



**MODEL *SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT* DALAM
MENGELOLA INTERAKTIVITAS AUDIENS
*INSTAGRAM @kumparancom***

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Disusun oleh:

Azarine Calista Nadhif

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Azarine Calista Nadhif

NIM : 44221120049

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Model *Social Media Engagement* Dalam
Mengelola Interaktivitas Audiens *Instagram @kumparancom*

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.

Jakarta, 30 Desember 2023



Azarine Calista Nadhif

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi Disertasi ini diajukan oleh:

Nama : Azarine Calista Nadhif
NIM : 44221120049
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : *Model Social Media Engagement*
Dalam Mengelola Interaktivitas Audiens *Instagram @kumparancom*

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

Disahkan oleh:

Pebimbing : Suryaning Hayati, SE, MM. M. Ikom ()
NIDN : 0322088201
Ketua Sidang : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom ()
NIDN : 0316129201
Penguji Ahli : Dr, Farid Hamid, M.Si ()
NIDN : 0301117301

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 30 Desember 2023

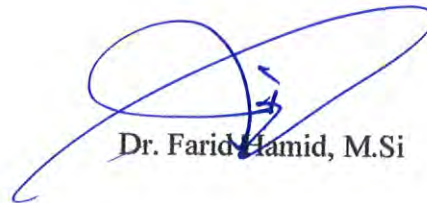
Mengetahui,

Dekan Program Sarjana

Ketua Program Studi



Prof. Dr. Drs. Ahmad Mulyana, M. Si



Dr. Farid Hamid, M.Si

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Laporan Skripsi ini. Penulisan Laporan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Laporan Skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Suryaning Hayati, SE, MM. M.Ikom, sebagai dosen pembimbing Laporan Skripsi yang telah membantu dan memastikan penulis menghasilkan Laporan Skripsi yang berkualitas, serta sebagai pendorong agar penyelesaian Laporan Skripsi sesuai dengan waktu yang diharapkan.
2. Prof. Dr. Drs. Ahmad Mulyana, M. Si. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si, sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Orang tua, yaitu Bapak Zaujih dan Ibu Fatmawati serta saudara saya yaitu Hafiz, Evan dan Dara.
5. Ayuningtyas, Adisty Utami, Liana Supono, Melanie Saskia Yusuf yang telah bersedia menjadi *key informan* dari pihak kumparan. Serta, Ade Naura dan Fikri Pratama yang telah bersedia menjadi informan pendukung dalam memberikan informasi penelitian kepada penulis.
6. Syerli Haryati S.S., M.I.Kom. sebagai pembimbing akademik reguler 2 Mercu Buana Meruya.
7. Sahabat-sahabat penulis yaitu, Zahwa Ernisa, Hanasti Rifaningtyas, Widia Wulandari, dan Jodi yang selalu

mendengarkan keluh kesah penulis dan selalu memberikan motivasi kepada penulis.

8. Teman-teman Humas Angkatan 2021 yang telah sama-sama berjuang menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana yang selalu memberikan semangat, saling menguatkan dan selalu siap membantu penulis.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian Tugas Skripsi yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Laporan Skripsi Disertasi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.



Jakarta, 06 Desember 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Azarine Calista Nadhif

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASITUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Azarine Calista Nadhif
NIM : 44221120049
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Model *Social Media Engagement* Dalam Mengelola Interaktivitas Audiens *Instagram @kumparancom*

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/format-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, 30 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Azarine Calista Nadhif)

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------------------------------------|-----------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH | vi |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Fokus Penelitian..... | 20 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 21 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 21 |
| 1.4.1 Manfaat Penelitian Akademis | 21 |
| 1.4.2 Manfaat Penelitian Praktis..... | 21 |
| BAB II KAJIAN TEORITIS..... | 32 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 32 |
| 2.2 Kerangka Teori | 42 |
| 2.2.1 <i>Corporate Communications</i> | 42 |
| 2.3 Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>) | 43 |
| 2.3.2 <i>Digital Public Relations</i> | 44 |
| 2.4.2 <i>Organisational Public Relations</i> | 45 |
| 2.4 Media Baru | 46 |
| 2.4.1 <i>Social Media</i> | 47 |
| 2.5 <i>Social Media Engagement</i> | 52 |
| 2.5.1 <i>Engagement</i> | 56 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 62 |
| 3.1 Paradigma Penelitian..... | 62 |
| 3.2 Metode Penelitian | 63 |
| 3.3 Subjek Penelitian | 65 |
| 3.3.2 Informan Pendukung | 66 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data..... | 66 |
| 3.4.1 Data Primer | 67 |
| 3.4.2 Data Sekunder | 67 |
| 3.5. Teknik Analisis Data | 69 |
| BAB IV | 73 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 73 |
| 4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian..... | 73 |
| 4.1.1 Struktur Organisasi kumparan | 74 |
| 4.1.2 <i>Jobdesc</i> Informan kumparan..... | 81 |
| 4.2 Akun <i>Social Media</i> kumparan <i>Instagram</i> (@kumparancom)..... | 83 |
| 4.1.4 Triangulasi Sumber | 90 |
| 4.2 Hasil Penelitian | 91 |
| 4.2.1 Tujuan <i>social media Instagram</i> @kumparancom..... | 91 |
| 4.2.2 Fungsi <i>Corporate Communications</i> Pada Perusahaan kumparan..... | 93 |
| 4.2.3 Pengelolaan <i>Social Media Instagram</i> @kumparancom Dalam Mengelola Interaktivitas Audiens | 95 |
| 4.2.4 <i>Social Media Engagement</i> Young Dan Quan-Haase | 130 |
| 4.2.5 <i>Engagement</i> Pada Akun <i>Instagram</i> @kumparancom..... | 139 |
| 4.3 Pembahasan | 142 |
| 4.3.1 Pengelolaan <i>Social Media Instagram</i> @kumparancom Dalam Meningkatkan <i>Engagement</i> | 142 |
| 4.3.2 Model <i>Social Media Engagement Instagram</i> @kumparancom | 148 |
| 4.3.3 <i>Engagement</i> Akun <i>Social Media Instagram</i> @kumparancom..... | 150 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 152 |
| 5.2.1 Saran Akedemis..... | 153 |
| 5.2.2 Saran Praktis..... | 153 |
| DAFTAR PUSATAKA..... | 155 |
| LAMPIRAN | 161 |

DAFTAR TABEL

| | |
|----------------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Matrix Penelitian Terdahulu | 37 |
| Tabel 4. 1 Daftar Posisi dan Jabatan kumparan..... | 75 |
| Tabel 4. 2 <i>Key Informan</i> | 81 |
| Tabel 4. 3 Informan Pendukung | 81 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Tema Konten <i>Instagram</i> @kumparancom | 5 |
| Gambar 1. 2 Tangkapan Layar akun <i>Instagram</i> @kumparancom | 6 |
| Gambar 1. 3 Konten Kuis di <i>Instagram</i> @kumparancom | 8 |
| Gambar 1. 4 Tangkapan Layar Tingkat <i>Engagement Instagram</i> @kumparancom (Jumlah <i>Like</i> dan <i>Comment</i>) | 9 |
| Gambar 1. 10 <i>Engagement Rate Instagram</i> @kumparancom..... | 12 |
| Gambar 1. 11 Konten <i>Engagement Instagram</i> @kumparancom | 14 |
| Gambar 1. 12 Judul <i>Clickbait</i> Konten kumparan..... | 15 |
| Gambar 1. 13 <i>Caption</i> Harian kumparan | 15 |
| Gambar 1. 14 Konten Perilaku Normal Baru atau | 16 |
| Gambar 2. 1 <i>The Circular Model of Some</i> | 50 |
| Gambar 2. 2 <i>Model social media engagement</i> | 53 |

