor).*

***Keywords:*** *Content Marketing, Strategy, Activity, Result, Instagram*

*Intelligentia - Dignitas*

## LEMBAR ORISINALITAS

### Pernyataan Bebas Plagiat

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Azzahra Zalianty

NIM : 1702521008

Program Studi : D4 Pemasaran Digital

Dengan ini saya bahwa penelitian saya yang memiliki judul “Efektivitas *Content Marketing* Pada Instagram Erafone (Studi Kasus @erafonestores\_Bogor) merupakan hasil karya tulis saya sendiri, disusun secara mandiri tanpa adanya bantuan yang melanggar aturan akademik. Seluruh sumber referensi yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini telah saya cantumkan dengan jelas, baik dalam isi naskah maupun daftar pustaka, sesuai dalam kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini dibuat atas dasar kesadaran dan tanpa paksaan atau intervensi dari pihak manapun. Demikian surat pernyataan dapat saya sampaikan, Saya berterima kasih atas perhatian dan pengertiannya.

Jakarta, 20 Juni 2025

Yang membuat pernyataan

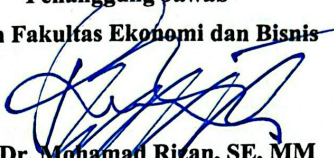
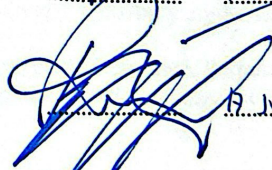


Azzahra Zalianty

NIM. 1702521008

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### Lembar Pengesahan Skripsi

| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                      |                                                                                      |              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| <p><b>Penanggung Jawab</b><br/> <b>Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis</b></p>  <p><b>Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM</b><br/> <b>NIP. 197206272006041001</b></p> |                                                                                      |                                                                                      |              |
| No                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Nama                                                                                 | Tanda Tangan                                                                         | Tanggal      |
| 1                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si.<br>NIP. 197206171999031001<br>(Ketua Sidang)      |  | 17 Juli 2025 |
| 2                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A, CHRP<br>NIP. 199111022022032013<br>(Penguji Ahli 1) |  | 17 Juli 2025 |
| 3                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Dewi Agustin Pratama Sari, SE., MSM<br>NIP. 199308272020122024<br>(Penguji Ahli 2)   |  | 17 Juli 2025 |
| 4                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM<br>NIP. 197206272006041001<br>(Pembimbing 1)         |  | 17 Juli 2025 |
| 5                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Adnan Kasofi, S.Pd., MBA<br>NIP. 199107022023211023<br>(Pembimbing 2)                |  | 17 Juli 2025 |
| <p>Nama : Azzahra Zalianty<br/>         No. Registrasi : 1702521008<br/>         Program Studi : D4 - Pemasaran Digital<br/>         Tanggal Lulus : 07 Juli 2025</p>                                                                                                                     |                                                                                      |                                                                                      |              |

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

## LEMBAR PERNYATAAN 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](http://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 : Azzahra Zalianty  
NIM : 1702521008  
Fakultas/Prodi : Ekonomi/ Pemasaran Digital  
Alamat Email : azzahrazalianti86@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 :

Efektivitas Content Marketing Pada Instagram Erafone (Studi Kasus @erafonestores Bogor)

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, 04 Juli 2025

Penulis

Azzahra Zalianty

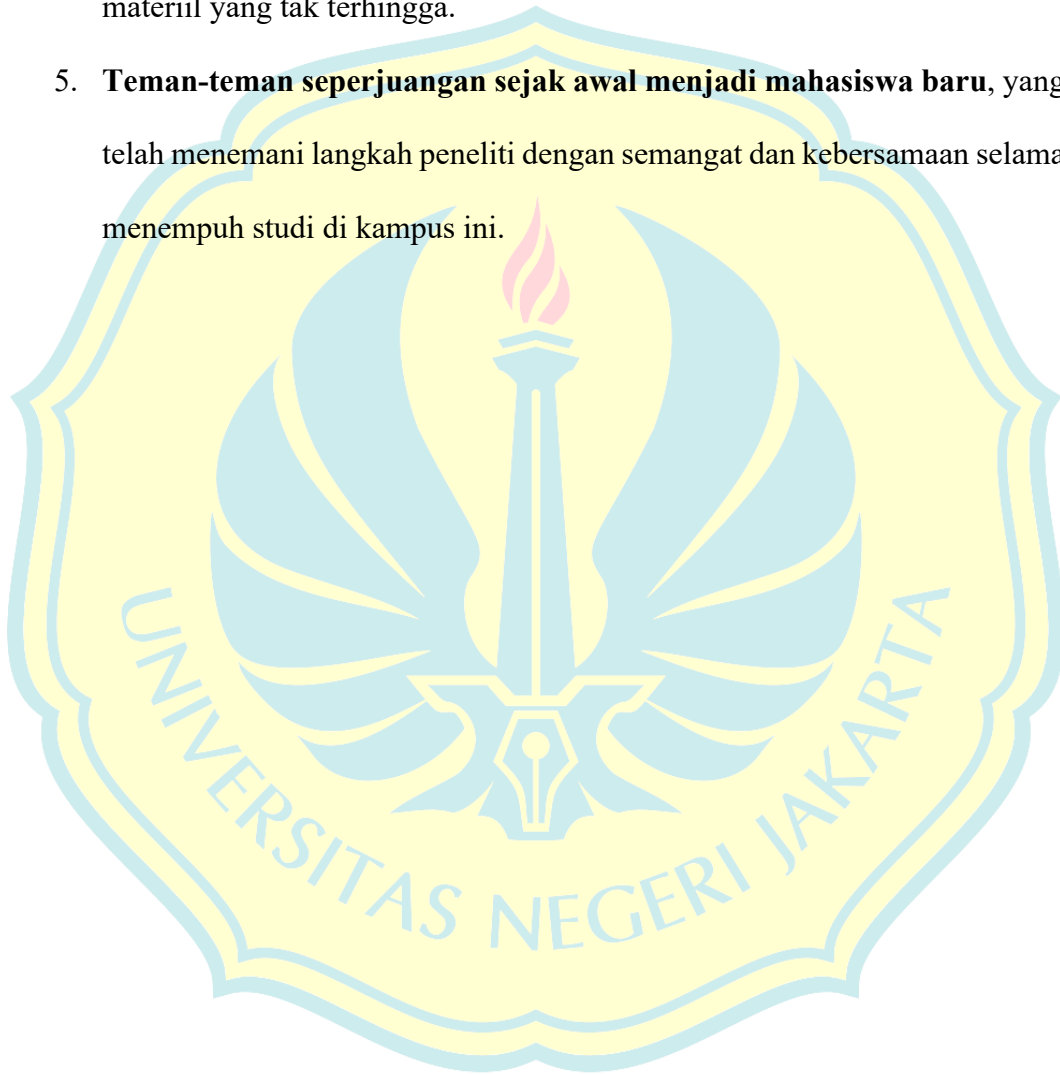
## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Efektivitas Content Marketing Pada Instagram Erafone (Studi Kasus : erafonestores \_Bogor)*”. Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari proses akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pemasaran, Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa karya ini masih memiliki kekurangan dan tidak akan mungkin terselesaikan tanpa bantuan, dukungan, serta doa dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Prof. Dr. Mohamad Rizan, MM**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta dan Dosen pembimbing terimakasih atas dukungan dan arahnya selama masa studi.
2. **Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D**, selaku Koordinator Program Studi D4 Pemasaran Digital yang senantiasa memberikan bimbingan, dukungan, dan fasilitas kepada seluruh mahasiswa selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.
3. **Adnan Kasofi, S.Pd., MBA**, Dosen pembimbing yang turut memberikan dukungan moral dalam proses penyelesaian skripsi ini.

4. **Mama, Papa dan kakak tercinta**, yang telah menjadi sumber kekuatan terbesar dalam hidup peneliti. Terima kasih atas segala doa, kasih sayang, dukungan moral, serta pengorbanan baik secara materiil maupun non-materiil yang tak terhingga.
5. **Teman-teman seperjuangan sejak awal menjadi mahasiswa baru**, yang telah menemani langkah peneliti dengan semangat dan kebersamaan selama menempuh studi di kampus ini.



*Intelligentia - Dignitas*

## DAFTAR ISI

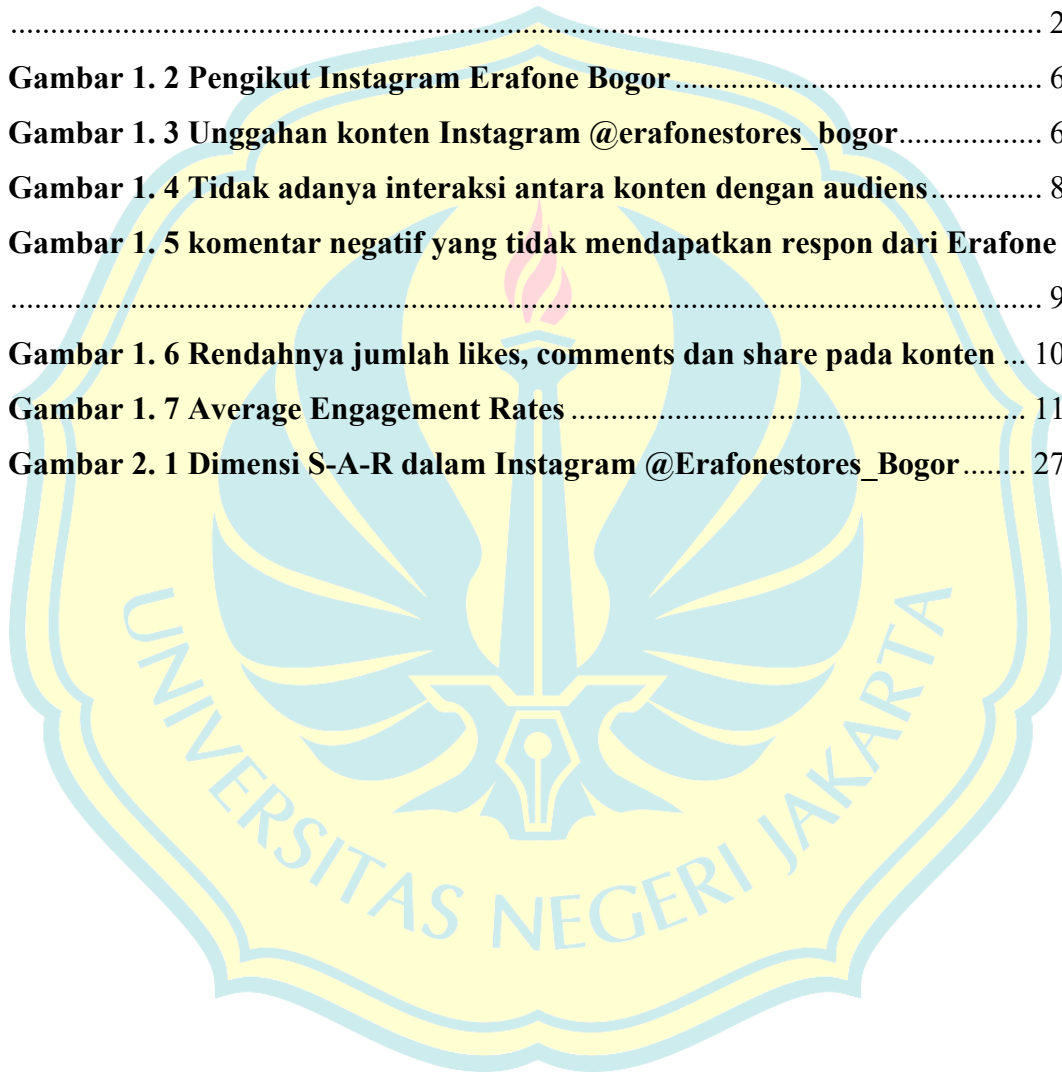
|                                                                                                 |      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| <b>ABSTRAK</b> .....                                                                            | iii  |
| <b>ABSTRACT</b> .....                                                                           | iv   |
| <b>LEMBAR ORISINALITAS</b> .....                                                                | v    |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....                                                          | vi   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                                                                     | vii  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                                                         | viii |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                                                      | x    |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                                                       | xi   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                                                                    | xii  |
| <b>PENDAHULUAN</b> .....                                                                        | 1    |
| <b>A. Latar Belakang</b> .....                                                                  | 1    |
| <b>B. Pertanyaan Penelitian</b> .....                                                           | 12   |
| <b>C. Tujuan Penelitian</b> .....                                                               | 12   |
| <b>D. Manfaat Penelitian</b> .....                                                              | 12   |
| <b>BAB II</b> .....                                                                             | 14   |
| <b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....                                                                     | 14   |
| <b>A. Digital Marketing</b> .....                                                               | 14   |
| <b>B. Content Marketing</b> .....                                                               | 15   |
| <b>C. Media Sosial Instagram Sebagai Pemasaran</b> .....                                        | 23   |
| <b>D. Efektivitas Content Marketing</b> .....                                                   | 24   |
| <b>E. Penerapan Efektivitas Content Marketing Terhadap Instagram @Erafonestores_Bogor</b> ..... | 27   |
| <b>F. Penelitian yang relevan</b> .....                                                         | 30   |
| <b>BAB III</b> .....                                                                            | 36   |
| <b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....                                                              | 36   |
| <b>A. Waktu dan Tempat Penelitian</b> .....                                                     | 36   |
| 1. Waktu Penelitian.....                                                                        | 36   |
| 2. Tempat Penelitian.....                                                                       | 36   |
| <b>B. Desain Penelitian</b> .....                                                               | 36   |
| <b>C. Populasi dan Sampel</b> .....                                                             | 37   |
| 1. Populasi.....                                                                                | 37   |
| 2. Sampel.....                                                                                  | 38   |
| <b>D. Pengembangan Instrumen</b> .....                                                          | 40   |

|                                                                        |           |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1. Definisi Operasional Variabel.....                                  | 40        |
| 2. Instrumen Penelitian.....                                           | 41        |
| 3. Teknik Pengumpulan Data .....                                       | 45        |
| 1. Data Primer .....                                                   | 45        |
| 2. Data Sekunder .....                                                 | 46        |
| <b>E. Uji Instrumen Penelitian.....</b>                                | <b>46</b> |
| 1. Uji Validitas .....                                                 | 47        |
| 2. Uji Reliabilitas.....                                               | 48        |
| <b>F. Teknik Analisis Data .....</b>                                   | <b>49</b> |
| 1. Analisis Deskriptif.....                                            | 49        |
| <b>BAB IV.....</b>                                                     | <b>54</b> |
| <b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>                                       | <b>54</b> |
| <b>A. Analisis Deskriptif .....</b>                                    | <b>54</b> |
| <b>B. Analisis Deskripsi Efektivitas <i>Content Marketing</i>.....</b> | <b>61</b> |
| <b>C. Skor Rata-rata Efektivitas <i>Content Marketing</i> .....</b>    | <b>69</b> |
| <b>BAB V .....</b>                                                     | <b>72</b> |
| <b>PENUTUP .....</b>                                                   | <b>72</b> |
| <b>A. Kesimpulan.....</b>                                              | <b>72</b> |
| 1. Dimensi <i>Strategy</i> .....                                       | 72        |
| 2. Dimensi <i>Activity</i> .....                                       | 73        |
| 3. Dimensi <i>Result</i> .....                                         | 74        |
| <b>B. Implikasi.....</b>                                               | <b>74</b> |
| 1. Implikasi Teoretis.....                                             | 74        |
| 2. Implikasi Praktis.....                                              | 75        |
| <b>C. Keterbatasan Penelitian.....</b>                                 | <b>78</b> |
| <b>D. Rekomendasi Bagi Peneliti Berikutnya .....</b>                   | <b>78</b> |

*Intelligentia - Dignitas*

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                  |           |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Gambar 1. 1 Platform Media Sosial yang sering Digunakan di Indonesia 2024</b> | <b>2</b>  |
| <b>Gambar 1. 2 Pengikut Instagram Erafone Bogor</b>                              | <b>6</b>  |
| <b>Gambar 1. 3 Unggahan konten Instagram @erafonestores_bogor</b>                | <b>6</b>  |
| <b>Gambar 1. 4 Tidak adanya interaksi antara konten dengan audiens</b>           | <b>8</b>  |
| <b>Gambar 1. 5 komentar negatif yang tidak mendapatkan respon dari Erafone</b>   | <b>9</b>  |
| <b>Gambar 1. 6 Rendahnya jumlah likes, comments dan share pada konten ...</b>    | <b>10</b> |
| <b>Gambar 1. 7 Average Engagement Rates</b>                                      | <b>11</b> |
| <b>Gambar 2. 1 Dimensi S-A-R dalam Instagram @Erafonestores_Bogor</b>            | <b>27</b> |



*Intelligentia - Dignitas*

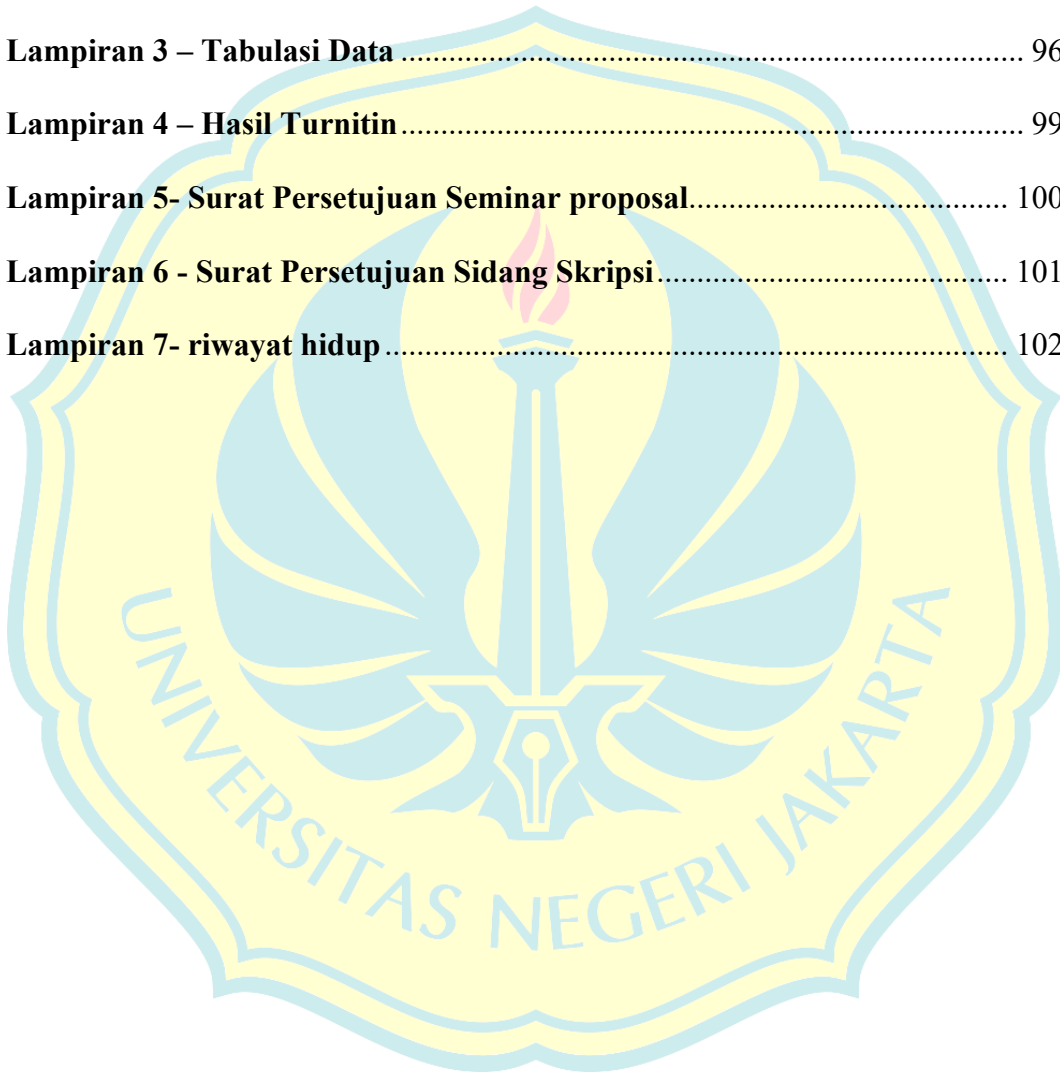
## DAFTAR TABEL

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian yang relevan .....                                 | 31 |
| Tabel 3. 1 instrumen penelitian .....                                    | 41 |
| Tabel 3. 2 Bobot Skor Kriteria Interpretasi dan Tingkat Pencapaian ..... | 50 |
| Tabel 3. 3 Skala Likert.....                                             | 52 |
| Tabel 3. 4 Rentang Skala Kriteria .....                                  | 53 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....        | 54 |
| Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                   | 56 |
| Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....           | 57 |
| Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas .....                                     | 59 |
| Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas .....                                  | 60 |
| Tabel 4. 6 Uji Frekuensi Jawaban Dimensi Strategy.....                   | 61 |
| Tabel 4. 7 Uji Frekuensi Jawaban Dimensi Activity.....                   | 64 |
| Tabel 4. 8 Uji Frekuensi Jawaban Dimensi Result .....                    | 66 |
| Tabel 4. 9 Skor Rata-rata Efektivitas <i>Content Marketing</i> .....     | 69 |

*Intelligentia - Dignitas*

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                     |     |
|-----------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 – Instrumen Penelitian .....             | 83  |
| Lampiran 2 – Hasil Tabulasi Data .....              | 86  |
| Lampiran 3 – Tabulasi Data .....                    | 96  |
| Lampiran 4 – Hasil Turnitin .....                   | 99  |
| Lampiran 5- Surat Persetujuan Seminar proposal..... | 100 |
| Lampiran 6 - Surat Persetujuan Sidang Skripsi.....  | 101 |
| Lampiran 7- riwayat hidup.....                      | 102 |



*Intelligentia - Dignitas*