



**ANALISIS PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@casasaiindonesia DALAM MENUMBUHKAN MINAT
MENGIKUTI BELA DIRI ARNIS ESKRIMA**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

DANENDRA PUTRA NUGRAHA

44521010030

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTASI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Danendra Putra Nugraha

NIM : 44521010030

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Analisis Pengelolaan Media Sosial Instagram
@casasaiindonesia Dalam Menumbuhkan
Minat Mengikuti Bela Diri Arnis Eskrima

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, 20 Februari 2025

UNIVER
MERCU BUANA



96620AMX186501498
Danendra Putra Nugraha

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Danendra Putra Nugraha
NIM : 44521010030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Pengelolaan Media Sosial
Instagram @casasaiindonesia Dalam
Menumbuhkan Minat Mengikuti Bela
Diri Arnis Eskrima

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:

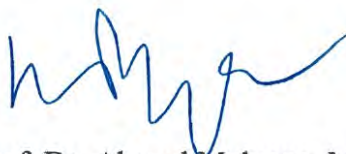
Pembimbing 1 : Andi Pajolloi Bate, ()
MA, M.B.A
NIDN : 0303069401
Ketua Penguji : Dr. Farid Hamid, ()
M.Si,
NIDN : 0301117301
Penguji Ahli : Muthia Rahayu, M.Ikom ()
NIDN : 0322029302

Jakarta 20 Februari 2025

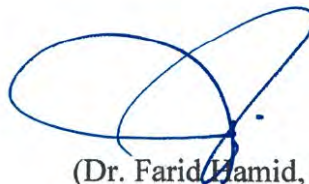
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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



(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 : Danendra Putra Nugraha
NIM : 44521010030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Pengelolaan Media Sosial
Instagram @casasaiindonesia Dalam
Menumbuhkan Minat Mengikuti Bela
Diri Arnis Eskrima

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, 20 Februari 2025

Yang menyatakan,



Danendra Putra Nugraha

ABSTRAK

Nama : Danendra Putra Nugraha

NIM : 44521010030

Program Studi : Komunikasi Digital

Judul Skripsi : Analisis Pengelolaan Media Sosial Instagram

@casasaiindonesia Dalam Menumbuhkan Minat Bela Diri

Arnis Eskrima

Pembimbing : Andi Pajolloi Bate S.Ikom, M.A

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan media sosial Instagram @casasaiindonesia dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap seni bela diri Arnis Eskrima, dengan merujuk pada teori Social Media Optimization (SOME) yang dikembangkan oleh Regina Lutrell, yang mencakup empat aspek: Share, Optimize, Manage, dan Engage. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui wawancara, observasi, dan analisis konten.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa @casasaiindonesia secara aktif membagikan konten menarik, seperti video latihan dan informasi tentang acara komunitas, yang berhasil meningkatkan kesadaran audiens terhadap Arnis Eskrima. Meskipun akun ini memanfaatkan Instagram Insights dan Ads untuk menganalisis performa, terdapat kebutuhan untuk meningkatkan frekuensi dan variasi unggahan. Respons cepat terhadap interaksi pengikut terlihat, namun interaksi yang lebih mendalam masih diperlukan. Pada tahap Engage, terdapat niat untuk melibatkan audiens, tetapi implementasi kegiatan interaktif perlu diperkuat.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengelolaan media sosial yang efektif dapat meningkatkan minat masyarakat dan membangun komunitas Arnis Eskrima. Saran diberikan untuk meningkatkan frekuensi unggahan, melaksanakan kegiatan interaktif, dan memperkuat kolaborasi dengan influencer.

Kata Kunci: Arnis Eskrima, Media Sosial, Instagram, Pengelolaan Konten, Teori *SOME*.

ABSTRACT

Name : Danendra Putra Nugraha
NIM : 44521010030
Study Program : Digital Communication
Thesis Report Title : Analysis of Instagram Social Media Management
@casasaiindonesia In Growing Interest in Martial
Arts Arnis Eskrima
Counsellor : Andi Pajolloi Bate S.Ikom, M.A

This research aims to analyze the management of Instagram social media @casasaiindonesia in increasing public interest in the martial art of Arnis Eskrima, by referring to the Social Media Optimization (SOME) theory developed by Regina Lutrell, which includes four aspects: Share, Optimize, Manage, and Engage. The method used is a qualitative approach through interviews, observation, and content analysis.

The results show that @casasaiindonesia actively shares interesting content, such as training videos and information about community events, which successfully increases audience awareness of Arnis Eskrima. While the account utilizes Instagram Insights and Ads to analyze performance, there is a need to increase the frequency and variety of posts. Quick responses to follower interactions are seen, but more in-depth interactions are still needed. At the Engage stage, there is an intention to engage the audience, but the implementation of interactive activities needs to be strengthened.

This study concludes that effective social media management can increase public interest and build the Arnis Eskrima community. Suggestions were given to increase the frequency of posts, implement interactive activities, and strengthen collaboration with influencers.

***Keywords: Arnis Eskrima, Social Media, Instagram, Content
Management Content Management, SOME Theory.***

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada tuhan yang maha esa karena telah melimpahkan segala berkat dan karunia nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat melakukan penelitian skripsi dengan judul “Analisis Pengelolaan Media Sosial Instagram @casasaiindonesia Dalam Menumbuhkan Minat Mengikuti Bela Diri Arnis eskrima” dengan baik. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif serta menerapkan paradigma post-positivisme.

Skripsi ini di susun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Ilmu Komunikasi, Bidang Studi Komunikasi Digital, Universitas Mercu Buana. Semoga penelitian ini dapat di gunakan sebagaimana mesti nya serta berguna bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca yang berminat pada umum nya. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besar nya kepada semua pihak yang telah memberikan semangat, bantuan dan bimbingan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini, yaitu :

1. Andi Pajoloi Bate, MA selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah menerima, membimbing, membantu, mengoreksi serta memberikan nasehat, apresiasi dan juga semangat penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Dr. Melly Ridaryanthi, Ph.D selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus Ketua Sidang Tugas Akhir Skripsi.
5. Muthia Rahayu, M.Ikom Selaku Penguji Sidang Tugas Akhir Skripsi.
6. Para Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan segenap Ilmu Pengetahuan mengenai komunikasi yang bermanfaat kepada penulis.

7. Seluruh Staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah membantu dan mempermudah pengurusan dokumen selama masa perkuliahan sampai saat ini.
8. Ibu Dian Eira Vitrika, Bapak Nugy Nugraha, kedua orang tua penulis yang telah memberikan dukungan moral, materil, doa, dan kasih sayang yang begitu besar.
9. Kakak Puthy Venaya Azzuri, Nova Hendriyanto Ramdani yang selalu memberikan dukungan doa dan perhatian.
10. Kepada Informan-Informan narasumber yang telah menyisahkan waktu luang dalam membantu menjadi bahan penelitian peneliti.
11. Diri saya sendiri, apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Terima kasih karena tetap memilih untuk berjuang dan tidak pernah menyerah.

Demikian kata pengantar ini penulis sampaikan, penulis menyadari bahwa Tugas Akhir Skripsi ini masih memiliki berbagai kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca, agar penelitian ini dapat terus dikembangkan dan memberikan manfaat yang lebih luas di masa mendatang.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Februari 2025

Danendra Putra Nugraha

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Focus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teoritis	26
2.2.1 Komunikasi Digital	26
2.2.2 New Media	27
2.2.3 Teori Komunikasi Termediasi Internet (CMC)	28
2.2.4 Teori Awareness.....	30
2.2.5 Media Sosial	31
2.2.6 Instagram	32

2.2.7 Konsep Social Media Management (SOME).....	33
2.3 Perhatian Relevan Penelitian.....	36
2.3.1 Konteks Penelitian.....	36
2.3.2 Signifikansi Penelitian.....	36
2.3.3 Penerapan Teori	37
2.3.4 Keterlibatan Audiens	37
2.3.5 Penggunaan Data dan Analisis	37
2.3.6 Relevansi dengan Penelitian Terdahulu.....	37
2.3.7 Implikasi untuk Praktik dan Teori	38
2.3.8 Kesadaran Budaya.....	38
BAB III	39
METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Paradigma Penelitian.....	39
3.2 Metode Penelitian.....	40
3.3 Subjek Penelitian.....	41
3.3.1 Key Informan dan Informan.....	41
3.3.2 Profil Informan	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data	46
3.5 Teknik Analisis Data	48
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	49
BAB IV	52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian	52
4.1.1 Instagram Casasai Indonesia	52
4.1.2 Visi dan Misi Casasai Indonesia.....	53
4.1.3 Logo Casasai Indonesia.....	54
4.2 Hasil Penelitian	56
4.2.1 Pengelolaan Media Sosial Instagram @casasaiindonesia	57
4.2.2 Tahap Share Pada Pengelolaan Media Sosial Instagram @casasaiindonesia	59

4.2.3 Tahap Optimize Pada Pengelolaan Media Sosial Instagram	
@casasaiindonesia	63
4.2.4 Tahap Manage Pada Pengelolaan Media Sosial Instagram	
@casasaiindonesia	66
4.2.5 Tahap Engage Pada Pengelolaan Media Sosial Instagram	
@casasaiindonesia	70
4.2.6 Tanggapan Followers Mengenai Pengelolaan Media Instagram	
@casasaiindonesia	72
4.2.7 Awareness dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram	
@casasaiindonesia	77
4.2.8 Hasil Observasi Peneliti	79
4.3 Pembahasan.....	81
BAB V	87
KESIMPULAN DAN SARAN	87
5. 1 Kesimpulan	87
5. 2 Saran.....	87
5. 2.1 Saran Akademis.....	88
5. 2.2 Saran Praktis.....	88
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	94

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Instagram @casasaiindonesia	1
Gambar 1.2 Tampilan salah satu konten Instagram @casasaiindonesia	3
Gambar 1.3 Tampilan salah satu konten Instagram @casasaiindonesia	4
Gambar 1.4 Tampilan Digital 2024 Global Overview Report	5
Gambar 1.5 Tampilan Digital 2024 Global Overview Report	5
Gambar 4.1 Tampilan Gambar Instagram @Casasaiindonesia	46
Gambar 4.2 Logo Casasai Indonesia	49



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
-------------------------------------	----

