



**ANALISIS ISI KUALITATIF PADA KONTEN
INSTAGRAM @RANS.ENTERTAINMENT DALAM
MEMBANGUN *ENGAGEMENT* DENGAN *FOLLOWERS***



**UNIVERSITAS
RATIH RATNA DEFI
44221010135
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ratih Ratna Defi
NIM : 44221010135
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Isi Kualitatif pada Konten Instagram @rans.entertainment dalam Membangun *Engagement* dengan *Followers*

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 Juli 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



800A9AMX390398199
Ratih Ratna Defi

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama	: Ratih Ratna Defi
NIM	: 44221010135
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Analisis Isi Kualitatif pada Konten Instagram @rans.entertainment dalam Membangun <i>Engagement</i> dengan <i>Followers</i>

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	: Anindita, S.Pd, M.I.Kom	()
NIDN	: 0306018903	
Ketua Penguji	: Suryaning Hayati, SE, MM, M.I.Kom	()
NIDN	: 0322088201	
Penguji Ahli	: Drs. Marwan Mahmudi, M.Si	()
NIDN	: 0311036703	

Jakarta, 21. Juli 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 : Ratih Ratna Defi
NIM : 44221010135
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Isi Kualitatif pada Konten Instagram @rans.entertainment dalam Membangun *Engagement* dengan *Followers*

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 Juli 2025

Yang menyatakan,



(Ratih Ratna Defi)

ABSTRAK

Nama : Ratih Ratna Defi
NIM : 44221010135
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Isi Kualitatif Pada Konten Instagram @Rans.Entertainment Dalam Membangun *Engagement* Dengan *Followers*
Pembimbing : Anindita, S.Pd, M.I.Kom

Instagram yaitu salah satu media sosial yang memunculkan banyaknya *content creator* yang mengunggah konten untuk membangun *engagement* dengan *followers*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis isi konten Instagram @rans.entertainment dalam membangun *engagement* dengan *followers*.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini teori milik Evans & Mckee mengenai 4 tahap *engagement* yang meliputi *consumption*, *curation*, *creation*, dan *collaboration*.

Metode yang digunakan adalah analisis isi kualitatif menggunakan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan yang digunakan adalah observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis data kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *engagement followers* @rans.entertainment terbentuk melalui konten-konten yang bersifat *relatable*, menghibur, dan interaktif. *Followers* cenderung terlibat secara emosional maupun aktif, baik melalui konsumsi pasif hingga partisipasi langsung, yang mencerminkan keberhasilan akun dalam membangun koneksi dan keterlibatan *followers*.

Kata Kunci : analisis isi, instagram, *engagement*, *followers*, @rans.entertainment

ABSTRACT

Name : Ratih Ratna Defi
NIM : 44221010135
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title of Thesis : Analisis Isi Kualitatif Pada Konten Instagram @Rans.Entertainment Dalam Membangun Engagement Dengan Followers
Counsellor : Anindita, S.Pd, M.I.Kom

Instagram is one of the social media that gives rise to many content creators who upload content to build engagement with followers. This study aims to analyze the content of @rans.entertainment Instagram content in building engagement with followers.

The theory used in this research is Evans & Mckee's theory regarding the 4 stages of engagement which include consumption, curation, creation, and collaboration.

The method used is qualitative content analysis using the constructivism paradigm. The collection techniques used were observation, documentation, and literature study. The data analysis technique used is qualitative data analysis.

The results of this study indicate that the engagement of @rans.entertainment followers is formed through content that is relatable, entertaining, and interactive. Followers tend to be emotionally and actively involved, both through passive consumption to direct participation, which reflects the success of the account in building connections and follower engagement.

Keywords : content analysis, instagram, engagement, followers, @rans.entertainment

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah hirabbil'alamin puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT berkat hidayah, taufik, dan rahmat-Nya. Sholawat serta salam kepada Nabiullah Muhammad SAW, Nabi sekaligus Rasul yang menjadi panutan kita semua. Peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis Isi Kualitatif pada Konten Instagram @rans.entertainment dalam Membangun *Engagement* dengan *Followers*" ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar "Sarjana Ilmu Komunikasi" Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu izinkan peneliti menghanturkan terimah kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Ibu Anindita, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang karena nasihat dan arahnya saya dapat menyusun tugas akhir skripsi ini hingga selesai.
2. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.I.Kom selaku Ketua Sidang.
3. Bapak Drs. Marwan Mahmudi, M.Si selaku Penguji Ahli.
4. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Melly Ridaryanthi, Ph.D selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Segenap Staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
8. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah

memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga.

9. Bapak Sana dan Ibu Juminah selaku Orang Tua peneliti atas dukungannya selama ini baik secara moral dan material sehingga saya dapat menyelesaikan proposal penelitian saya.
10. Cici Parwati Sari selaku kakak tercinta peneliti atas keceriaan hati serta dukungan, dan semangat yang selalu diberikan.

Jakarta, Juli 2025

Ratih Ratna Defi



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 TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Akademis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teoritis.....	21
2.2.1 <i>Public Relationss</i>	21
2.2.2 <i>Cyber Public Relationss</i>	22
2.2.3 <i>New Media</i>	23
2.2.4 Media Sosial.....	24
2.2.5 Instagram.....	25
2.2.5.1 Pengertian Instagram	xx
2.2.5.2 Fitur-Fitur Instagram.....	xx
2.2.6 Konten	28
2.2.7 <i>Public Engagement</i>	29
2.2.8 <i>Followers</i>	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Paradigma Penelitian	33
3.2 Metode Penelitian.....	34
3.3 Unit Analisis.....	35

3.4	Teknik Pengumpulan Data	37
3.4.1	Data Primer	37
3.4.2	Data Sekunder	37
3.5	Teknik Analisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.2	Hasil Penelitian.....	42
4.3	Pembahasan	76
4.3.1	<i>Consumption</i>	83
4.3.2	<i>Curation</i>	84
4.3.3	<i>Creation</i>	85
4.3.4	<i>Collaboration</i>	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		83
5.1	Kesimpulan.....	88
5.2	Saran	89
5.2.1	Saran Akademis	89
5.2.2	Saran Praktis	90
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN.....		94



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan <i>engagement rate</i> Instagram @ransentertainment dan @kuyentertainment.....	2
Tabel 1.2	Perbandingan <i>engagement rate</i> Instagram @ransentertainment dan @vindex.ig.....	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1	Unit Analisis.....	36
Tabel 4.1	Keterangan 5 konten Instagram @rans.entertainment yang menjadi acuan untuk dianalisis (per-22 April 2025).....	42
Tabel 4.2	5 Konten acuan yang dianalisis dengan mengacu pada Unit Analisis Bab III (Tabel 3.1).....	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Profil Instagram @rans.entertainment.....	1
Gambar 1.2	<i>Engagement rate</i> Instagram @rans.entertainment.....	2
Gambar 1.3	<i>Engagement rate</i> Instagram @kuyentertainment.....	2
Gambar 1.4	<i>Engagement rate</i> Instagram @rans.entertainment.....	3
Gambar 1.5	<i>Engagement rate</i> Instagram @vindex.ig.....	3
Gambar 4.1	Logo RANS Entertainment.....	40
Gambar 4.2	Profil Instagram @rans.entertainment.....	41

