

**STRATEGI *CONTENT MARKETING* PROGRAM TV ‘MAKAN
RECEH’ TRANS7 MELALUI MEDIA SOSIAL (ANALISIS ISI
KUALITATIF PADA AKUN INSTAGRAM
@MAKANRECEH7)**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S1)

Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Shafa Bella Rizqullah

1181003111

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

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2021

HALAMAN PENYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Shafa Bella Rizqullah

NIM : 1181003111

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Bella', with a long horizontal flourish extending to the right.

Tanggal : 18 Februari 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Shafa Bella Rizqullah
NIM : 1181003111
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi *Content Marketing* Program TV 'Makan Receh'
TRANS7 Melalui Media Sosial (Analisis Isi Kualitatif Pada Akun
Instagram @makanreceh7)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ari Kunia, S.I.Kom, M.I.Kom



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



Penguji 2 : Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si., Dr



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 06 Mei 2022

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Promosi Konten Kreatif Program Televisi Makan Receh Melalui Media Sosial Instagram @makanrecek7”. Penyusunan penelitian Tugas Akhir ini disusun dalam rangka memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Peneliti menyadari proses yang dilalui tidak mudah ini tidak akan berjalan lancar jika tanpa bimbingan, bantuan, hingga motivasi dari banyak pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D.

Selaku rektor dari Universitas Bakrie

2. Dra. Suharyanti, M.S.M

Terima kasih kepada Ibu Suharyanti selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang mendukung, membimbing selalu penulis dan teman penulis selama dalam perkuliahan

3. Ari Kunia, S.I.Kom, M.I.Kom

Terima kasih kepada Ms Ari selaku dosen pembimbing skripsi peneliti. Terima kasih sudah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan motivasi, dan juga sangat membantu peneliti agar menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

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

Terima kasih kepada Mba Anas selaku dosen penguji tugas akhir dalam memberikan arahan dan membimbing peneliti agar menyusun tugas akhir dengan lebih baik lagi.

5. Dr. Bambang Sukma Wijaya, M.Si.

Terima kasih kepada Pak Bambang selaku dosen penguji tugas akhir dalam memberikan arahan dan membimbing peneliti agar menyusun tugas akhir dengan lebih baik lagi.

6. Mama, Papa, Adik-Adik

Terima kasih kepada keluarga khususnya Mama, Papa, dan Adik-Adik peneliti yang selalu mendukung dengan pengertian dan perhatian sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu.

7. Dosen Ilmu Komunikasi

Terima kasih kepada para dosen terutama kepada dosen pembimbing akademik saya yaitu Ibu Prima Mulyasari Agustini atas bimbingannya selama masa perkuliahan ini dan terima kasih kepada para dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

8. Karyawan dan Staff Universitas Bakrie

Terima kasih kepada karyawan dan Staff yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu karena telah membantu saya untuk administrasi perkuliahan, keuangan, dan lain sebagainya.

9. Bima Aditya Wiguna

Terima kasih kepada Bima Aditya Wiguna, yang atas kehadirannya dapat memotivasi dan juga membantu peneliti untuk selalu berusaha dan pantang menyerah agar menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu. Terima kasih selalu sabar dan dapat menjadi pendengaran yang baik.

10. Teman Dekat Peneliti

Terima kasih Kepada Dhea, Yuqa, Rizka, Cut, Jenab, Billa, Siska, Ica, Ayu, Sisy, Miranti yang sudah menjadi pendengar juga teman yang menemani peneliti dari dulu hingga saat ini. Terima kasih drama, motivasi, serta dukungan yang diberikan kepada penulis.

Sehingga, penulis bisa menjalankan perkuliahan hingga saat ini walaupun terkadang kalian menyebalkan tetapi peneliti tetap sayang kepada kalian.

11. Teman-Teman Ilmu Komunikasi 2018

Terima kasih penulis ucapkan kepada teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2018 yang sudah saling menyemangati dan membantu banyak hal dari awal semester hingga semester tujuh ini hingga menjalani tugas akhir ini.

12. Teman-teman Jurnalistik 2018

Terima kasih penulis ucapkan kepada teman-teman peminatan Jurnalistik Multimedia angkatan 2018 yang telah memberikan semangat, saling membantu, memberikan saran, serta memberikan canda tawa selama di perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

13. Diri Sendiri

Tidak lupa juga penulis ucapkan terima kasih kepada diri sendiri karena ingin untuk terus kuat sampai dengan di titik ini, sudah ingin berjuang, sudah tidak pernah menyerah walaupun terkadang sering merasa kalah, sudah ingin selalu semangat terutama dalam menjalankan skripsweet ini, serta menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan agar diberikan kritik dan saran yang akan membangun penulis agar lebih baik lagi dalam mengerjakan suatu penulisan. Tentunya kritik dan saran tersebut penulis sangat harapkan dari pembaca demi kesempurnaan tugas akhir ini. Serta penulis berharap tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Akhir kata peneliti berharap semoga Allah SWT dapat membalas seluruh kebaikan kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu peneliti hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Jakarta, 28 Januari 2022

Peneliti,



Shafa Bella Rizqullah

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Civias Akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Shafa Bella Rizqullah
NIM : 1181003111
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Fee Rights) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI *CONTENT MARKETING* PROGRAM TV ‘MAKAN RECEH’
TRANS7 MELALUI MEDIA SOSIAL (ANALISIS ISI KUALITATIF
PADA AKUN INSTAGRAM @MAKANRECEH7**

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di

Pada Tanggal

Yang menyatakan,



Shafa Bella Rizqullah

**STRATEGI *CONTENT MARKETING* PROGRAM TV ‘MAKAN RECEH’
TRANS7 MELALUI MEDIA SOSIAL (ANALISIS ISI KUALITATIF PADA
AKUN INSTAGRAM @MAKANRECEH7)**

SHAF A BELLA RIZQULLAH

ABSTRAK

Perkembangan teknologi mendorong suatu program di Televisi melakukan promosi secara meluas dengan menggunakan media sosial agar program di Televisi tetap bertahan pada media penyiaran. Untuk mempertahankan suatu program di Televisi tersebut, perlu adanya strategi yakni menggunakan strategi komunikasi pemasaran konten (*content marketing*), yang mana strategi tersebut merupakan salah satu promosi yang dilakukan melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *content marketing* program TV ‘Makan Receh’ Trans7 melalui konten-konten media sosial akun Instagram @makanrekeh7. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah Metode Analisis Isi/Konten Kualitatif dengan pendekatan *Directed Content Analysis*. Temuan dari penelitian ini pada dimensi *content marketing* yang digunakan untuk menganalisis konten promosi pada akun media sosial Instagram @makanrekeh7 yakni konten promosi yang disajikan program Makan Receh merupakan suatu konten promosi yang informatif, sebab *host* selalu memaparkan secara detail informasi pada setiap episodenya. Selain itu, masih adanya interaksi yang terjalin antara *audience – audience* maupun *audience – brand* Makan Receh. Adapun, interaksi yang terjalin dari program Makan Receh terhadap *followers* nya masih terbilang kurang. Salah satu konten promosi program Makan Receh memiliki persamaan *selfconcept* yang terdapat pada salah satu *audience* dengan program kuliner ini. *Media Branding* yang dilakukan pada program Makan Receh sudah cukup efektif, meskipun program kuliner ini berdiri sejak satu setengah tahun lalu. Tetapi program ini masih harus terus berupaya agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Kata kunci: Konten Pemasaran, Merek Media, Industri Media, Makan Receh

**CONTENT MARKETING STRATEGY ‘MAKAN RECEH’ TRANS7 THROUGH
SOCIAL MEDIA (QUALITATIVE CONTENT ANALYSIS ON
@MAKANRECEH7)**

SHAF A BELLA RIZQULLAH

ABSTRACT

The development of technology encourages a program on television to promote widely by using social media to keep television programs in check. To maintain a program on the television, it will require content marketing strategies, which are one of the promotions promoted through social media. The study was to analyze trans7 based on the social media content. The research method used for the study is qualitative analysis of content/content with a directed content analysis. The findings of this study on the dimensions of content marketing used to analyze the content on @makanrekeh7's social media content that the promotional content presented by the "Makan Receh" program is an informative promotional content, as the hosts always leave detailed information on each episode. Furthermore, there is an interaction existing between readers-audience and walk-brand eating pennies. As for his followers, the inexhaustible interaction of the nickel-eating program can be short. One of the content of the promotion of the programmes eating dime has the selfconcept concept found in one of the audience with this culinary program. Branding done on the "Makan Receh" program is quite effective, although this culinary program stood a year and a half ago. But it still has to work to be better known to the general public.

Keywords : Content Marketing, Media Branding, Industri Media, Makan Receh

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
Tabel 2.3 Tabel Penelitian Sebelumnya.....	22
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR BAGAN.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Konsep yang Relevan.....	7
2.1.1 Bisnis dan Industri Media	7
2.1.2 Komunikasi Pemasaran dan Pemerekan Media (<i>Media Branding</i>)	9
2.1.3 Media Sosial dan Strategi Pemasaran Berbasis Konten (<i>Content Marketing</i>).....	11
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	14
Tabel 2.3 Tabel Penelitian Sebelumnya.....	22
2.4 Model Kerangka Pemikiran.....	35

BAB III.....	36
METODE PENELITIAN	36
3.1 Desain dan Pendekatan	36
3.2 Objek Penelitian	37
3.3 Pengumpulan Data.....	37
3.4 Analisis Data	38
3.5 Triangulasi Data	38
3.6 Operasional Konsep.....	40
BAB IV.....	44
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	44
4.1.1 Gambaran Trans7	44
4.1.2 Gambaran Program TV Makan Receh	47
4.1.3 Gambaran Akun Instagram @makanrecek7	48
4.2 Penyajian Data.....	50
4.2.1 Analisis Konten Promosi Program TV Makan Receh di Instagram @makanrecek7 terkait Functional Information	50
4.2.2 Analisis Konten Promosi Program TV Makan Receh di Instagram @makanrecek7 terkait Entertaining Information.....	82
4.2.3 Analisis Konten Promosi Program TV Makan Receh di Instagram @makanrecek7 terkait Social Interaction	90
4.2.4 Analisis Konten Promosi Program TV Makan Receh di Instagram @makanrecek7 terkait Brand Interaction	100
4.2.5 Analisis Konten Promosi Program TV Makan Receh di Instagram @makanrecek7 terkait Consumer’s Self Concept.....	110
4.3 Pembahasan dan Diskusi	115
4.3.1 Antara Strategi Konten Informatif dan Konten Interaktif	115

4.3.2 Implikasi Pemasaran Berbasis Konten pada Akun @makanrecek7 bagi <i>Media Branding</i> Program TV Makan Recek Trans7	120
BAB V	123
SIMPULAN DAN SARAN	123
5.1 Simpulan	123
5.2 Kendalan dan Keterbatasan	125
5.3 Saran-Saran	126
5.3.1 Saran Teoretis	126
5.3.2 Saran Metodologis	126
5.3.3 Saran Praktis	126
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN	131

DAFTAR TABEL

Tabel 2.3 Tabel Penelitian Sebelumnya 22

Tabel 3.6 Operasional Konsep..... 40

Tabel 4.1 Tabel Konten Promosi Pertama Dimensi Functional Information 51

Tabel 4.2 Tabel Konten Promosi Kedua Dimensi Functional Information 57

Tabel 4.3 Tabel Konten Promosi Ketiga Dimensi Functional Information 60

Tabel 4.4 Tabel Konten Promosi Keempat Dimensi Functional Information..... 64

Tabel 4.5 Tabel Konten Promosi Kelima Dimensi Functional Information 68

Tabel 4.6 Tabel Konten Promosi Pertama Dimensi Entertaining Information 82

Tabel 4.7 Tabel Konten Promosi Kedua Dimensi Entertaining Information..... 84

Tabel 4.8 Tabel Konten Promosi Pertama Dimensi Social Interaction 91

Tabel 4.9 Tabel Konten Promosi Kedua Dimensi Social Interaction 93

Tabel 4.10 Tabel Konten Promosi Pertama Dimensi Brand Interaction..... 100

Tabel 4.11 Tabel Konten Promosi Kedua Dimensi Brand Interaction 103

Tabel 4.12 Tabel Konten Promosi Pertama Dimensi Consumer’s Self Concept 110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pengguna Media Sosial 2021 3

Gambar 1.2 Logo Program Hiburan “Makan Receh” 4

Gambar 1.3 Profil Akun Instagram @makanrekeh7 4

Gambar 1.4 Akun Instagram @makanrekeh7 5

Gambar 4.1 Logo TV7 tahun 2001-2006 45

Gambar 4.2 Logo TRANS 7 tahun 2006-2013 45

Gambar 4.3 Logo TRANS 7 tahun 2013 – *Present* 46

Gambar 4.4 Logo Makan Receh 47

Gambar 4.5 Akun Resmi Instagram @makanrekeh7 48

DAFTAR BAGAN

2.1 Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian 35

DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Lampiran..... 131