



**PENGELOLAAN KONTEN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SLEEP & CO (@sleepandco.id) GUNA MENINGKATKAN *BRAND*
*AWARENESS***

**LAPORAN SKRIPSI
PENELITIAN KUALITATIF**

**UNIVERSITAS
ATTAYA SALSABILLAH
MERCU BUANA**
44520010043

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2023**



**PENGELOLAAN KONTEN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SLEEP & CO (@sleepandco.id) GUNA MENINGKATKAN *BRAND*
*AWARENESS***

**LAPORAN SKRIPSI
PENELITIAN KUALITATIF**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

ATTAYA SALSABILLAH

44520010043

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Attaya Salsabillah
NIM : 44520010043
Program Studi : Digital Communication
Judul Laporan Skripsi : Pengelolaan Konten di Media Sosial
Instagram Sleep & Co
(@sleepandco.id) guna Meningkatkan
Brand Awareness.

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, 21 Desember 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Attaya Salsabillah

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Attaya Salsabillah
NIM : 44520010043
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengelolaan Konten di Media Sosial Instagram Sleep & Co (@sleepandco.id) guna Meningkatkan *Brand Awareness*.

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

Disahkan oleh:

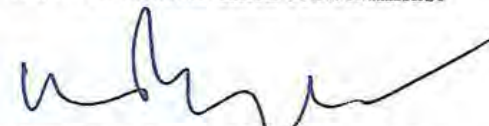
Pembimbing 1 : Muthia Rahayu, M.Ikom ()
NIDN : 0322029302
Ketua Penguji : Andi Pajolloi Bate, MA ()
NIDN : 0303069401
Penguji Ahli : Christina Arsi Lestari, M.Ikom ()
NIDN : 0324028801

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

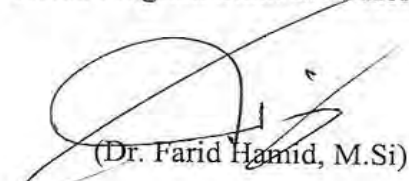
Jakarta, 4 Januari 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Attaya Salsabillah
NIM : 44520010043
Program Studi : Digital Communication
Judul Laporan Skripsi : Pengelolaan Konten di Media Sosial Instagram Sleep & Co (@sleepandco.id) guna Meningkatkan Brand Awareness.

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, 21 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Attaya Salsabillah)

ABSTRAK

Nama : Attaya Salsabillah
NIM : 44520010043
Program Studi : Digital Communication
Judul Laporan Skripsi : Pengelolaan Konten di Media Sosial
Instagram Sleep & Co
(@sleepandco.id) guna Meningkatkan
Brand Awareness.
Pembimbing : Muthia Rahayu, M. Ikom

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan media sosial dari Sleep & Co guna meningkatkan *brand awareness*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan paradigma postpositivisme. Dengan mengelaborasi teori media baru dan konsep The Circular Model of SOME dari Regina Luttrell, penelitian ini akan melakukan analisis mendalam terhadap bagaimana pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh Sleep & Co.

Hasil dari penelitian ini adalah Sleep & Co mengkategorikan kontennya menjadi 3, yakni konten promosi, konten produk, dan konten terkait kesehatan. Pada tahap *share*, Sleep & Co menggunakan Instagram sebagai platform utama untuk memberikan informasi detail tentang produk, promo diskon, serta informasi kesehatan untuk memperluas pengetahuan tentang produk dan membangun hubungan yang kuat dengan audiens. Dalam tahap *optimize*, pengelolaan konten dilakukan dengan cara membuat jadwal postingan (*scheduling*) serta melakukan perubahan desain. Pada tahap *manage* dilakukan dengan monitoring terhadap akun dan kinerja konten sebagai evaluasi dalam meningkatkan keefektifitasan pada strategi pemasaran di media sosial. Pada tahap *engage* dilakukan dengan melakukan kolaborasi dengan *influencer*, serta mengadakan *giveaway* untuk menjalin hubungan baik dengan pengikut dan mendapatkan eksposur pada konten yang dihasilkan.

Kata Kunci: pengelolaan media sosial, konten, Instagram, new media
The Circular Model of SOME.

ABSTRACT

Name : Attaya Salsabillah
NIM : 44520010043
Study Program : Digital Communication
Title Internship Report : Social Media Content Management on Instagram of Sleep & Co (@sleepandco.id) to Enhance Brand Awareness
Counsellor : Muthia Rahayu, M. Ikom

The purpose of this study is to determine the social media management of Sleep & Co to increase brand awareness. This research used descriptive qualitative approach in the form of interview techniques, observations and documentation. It operates within the paradigm of post-positivism. By elaborating on the theory of new media and Regina Luttrell's The Circular Model of SOME, this research will conduct an in-depth analysis of Sleep & Co's social media management practices.

The results of the research show that Sleep & Co categorizes its content into three types: promotional content, product content, and health-related content. In the sharing stage, Sleep & Co uses Instagram as the primary platform to provide detailed information about products, discount promotions, and health-related information to expand product knowledge and build a strong relationship with the audience. In the optimization stage, content management is done by scheduling posts and making design changes. In the management stage, content management is performed by monitoring account and content performance to evaluate and enhance the effectiveness of social media marketing strategies. In the engagement stage, Sleep & Co collaborates with influencers and holds giveaways to build good relationships with followers and gain exposure for the produced content.

Keywords: social media management, content, Instagram, new media
The Circular Model of SOME.

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyang. Saya panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi riset kualitatif yang berjudul "Pengelolaan Konten di Media Sosial Instagram Sleep & Co (@sleepandco.id) guna Meningkatkan *Brand Awareness*". Skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu persyaratan yang harus dilengkapi dalam memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Komunikasi Bidang Studi Digital Communication. Kemudian, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Muthia Rahayu, S.Ikom, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan membimbing hingga tugas akhir ini selesai.
2. Bapak Andi Pajoloi Bate, MA selaku Ketua Sidang sekaligus Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Bidang Digital Communication Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Christina Arsi Lestari, S.Ikom, M.Ikom selaku Dosen Penguji Ahli.
4. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Dr. Irmulansati. T, SH, Msi selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, terutama dalam Bidang Studi Digital Communication yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama perkuliahan.
8. Kedua orang tua, abang, dan seluruh keluarga penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, dan fasilitas kepada penulis.

9. Zuto Nakamoto alias Gendut selaku anabul kesayangan penulis yang telah memberikan penulis semangat selama ini.
10. Annida selaku teman penulis yang selalu membantu dan mendukung, serta selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama perkuliahan dan pengerjaan skripsi ini.
11. Umi, Zulfa, Sipa, Ute, Rani, Jani, Kak Laras selaku teman penulis yang selalu memberikan semangat dan menemani penulis selama ini.
12. Asyifa dan Febby selaku rekan seperjuangan penulis yang telah menemani dan memberikan semangat satu sama lain selama mengerjakan skripsi ini.
13. Rekan-rekan lainnya di Universitas Mercu Buana Meruya, terutama pada Fakultas Ilmu Komunikasi dalam bidang studi Digital Communication yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
14. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan kontribusi dan manfaat baik secara akademis maupun sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya yang sama-sama membahas mengenai pengelolaan pada media sosial Instagram guna meningkatkan *brand awareness*.

Jakarta, 21 Desember 2023

Attaya Salsabillah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Akademis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Teoritis.....	22
2.2.1 Komunikasi.....	22
2.2.2 Komunikasi Digital.....	24
2.2.3 New Media.....	26
2.2.4 Media Sosial	27
2.2.5 Pengelolaan Konten	35
2.2.6 The Circular Model of SOME	37

2.2.7 Brand Awareness	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Paradigma Penelitian	42
3.2 Metode Penelitian	43
3.3 Subjek Penelitian	44
3.3.1 Key Informan	46
3.3.2 Informan Utama	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data	47
3.4.1 Data Primer	47
3.4.2 Data Sekunder	48
3.5 Teknik Analisis Data	48
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1 Sejarah dan Profil Singkat Sleep & Co.....	51
4.1.2 Instagram Sleep & Co.....	53
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Pengelolaan media sosial Instagram Sleep & Co dengan menggunakan The Circular Model of SOME (Model Sirkuler SOME)	56
4.2.1.1 Share (Membagikan)	57
4.2.1.2 Optimize (Optimalisasi).....	68
4.2.1.3 Manage (Pengelolaan)	76
4.2.1.4 Engage (Melibatkan)	82
4.3 Pembahasan	94
4.3.1 Share (Membagikan).....	95
4.3.2 Optimize (Optimalisasi).....	101
4.3.3 Manage (Pengelolaan)	105
4.3.4 Engage (Melibatkan).....	107

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	111
5.1 Simpulan.....	111
5.2 Saran.....	113
5.2.1 Saran Akademis.....	113
5.2.2 Saran Praktis.....	114
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN.....	120



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Tampilan konten promo pada akun Instagram Sleep & Co.....	1
Gambar 2.	Tampilan konten produk pada akun Instagram Sleep & Co.....	2
Gambar 3.	Tampilan konten seputar kesehatan pada akun Instagram Sleep & Co...	2
Gambar 4.	Media sosial terbanyak digunakan di Indonesia tahun 2023	9
Gambar 5.	Lampiran Dokumentasi Wawancara via Google Meet Oleh Informan Utama 1	139
Gambar 6.	Lampiran Dokumentasi Wawancara via Google Meet Oleh Informan Utama 1	139
Gambar 7.	Lampiran Dokumentasi Wawancara via Google Meet Oleh Informan Utama 2.....	140
Gambar 4 1.	Logo Sleep & Co	51
Gambar 4 2.	Tampilan Toko Butik dari Sleep & Co.....	52
Gambar 4.3	Contoh Konten Promo atau Diskon dari Instagram Sleep & Co (@sleepandco.id)	54
Gambar 4.4	Contoh Konten Produk dari Instagram Sleep & Co (@sleepandco.id) .	55
Gambar 4.5	Contoh Konten Seputar Kesehatan dari Instagram Sleep & Co (@sleepandco.id).....	55
Gambar 4.6	Salah Satu Postingan Instagram Sleep & Co.....	60
Gambar 4.7	Salah Satu Postingan Crossposting pada Akun Media Sosial Facebook Milik Sleep & Co.....	60
Gambar 4.8	Kurangnya Responsivitas pada Tim Pengelola dari Sleep & Co.....	62
Gambar 4.9	Salah Satu Postingan Terkait Kesehatan Milik Sleep & Co Dengan Mencantumkan Nama Portal Berita Terkemuka.....	66
Gambar 4.10	Salah Satu Postingan Terkait Kesehatan Milik Sleep & Co Tanpa Mencantumkan Nama Portal Berita Terkemuka.....	67
Gambar 4 11	Tampilan Instagram Sleep & Co Sebelum Adanya Perubahan Tampilan	71

Gambar 4.12 Tampilan Instagram Sleep & Co Setelah Adanya Perubahan Tampilan	71
Gambar 4.13 Kurangnya Responsivitas pada Tim Pengelola dari Sleep & Co	75
Gambar 4.14 Tim Pengelola dari Sleep & Co Berinteraksi dengan Pengikutnya	79
Gambar 4.15 Sleep & Co Tidak Konsisten Dalam Memberikan Respon terhadap Pengikutnya	87
Gambar 4.16 Postingan Instagram Kolaborasi antara Sleep & Co dengan Influencer	88
Gambar 4.17 Postingan Instagram Influencer yang Berkolaborasi dengan Sleep & Co	89
Gambar 4.18 Postingan Giveaway pada Instagram Sleep & Co	91
Gambar 4.19 Salah Satu Postingan Giveaway pada Instagram Milik Sleep & Co	92



DAFTAR TABEL

Table 1. Penelitian Terdahulu	16
Table 2. Daftar Subjek Pengelola Media Sosial Sleep & Co.....	45

