



**PENDAPAT FOLLOWERS TERHADAP KREATIVITAS KONTEN
INSTAGRAM @BYONCOMBAT PADA BYON COMBAT SHOWBIZ
VOL. 4**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**RUBIN YEHUDA YACOBUS MAHULETTE
44522010080**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2026**



**PENDAPAT FOLLOWERS TERHADAP KREATIVITAS KONTEN
INSTAGRAM @BYONCOMBAT PADA BYON COMBAT SHOWBIZ**

VOL. 4

TUGAS AKHIR SKRIPSI

RUBIN YEHUDA YACOBUS MAHULETTE

44522010080

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2026

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rubin Yehuda Yacobus Mahulette

NIM : 44522010080

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : “Pendapat Followers terhadap Kreativitas Konten
Instagram @byoncombat pada BYON Combat Showbiz
Vol. 4”

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Rubin Yehuda Yacobus Mahulette

Jakarta, 25 Agustus 2026


Rubin Yehuda Yacobus Mahulette

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Rubin Yehuda Yacobus Mahulette

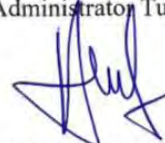
NIM : 44522010080

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Communications

Dengan judul “ PENDAPAT FOLLOWERS TERHADAP KREATIVITAS KONTEN INSTAGRAM @BYONCOMBAT PADA BYON COMBAT SHOWBIZ VOL. 4” ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 1 September 2026,didapatkan nilai persentase sebesar 24%.

Jakarta, 1 September 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. M.I.Kom

HALAMAN PENGESAHAN

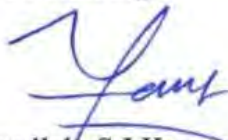
Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Rubin Yehuda Yacobus Mahulette
NIM : 44522010080
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : "Pendapat Followers terhadap Kreativitas Konten Instagram @byoncombat pada BYON Combat Showbiz Vol. 4"

Telah berhasil dipertahankan pada sidang dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing



Wiyanto Hidayatullah, S.I.Kom., M.I.Kom

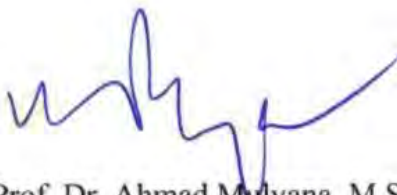
NIDN/UPTK : 03300109002

Jakarta, 25 Agustus 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)

NIDN/NUPTK: 0318116602



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si.)

NIDN/NUPTK: 0301117301

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rubin Yehuda Yacobus Mahulette
NIM : 44522010080
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : "Pendapat Followers terhadap Kreativitas Konten Instagram @byoncombat pada BYON Combat Showbiz Vol. 4"

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/forman-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Agustus 2026

Yang menyatakan,


Rubin Yehuda Yacobus Mahulette

**"Pendapat Followers terhadap Kreativitas Konten Instagram @byoncombat
pada BYON Combat Showbiz Vol. 4"**

Rubin Yehuda Yacobus Mahulette

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah mengubah cara industri olahraga membangun komunikasi dan keterlibatan dengan khalayak. Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga menjadi ruang bagi penyelenggara olahraga untuk mengemas pertandingan melalui konten visual yang kreatif dan interaktif. BYON Combat melalui akun Instagram @byoncombat memanfaatkan berbagai bentuk konten untuk membangun antusiasme terhadap BYON Combat Showbiz Vol. 4 yang memadukan unsur *combat sport*, hiburan, figur publik, dan komunikasi digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendapat *followers* terhadap kreativitas konten Instagram @byoncombat pada BYON Combat Showbiz Vol. 4. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis dan metode deskriptif kualitatif. Informan dipilih secara *purposive* berdasarkan keterlibatan dan pengalaman mereka dalam mengikuti akun serta mengonsumsi konten BYON Combat Showbiz Vol. 4. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi terhadap konten Instagram, dan dokumentasi, kemudian dianalisis dengan mengidentifikasi, mengelompokkan, dan mendeskripsikan pola pendapat informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *followers* memberikan penilaian positif terhadap kreativitas konten @byoncombat, terutama pada kualitas visual, teknik penyuntingan, video pendek, *highlight* pertandingan, *face-off*, *trash talk*, promosi *fighter*, dan penyajian konten melalui Reels. Konten tersebut dinilai mampu membangun rasa penasaran, antusiasme, dan ketertarikan terhadap pertandingan sekaligus memberikan informasi dan hiburan kepada audiens. Pemanfaatan Feed, Story, Reels, Highlight, Live Instagram, caption, dan fitur interaksi juga mendukung keterlibatan *followers* serta memperkuat eksistensi dan *personal branding fighter*. Meskipun demikian, informan mengharapkan pengembangan konten yang lebih variatif dan dapat menjangkau khalayak yang lebih luas. Dengan demikian, kreativitas konten Instagram @byoncombat dipahami *followers* tidak hanya berdasarkan daya tarik visual, tetapi juga berdasarkan relevansi, variasi penyajian, kemampuan membangun emosi, dan pengalaman interaksi yang tercipta melalui konten.

Kata Kunci: Pendapat Followers, Kreativitas Konten, Instagram, Media Sosial, Combat Sport, BYON Combat.

**"Pendapat Followers terhadap Kreativitas Konten Instagram @byoncombat
pada BYON Combat Showbiz Vol. 4"**

Rubin Yehuda Yacobus Mahulette

ABSTRACT

The development of social media has transformed the way the sports industry communicates and engages with its audiences. Instagram functions not only as a platform for disseminating information but also as a space for sports organizers to present sporting events through creative, visual, and interactive content. Through its Instagram account @byoncombat, BYON Combat utilizes various forms of digital content to generate audience enthusiasm for BYON Combat Showbiz Vol. 4, which combines combat sports, entertainment, public figures, and digital communication. This study aims to examine followers' opinions regarding the creativity of content published on the @byoncombat Instagram account during BYON Combat Showbiz Vol. 4. This study employs a qualitative approach within a constructivist paradigm using a descriptive qualitative method. Informants were selected purposively based on their involvement and experience in following the account and consuming content related to BYON Combat Showbiz Vol. 4. Data were collected through in-depth interviews, observation of Instagram content, and documentation, and were subsequently analyzed by identifying, categorizing, and describing patterns emerging from the informants' opinions. The findings indicate that followers generally hold positive opinions regarding the creativity of @byoncombat content, particularly in terms of visual quality, editing techniques, short-form videos, match highlights, face-offs, trash talk, fighter promotion, and the use of Instagram Reels. These forms of content were perceived as effective in generating curiosity, enthusiasm, and interest in the matches while simultaneously providing information and entertainment. The use of Instagram Feed, Stories, Reels, Highlights, Live, captions, and interactive features also contributed to follower engagement and strengthened the visibility and personal branding of the fighters. Nevertheless, informants expressed expectations for more varied content capable of reaching a broader audience. Therefore, followers perceive the creativity of @byoncombat Instagram content not merely through its visual appeal, but also through its relevance, variety of presentation, ability to evoke emotions, and the interactive experiences created through the content.

Keywords: *Followers' Opinions, Content Creativity, Instagram, Social Media, Combat Sports, BYON Combat.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Atas segala pertolongan dan kasih sayang-Nya, Peneliti dapat melakukan penelitian untuk kemudian Menyusun Laporan Skripsi ini yang dibuat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi dengan judul "Pendapat Followers terhadap Kreativitas Konten Instagram @byoncombat pada BYON Combat Showbiz Vol. 4"

Dalam penyusunan Laporan Skripsi ini, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan karena pengalaman dan pengetahuan peneliti yang terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat diharapkan demi terciptanya Laporan Skripsi yang lebih baik lagi untuk masa mendatang.

Penelitian ini merupakan syarat dalam rangka menyelesaikan studi untuk menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dengan peminatan Komunikasi Digital. Adapun selama pembuatan Laporan Skripsi ini peneliti juga mendapatkan banyak dukungan dan juga bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu peneliti juga ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Penulis juga menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah banyak membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti selama menjalani aktivitas studi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Wiyanto Hidayatullah, S.I.Kom., M.I.Kom.yang telah bersedia menjadi Dosen Pembimbing dalam menyelesaikan penyusunan skripsi penelitian ini

yang mana telah banyak membimbing, mengajarkan dan memberikan motivasi, memberikan saran dan arahan serta dukungan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Laporan Skripsi ini.

5. Terima kasih kepada kedua orangtua peneliti Bapak dan Ibu serta adik saya yang senantiasa memberikan support dan doa kepada peneliti untuk menyelesaikan Laporan Skripsi ini.
6. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada para informan yang telah bersedia meluangkan waktu untuk wawancara mendalam untuk proses penyusunan skripsi ini.
7. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, yang terus berjuang, bertahan, dan terus mencoba meskipun dihadapkan oleh berbagai tantangan akademik maupun personal.
8. Terima kasih kepada teman seperjuangan peneliti di dalam kampus yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada peneliti selama menyusun Laporan Skripsi ini.
9. Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Si yang telah bersedia menjadi Dosen Pengampu Riset Komunikasi yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi penelitian ini yang mana telah banyak membimbing,

Terakhir, peneliti mempunyai harapan semoga Laporan Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, 25 Agustus 2026



(Rubin Yehuda Y.M)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I.....	xiv
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian.	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.1.1 Gap dan Novelty Penelitian	19
2.2 Kajian Teoritis	20
2.2.1 Komunikasi Digital.....	21
2.2.2 Kreativitas konten	23
2.2.3. Opini dan Opini Netizen pada Media Sosial	29
2.2.4. Media digital dan Instagram.	34
2.2.5 Computer Mediated Communication (CMC).....	39
2.3 Instagram	40

2.3.1 Media Sosial	41
2.3.2 Definisi Media Sosial.....	43
2.3.3 Instagram	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
3.1 Paradigma Penelitian.....	48
3.2 Metode Penelitian.....	49
3.3 Subjek Penelitian.....	51
3.3.1 Informan.....	52
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.3.3 Data Primer	53
3.3.4 Data Sekunder.....	55
3.4 Teknik Analisis Data	55
BAB IV HASIL PEMBAHASAN DAN PENELITIAN	57
4.1 BYON Combat sebagai Platform Sportainment Digital.....	57
4.1.1 Profil <i>Byon</i>	59
4.1.2 Sejarah Berdirinya Byon.....	59
4.1.3 Produk dan Layanan Byon.....	61
4.1.4 Akun Instagram Byon.....	63
4.2 Hasil Penelitian.....	65
4.3 Pembahasan	72
4.3.1 Analisis STP (Segmentation, Targeting, Positioning).....	73
4.3.2 Media Promosi.....	77
4.3.3 Fitur-fitur Instagram	78
4.3.4 Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi.....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	87
5.2.1 Saran Akademis	87
5.2.2 Saran Praktis	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	92

Curriculum Vitae.....	119
-----------------------	-----



DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3 1 Tabel Informan.....	52
Tabel 4.3.3 Fitur-fitur Instagram.....	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Byon Combat Showbiz Vol. 4: INDONESIA vs MALAYSIA	2
Gambar 2 Byon Combat Showbiz Vol.4 Kompas.com	3
Gambar 4 1 Logo Byon Combat.....	57
Gambar 4 2 Instagram Byon Combat	63

