

ABSTRAK

Nama : Hendy Mulia Suprpto
NIM : 44520010004
Program Studi : Digital Communication
Judul Penelitian ; Strategi Konten Instagram @jakarta.keras dalam Meningkatkan *Respons* Pengikuti
Dosen Pembimbing : Yuni Tresnawati, M.Ikom

Media sosial, khususnya Instagram, memainkan peran kunci dalam membentuk interaksi dan berbagi pengalaman. Dengan kemampuannya untuk menyampaikan pesan secara visual melalui gambar dan video, Instagram telah menjadi platform penting bagi pengguna untuk membangun popularitas dan menarik pengikut. Penelitian ini berfokus pada strategi konten yang diterapkan oleh akun @jakarta.keras untuk meningkatkan respons pengikut. Melalui analisis mendalam, penulis mengeksplorasi bagaimana @jakarta.keras merencanakan, membuat, dan mendistribusikan konten yang relevan untuk meningkatkan respons positif dari followers dan non-followers.

Teori pemasaran media sosial menurut Gunelius menyebutkan bahwa keberhasilan diukur melalui pembuatan konten menarik, berbagi dengan komunitas, interaksi antara pengguna, dan pembangunan komunitas online. Konten harus mencerminkan identitas perusahaan dan menarik bagi followers. Berbagi konten yang relevan memperluas jaringan dan memungkinkan komunikasi yang lebih luas, serta membangun komunitas yang interaktif dan global.

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme dengan metode deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi, serta data sekunder dari literatur terkait. Teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan triangulasi sumber untuk memastikan keabsahan data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa @jakarta.keras berhasil menerapkan berbagai strategi, seperti riset konten, kategorisasi, penjadwalan optimal, dan pemanfaatan fitur Instagram untuk meningkatkan interaksi pengikut. Meskipun berhasil menarik perhatian, terdapat hambatan seperti kurangnya variasi konten, caption kurang informatif, dan interaksi terbatas dari pengelola akun. Kolaborasi dengan public figure dan brand efektif dalam meningkatkan interaksi, namun masih ada ruang untuk perbaikan dalam mempertahankan minat pengikut secara konsisten.

Kata Kunci: Strategi Konten, Komunikasi Digital, Instagram

ABSTRACT

Name : Hendy Mulia Suprpto
NIM : 44520010004
Study Field : Digital Communication
Thesis Report Title ; Strategi Konten Instagram @jakarta.keras dalam Meningkatkan Respons Pengikut
Counsellor : Yuni Tresnawati, M.Ikom

Social media, particularly Instagram, plays a crucial role in shaping interaction and sharing experiences. With its ability to convey messages visually through images and videos, Instagram has become an important platform for users to build popularity and attract followers. This study focuses on the content strategies employed by the @jakarta.keras account to enhance follower responses. Through in-depth analysis, the research explores how @jakarta.keras plans, creates, and distributes content to achieve positive responses from both followers and non-followers.

Social media marketing theory according to Gunelius suggests that success is measured by creating engaging content, sharing with the community, enabling user interaction, and building an online community. Content should reflect the company's identity and engage followers. Sharing relevant content expands networks and allows broader communication, while building an interactive and global community.

This research employs a post-positivist paradigm with a descriptive qualitative method. Data was collected through in-depth interviews and observations, along with secondary data from related literature. Data analysis techniques included data reduction, data presentation, and conclusion drawing, with source triangulation to ensure data validity.

The results show that @jakarta.keras effectively implements various strategies, such as content research, categorization, optimal scheduling, and utilizing Instagram features to enhance follower interaction. Although successful in attracting attention, there are challenges such as a lack of content variation, less informative captions, and limited interaction from account managers. Collaborations with public figures and brands are effective in boosting interaction, but there is still room for improvement in consistently maintaining follower interest.

Keywords: Content Strategy, Digital Communications, Instagram