

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM OLEH REDAKSI
*KUNINGANMASS***

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



Disusun Oleh:

STEFANI WIJAYA

1171003166

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA


2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang diikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan benar

Nama : Stefani Wijaya

Nim : 1171003166

Tanda Tangan : 

Tanggal : 11 April 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Stefani Wijaya

NIM : 1171003166

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh Redaksi *Kuninganmass*

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperuntukan untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Dr. Aryo Subarkah Eddyono, S.Sos., M.Si., ()

Penguji 1 : Anastasya Andriarti, S.Sos., M.Si. ()

Penguji 2 : Ari Kurnia M.Ikom ()

Ditetapkan di : Jakarta

Pada tanggal : 23 April 2021

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh Redaksi *Kuninganmass*”. Penyusunan penelitian Tugas Akhir ini disusun dalam rangka memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Dalam proses penyusunan penelitian Tugas Akhir ini, penulis banyak mendapatkan pelajaran serta pengalaman baru. Selain itu, dalam proses ini tentunya tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Puji dan syukur kepada Allah SWT karena berkat karunia dan ridho-Nya penulis selalu diberikan kesehatan, kekuatan, keimanan, kesabaran serta umur yang panjang untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

2. Orang Tua dan Keluarga

Terima Kasih kepada papah dan mamah, mak icih, Ndes yang selalu mendukung, mendoakan yang terbaik serta memberikan semangat dan kata – kata motivasinya agar selalu semangat menjalani perkuliahan hingga menyelesaikan tugas akhir ini. Dukungan dan doa dari kalian sangat berarti untuk penulis, semoga kita semua selalu diberikan kesehatan.

3. Dr.Aryo Subarkah Eddyono, S.Sos., M.Si.,

Terima Kasih kepada Mas Aryo selaku dosen pembimbing penulis yang sangat baik untuk selalu memberikan kritik, saran, rekomendasi mengenai sumber penulisan serta selalu menyediakan waktu untuk memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

4. Anastasya Andriarti, S.Sos., M.Si.

Terima Kasih kepada Mba Anas selaku dosen penguji saat seminar proposal dan dewan penguji saat sidang akhir yang telah memberikan saran – sarannya serta ilmunya mengenai tugas akhir ini.

5. Ari Kurnia M.Ikom

Terima Kasih kepada Miss Ari selaku dosen penguji 2 saat sidang akhir yang telah memberikan saran serta nasihatnya mengenai tugas akhir ini. Terima kasih juga miss atas ilmu yang diberikan dari semester 1 hingga penulis menyelesaikan tugas akhir ini.

6. Pihak Redaksi *Kuninganmass*

Terima Kasih kepada Pak Deden Rijalul Umam selaku pemimpin redaksi *Kuninganmass* yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian terkait pemanfaatan media sosial pada akun Instagram *Kuninganmass*. Terima kasih juga kepada Eki Nurhuda Al Mutaqin, Agus Mustawan dan Muhadjir Affandi, terima kasih untuk seluruh pihak redaksi *Kuninganmass* yang telah membantu penulis dalam pencarian dan pengumpulan data untuk kelengkapan tugas akhir ini.

7. Wisnu Adi Wicaksono S.Ikom

Terima Kasih Wisnu atas motivasidan telinga yang selalu bersedia mendengarkan keluh kesah penulis dalam proses penyusunan tugas akhir ini serta agar selalu semangat dan meyakinkan penulis tanpa rasa ragu.

8. Sahabat – sahabatku

Terima Kasih untuk Ditha Dwi Agustin S.M, Puja, Novia, sahabat Hacep sejak SMP Rila, Dylla, Dewi, Agnes, Nadya, Hesty, Andin. Mereka selalu memberikan semangat kepada penulis, terima kasih juga untuk segala kebaikan kalian. Sukses untuk kita semua.

9. Teman – Teman Ilmu Komunikasi dan Jurnalistik 2017

Terima kasih untuk selalu berjuang bersama terutama Eki dan dewa teman Journalku yang selalu memberitahu informasi seputar kampus serta berbagi cerita dari awal penjurusan. Terima kasih kepada teman – teman yang memberikan tawa canda indah selama perkuliahan, sukses untuk kita semua.

Jakarta, 10 April 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Stefani' with a stylized flourish at the end.

Penulis,

Stefani Wijaya

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Stefani Wijaya
Nim : 1171003166
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie, **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM OLEH REDAKSI *KUNINGANMASS*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pengakalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 11 April 2021

Yang menyatakan,



(Stefani Wijaya)

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM OLEH REDAKSI
*KUNINGANMASS***

Stefani Wijaya

ABSTRAK

Di era digital saat ini, berbagai media berlomba – lomba untuk memanfaatkan media sosial yang digunakan dengan berbagai kepentingannya salah satunya redaksi *Kuninganmass*. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui pengelolaan media sosial Instagram dan juga motivasi serta kepentingan *Kuninganmass* dalam memanfaatkan Instagram. Metode penelitian yang digunakan kualitatif studi kasus dengan pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumen. Hasil dari penelitian ini yaitu redaksi *Kuninganmass* memanfaatkan Instagram untuk kepentingan distribusi berita, *news gathering*, promosi konten dan penjualan serta media interaksi Baru. *Kuninganmass* memanfaatkan media sosial Instagram dengan cara menggunakan fitur – fitur Instagram seperti Instagram *story*, Instagram TV, Instagram *live*, mengunggah konten, dan *direct message*. Motivasi *Kuninganmass* memanfaatkan Instagram yaituingin mengetahui efek penggunaan media sosial Instagram terhadap pembaca, memperkenalkan nama *Kuninganmass* serta memperluas segmentasi terutama meraih segmentasi anak muda. Dengan pemanfaatan Instagram tersebut *Kuninganmass* berhasil meraih segmentasi anak muda, memperkenalkan lebih luas nama *Kuninganmass* dan tambahannya menjadi sumber penghasilan.

Kata Kunci: Media Sosial, Ruang Redaksi, Instagram, Pengelolaan Instagram, *Kuninganmass*.

**THE USE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA BY KUNINGANMASS
REDACTION**

Stefani Wijaya

ABSTRACT

In the current digital era, various media are competing to take advantage of social media which are used with various interests, one of which is the Kuninganmass editorial team. The purpose of this research is to find out the management of Instagram social media and also the motivation and interests of Kuninganmass in utilizing Instagram. The research method used is qualitative case studies by collecting interview data, observation and documents. The result of this research is that Kuninganmass editors use Instagram for the benefit of news distribution, news gathering, content promotion and sales as well as new media interactions. Kuninganmass utilizes Instagram social media by using Instagram features such as Instagram stories, Instagram TV, Instagram live, uploading content, and direct messages. The motivation for Kuninganmass to use Instagram is to want to know the effect of using Instagram social media on readers, introducing the name Kuninganmass and expanding its segmentation, especially reaching the segmentation of young people. With the use of Instagram, Kuninganmass succeeded in reaching the youth segment, introducing the name Kuninganmass more widely and becoming a source of income.

Keywords: Social Media, Editorial Room, Instagram, Instagram Management, Kuninganmass.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Praktis.....	15
BAB II.....	16
KERANGKA PEMIKIRAN	16
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	16
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Penelitian	27
2.2.1 Media <i>Online</i>	27
2.2.2 Media Sosial	30
2.2.3 Instagram.....	38
2.2.4 Pengelolaan Instagram.....	41
2.2.5 Redaksi dan Media Sosial	43
2.3 Kerangka Pemikiran	52
BAB III.....	52
METODOLOGI PENELITIAN	52

3.1	Metode Penelitian	52
3.2	Objek Penelitian	52
3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	53
3.3.1	Sumber Data	53
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data	53
3.4	Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	57
3.5	Teknik Analisis Data	63
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data	64
3.7	Keterbatasan Penelitian	65
BAB IV		66
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		66
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	67
4.1.1	Sejarah Kuninganmass	67
4.1.2	Visi, Misi dan Tujuan <i>Kuninganmass</i>	72
4.1.3	Logo Kuninganmass	73
4.1.4	Struktur Kuninganmass	74
4.2.1	Pemimpin Redaksi	76
4.2.2	Editor Kuninganmass	76
4.2.3	Pengelola dan pembuat konten Instagram <i>Kuninganmass</i>	76
4.2.4	Tim IT Kuninganmass	77
4.3	Hasil Penelitian	77
4.3.1	Kuninganmass sebagai media online	77
4.3.2	Tujuan Penggunaan Media Sosial oleh Redaksi <i>Kuninganmass</i>	82
4.3.3	Alur Kerja Media Sosial oleh Redaksi <i>Kuninganmass</i>	86
4.3.4	Instagram Kuninganmass	88
4.4	Pembahasan	124
4.4.1	Instagram di Mata Redaksi <i>Kuninganmass</i>	125
4.4.2	Distribusi Berita	129
4.4.3	Promosi Konten	133
4.4.4	News Gathering	137
4.4.5	Media Interaksi Baru	140
4.4.6	Praktik Pengelolaan Instagram <i>Kuninganmass</i>	144

BAB V.....	146
KESIMPULAN DAN SARAN	146
5.1 Kesimpulan.....	146
5.2 Saran	147
5.2.1 Saran Akademis.....	147
5.2.2 Saran Praktis.....	147
DAFTAR PUSTAKA	148

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	22
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	62

DAFTAR GAMBAR

[Gambar 1.1 Data Penggunaan Internet di Indonesia Tahun 2020](#) 2

[Gambar 1.2 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2020](#) 3

[Gambar 1.3 Data Pengguna Instagram di Indonesia Tahun 2020](#) 6

[Gambar 1.4 Instagram *Kuninganmass*](#) 8

[Gambar 1.5 Twitter *Kuninganmass*](#) 9

[Gambar 1.6 Youtube *Kuninganmass*](#) 10

[Gambar 1.7 Tik-Tok *Kuninganmass*](#) 11

[Gambar 1.8 Facebook *Kuninganmass*](#) 12

[Gambar 1.9 Triangulasi teknik pengumpulan data](#) 64

[Gambar 4.1 : Tampilan Website *Kuninganmass.com*](#) 67

[Gambar 4.2 : Grafis *viewers* serta rating global dan nasional](#) 70

[Gambar 4.3 : Grafis *viewers* serta rating global dan nasional](#) 70

[Gambar 4.4 : Logo *Kuninganmass*](#) 73

[Gambar 4.5 Struktur *Kuninganmass*](#) 75

[Gambar 4.6 : Berita Tentang Kontrol Sosial](#) 78

[Gambar 4.7 : Berita Tentang Fungsi Hiburan](#) 79

[Gambar 4.8 : Pembaca *Kuninganmass.com*](#) 80

[Gambar 4.9 : *Postingan* Instagram *Kuninganmass*](#) 83

[Gambar 4.10 Data akses *website Kuninganmass.com*](#) 85

[Gambar 4.11 Alur Kerja Redaksi *Kuninganmass*](#) 87

[Gambar 4.12 Instagram *Kuninganmass*](#) 88

<u>Gambar 4.13 Instagram Kuningan <i>Repost</i></u>	90
<u>Gambar 4.14 Instagram <i>Kuninganmass</i></u>	91
<u>Gambar 4.15 Konten murni berita</u>	94
<u>Gambar 4.16 Unggahan oleh Instagram <i>Kuninganmass</i></u>	95
<u>Gambar 4.17 Konten Kuis Instagram <i>Kuninganmass</i></u>	97
<u>Gambar 4.18 Konten keluhan pembaca di Instagram<i>Kuninganmass</i></u>	98
<u>Gambar 4.19 Konten <i>paid promote</i> Instagram <i>Kuninganmass</i></u>	99
<u>Gambar 4.20 Konten Instagram <i>Kuninganmass</i></u>	101
<u>Gambar 4.21 <i>Audiens</i> 7 hari terakhir berdasarkan jenis kelamin, lokasi populer dan rentang usia</u>	104
<u>Gambar 4.22 Interaksi <i>Postingan</i> Tanda Suka <i>populer</i></u>	107
<u>Gambar 4.23 Konten Instagram <i>story</i></u>	108
<u>Gambar 4.24 Konten Populer IGTV</u>	110
<u>Gambar 4.25 Konten Instagram <i>Live</i></u>	111
<u>Gambar 4.26 Harga <i>Paid Promote</i> Instagram</u>	116
<u>Gambar 4.27 Konten <i>Populer</i> dan <i>Insight</i> Instagram <i>Kuninganmass</i></u>	118
<u>Gambar 4.28 <i>Google Analytics website</i> <i>Kuninganmass</i></u>	119
<u>Gambar 4.29 Jejaring sosial pada <i>Google Analytics</i></u>	121
<u>Gambar 4.30Tujuan <i>Pemanfaatan Instagram</i> oleh <i>Kuninganmass</i></u>	125

DAFTAR LAMPIRAN

<u>LAMPIRAN</u>	151
<u>TRANSKRIP WAWANCARA – INFORMAN 1</u>	151
<u>TRANSKRIP WAWANCARA – INFORMAN 2</u>	160
<u>TRANSKRIP WAWANCARA – INFORMAN 3</u>	167
<u>TRANSKRIP WAWANCARA – INFORMAN 4</u>	169
<u>DOKUMENTASI</u>	172