

**STUDI KOMPARATIF EFEKTIVITAS STRATEGI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM UNIVERSITAS MERCU BUANA DAN UNIVERSITAS
BINA NUSANTARA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Angga Rosdiyanto

NIM : 43114310090

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2018

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Angga Rosdiyanto

NIM : 43114310090

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri apabila saya mengutip hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Agustus 2018

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Angga Rosdiyanto

NIM: 43114310090

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Angga Rosdiyanto
NIM : 43114310090
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Studi Komparatif Efektivitas Strategi Media Sosial Instagram
Universitas Mercu Buana Dan Universitas Bina Nusantara
Tanggal Ujian Skripsi : 10 Agustus 2018

Disahkan Oleh

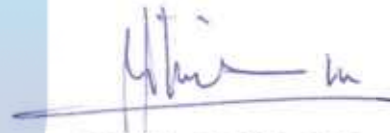
Pembimbing



Dra. Yanti Murni, MM

Tanggal :

Ketua Penguji



Hirdinis M, SE., MM

Tanggal :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Harnovinsah, Ak., MSi., CA., CIPSAS., CMA., CSRS

Tanggal :

Ketua Program Studi

SI Manajemen



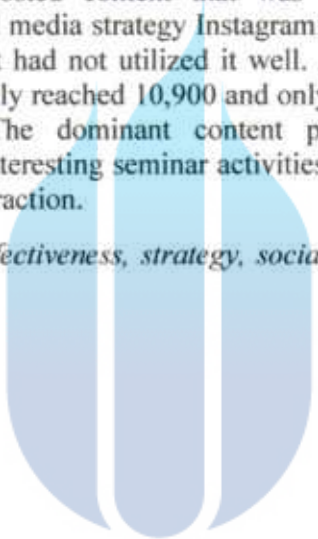
Dudi Permana, Ph.D

Tanggal :

ABSTRACT

This study aims to measure the effectiveness of Instagram social media strategies conducted by Mercu Buana University by comparing Instagram Bina Nusantara University. The effectiveness of Instagram social media strategy in this study is measured by the reach and engagement produced. Reach can be seen from the number of followers while engagement can be seen from the number of interactions. The results of this study indicate that Mercu Buana University's Instagram social media strategy has been effective because it has used Instagram well where the number of followers reaches 14,000, the resulting interaction is very much 84,000 interactions. This is because Mercu Buana's Instagram admin massively and intensely posted content that was interesting, futuristic and creative, while for the social media strategy Instagram Bina Nusantara University was not effective because it had not utilized it well. This can be seen from the number of followers who only reached 10,900 and only 34,014 interactions of the total number of posts. The dominant content posted is that the photo documentation of the less interesting seminar activities is thought to be the cause of the lack of followers' interaction.

Keywords: Comparative, effectiveness, strategy, social media, Instagram, reach, engagement.

The logo of Universitas Mercu Buana is a stylized blue emblem consisting of two vertical bars of different heights and a semi-circle at the bottom, forming a shape reminiscent of a 'U' or a traditional Balinese symbol.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur efektivitas strategi media sosial Instagram yang dilakukan oleh Universitas Mercu Buana dengan membandingkan Instagram Universitas Bina Nusantara. Efektivitas strategi media sosial Instagram dalam penelitian ini diukur dengan *reach* dan *engagement* yang dihasilkan. *Reach* dapat dilihat dari jumlah followers sedangkan *engagement* dapat dilihat dari jumlah interaksi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi media sosial Instagram Universitas Mercu Buana sudah efektif karena telah memanfaatkan Instagram dengan baik di mana jumlah *followers* mencapai 14.000, interaksi yang dihasilkan pun sangat banyak yaitu 84.000 interaksi. Hal ini dikarenakan *admin* Instagram Mercu Buana secara masif dan intens memposting konten-konten yang isinya menarik, futuristik dan kreatif, sedangkan bagi strategi media sosial Instagram Universitas Bina Nusantara belum efektif karena belum memanfaatkannya dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari jumlah *followers* yang hanya mencapai 10.900 dan hanya terjadi 34.014 interaksi dari total jumlah posting. Konten yang dominan di posting yaitu dokumentasi foto kegiatan seminar yang kurang menarik diduga menjadi penyebab minimnya interaksi *followers*.

Kata kunci: Komparatif, efektivitas, strategi, media sosial, Instagram, *reach*, *engagement*.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT telah memberikan rahmat dan hidayahnya karuanianya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Studi Komparatif Efektivitas Strategi Media Sosial Instagram Universitas Mercu Buana Dan Universitas Bina Nusantara”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dra. Yanti Murni, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsyah, Ak., MSi., CA., CIPSAS., MCA. selaku Dekan Fakultas Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Muhammad, SE, MM selaku Sekretaris Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Kampus D.
5. Bapak Dr. Adis Imam Munandar, MM, yang telah banyak memberi saran serta masukan untuk penelitian ini.
6. Seluruh dosen dan staf pengajar Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
7. Kedua adik saya yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral yang tiada henti - hentinya kepada peneliti serta memberikan semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh teman – teman Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya teman-teman group keep solid yang telah bersama-sama menyemangati dan saling memotivasi.
9. Pihak - pihak yang lain tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi, serta doanya

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Hanya doa tulus yang dapat peneliti berikan untuk setiap kebaikan yang telah kalian berikan, semoga Allah SWT membalasnya dengan seribu kebaikan. Akhirnya peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh mahasiswa, khususnya bagi peneliti sendiri dan pembaca skripsi ini ada umumnya.



Jakarta, 25 Agustus 2018

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

Angga Rosdiyanto

PERSEMBAHAN

Skripsi ini teristimewa kupersembahkan kepada kedua orang tua tercinta dan tersayang atas kasihnya yang berlimpah

“ Ediyanto dan Rusmiatun ”

Terima kasih tak terhingga atas setiap doa yang tulus tiada henti, yang senantiasa menjaga, mendidik, mendukung, memotivasi dan menyayangi, dengan penuh kasih sayang dan cinta yang diberikan untukku.

Semoga Allah SWT selalu melindungi, memberikan kesehatan, panjang umur, rizki yang berlimpah dan kasih sayangnya untuk Bapak dan Mamah.

Terimakasih untuk cinta kasih Mamah dan Bapak sepanjang masa.

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.	1
B. Rumusan Masalah.	7
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.	8
1. Tujuan Penelitian.	8
2. Kontribusi Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORITIS DAN RERANGKA KONSEPTUAL	9
A. Kajian Teoritis.	9
1. <i>E-Marketing</i>	9
2. Media Sosial.....	10
3. Strategi Media Sosial.....	10
4. <i>Media Analytics</i>	13
5. <i>Reach</i>	14

6. <i>Engagement</i>	16
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Rerangka Konseptual	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	25
B. Desain Penelitian.....	25
C. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	26
1. Populasi Penelitian	26
2. Sampel Penelitian.....	26
D. Teknik Pengumpulan Data.....	26
E. Metode Penelitian.....	27
F. Metode Analisis Data	27
1. Statistik Deskriptif.....	27
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	29
A. Gambaran Umum.....	29
1. Universitas Mercu Buana	29
2. Universitas Bina Nusantara	30
B. Analisis Penelitian.....	32
1. <i>Reach</i>	32
2. <i>Engagement</i>	34
C. Pembahasan Penelitian.....	55
1. <i>Reach</i>	55
2. <i>Engagement</i>	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	59
A. Simpulan Penelitian	59

B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	64
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	73



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR TABEL

Keterangan	Halaman
Tabel 1.1 Ukuran Penilaian Keberhasilan Media Sosial.....	3
Tabel 1.2 Daftar Pratinjau Saluran Media Sosial Universitas Mercu Buana Dan Universitas Bina Nusantara 2018.	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 4.1 Kategorisasi Isi Konten Universitas Mercu Buana.	42
Tabel 4.2 Kategori Isi Konten Universitas Bina Nusantara.	44
Tabel 4.3 10 Konten Menarik Dengan Interaksi Terbanyak Universitas Mercu Buana.....	46
Tabel 4.4 10 Konten Menarik Dengan Interaksi Terbanyak Universitas Bina Nusantara.....	49



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Keterangan	Halaman
Gambar 1.1 Data Pengguna Internet Indonesia Tahun 2017.....	1
Gambar 1.2 Data Penggunaan Media Sosial Di Indonesia Tahun 2017.....	2
Gambar 1.3 Contoh Konten Instagram.	4
Gambar 2.1 Rerangka Konseptual.	24
Gambar 4.1 Data <i>Followers</i> Akun Instagram Universitas Mercu Buana Dan Universitas Bina Nusantara.	33
Gambar 4.2 Data Interaksi Instagram Universitas Mercu Buana Dan Universitas Bina Nusantara.	35
Gambar 4.3 Data <i>Profile Post</i> Instagram Mercu Buana Dan Bina Nusantara.	37
Gambar 4.4 Data Grafik Jumlah Posting Instagram Universitas Mercu Buana Dan Universitas Bina Nusantara.	38
Gambar 4.5 Data Distribusi Posting Profile Akun Instagram Universitas Mercu Buana dan Universitas Bina Nusantara	39

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan	Halaman
Lampiran 1 Posting Konten Menarik Universitas Mercu Buana	64
Lampiran 2 Posting Konten Menarik Universitas Bina Nusantara	67



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A