

**STRATEGI KONTEN DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN
DIGITAL STARTUP MELALUI MEDIA SOSIAL
(Studi Kasus: Instagram Reel Edu Park)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1)
Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial**



Sisi Aliyah

1201003092

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

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA


2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Sisi Aliyah

NIM : 1201003092

Tanda Tangan : 

Tanggal : 24 Juli 2024




HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Sisi Aliyah
NIM : 1201003092
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi Konten dalam Komunikasi Pemasaran Digital
Startup Melalui Media Sosial (Studi Kasus: Instagram Reel Edu Park)

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 : Rr. Roosita Cindrakasih, SH, M.Ikom ()
Penguji 1 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si ()
Penguji 2 : Eli Jamilah Mihardja, Ph. D ()

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 28 Agustus 2024

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT. Karena berkat rahmat dan karuniannya. Peneliti dapat menyelesaikan penelitian proposal tugas akhir ini dengan judul "Strategi Konten dalam Komunikasi Pemasaran Digital melalui Media Sosial (Studi Kasus: Instagram Reel Edu Park)" dengan usaha yang dikerahkan semaksimal mungkin. Penyusunan proposal tugas akhir ini dibuat dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan perkuliahan, mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Pengalaman dan pembelajaran baru juga didapatkan selama penelitian ini. Oleh karena itu peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung peneliti hingga dapat pada tahap penyusunan laporan proposal tugas akhir ini selesai, di antaranya peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa.** Berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti mampu melaksanakan pembelajaran selama masa perkuliahan dan menyelesaikan pengerjaan tugas akhir ini sampai selesai.
2. **Keluarga.** Dengan dukungan, semangat, dan juga do'a yang diberikan Ibu, Bapak, Kakak, dan Oma. Sehingga peneliti mampu menjalani perkuliahan selama ini hingga di tahap pengerjaan dan dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
3. **Ms. Rr. Roosita Cindrakasih, SH, M.Ikom.** Selaku dosen pembimbing pada tugas akhir ini, yang telah membantu peneliti dalam menyusun laporan, memberikan masukan, arahan, hingga selalu menyemangati peneliti dalam menyelesaikan penelitian untuk tugas akhir ini.
4. **Ibu Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si.** Selaku dosen penguji I peneliti pada tugas akhir ini, terima kasih telah membantu dan mengarahkan peneliti semenjak pada seminar proposal skripsi penelitian tugas akhir.
5. **Ibu Eli Jamilah Mihardja, Ph. D.** Selaku dosen penguji II peneliti pada tugas akhir ini, terima kasih telah memberikan masukan, arahan, dan semangat kepada peneliti agar dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lebih baik.

6. **Informan Reel Edu Park.** Sebagai objek yang peneliti gunakan dalam penelitian kali ini. Tim internal dari Reel Edu Park telah membantu peneliti dengan memberikan izin, dan informasi-informasi lebih untuk penelitian ini. Terima kasih untuk selalu meluangkan waktu dan berbaik hati dalam menyampaikan informasi yang sangat membantu dalam proses penelitian kali ini.
7. **Aprilina Prastari, S.Sos., M.Si.** Selaku triangulator yang telah memvalidasi penelitian kali ini, mengenai strategi konten dalam komunikasi pemasaran digital melalui media sosial Reel Edu Park. Terima kasih telah meluangkan waktu dan memberikan ilmu baru kepada peneliti.
8. **Seluruh rekan-rekan terdekat peneliti.** Untuk rekan-rekan terdekat peneliti, yaitu Fachryan Aulya Arsyad. Terima kasih sudah selalu memberikan semangat dan juga bantuan selama proses penelitian tugas akhir ini. Tidak lupa juga untuk Dina, Tessa, Dyandra, Ara, Nadya, Cantika, dan Keysha yang selalu membantu, memberikan dukungan, dan semangat penuh terhadap peneliti selama masa perkuliahan hingga sampai pada saat penyusunan tugas akhir ini.
9. **Keluarga Universitas Bakrie.** Terima kasih kepada para dosen yang telah memberikan pelajaran dan ilmu berharga yang bermanfaat pada saat ini dan hingga seterusnya. Terima kasih juga kepada staff dan sivitas yang sudah membantu dalam pengurusan administrasi, keuangan, dan segala teknis lainnya selama masa perkuliahan. Sehingga, peneliti dapat sampai pada tahap penyelesaian pengerjaan tugas akhir skripsi ini.
10. **Sisi Aliyah.** Terima kasih untuk diri sendiri yang sudah berusaha dan selalu semangat untuk menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini dalam keadaan apapun. Keren!

Dari sekian banyak bantuan, bimbingan, dan dukungan dari para individu diatas membuat peneliti merasa sangat bersyukur dan mengucapkan terima kasih banyak.

Universitas Bakrie

Jakarta, 24 Juli 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Sisi Aliyah', written in a cursive style.

Penulis,
Sisi Aliyah
1201003092

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sisi Aliyah

NIM : 1201003092

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:

"Strategi Konten dalam Komunikasi Pemasaran Digital *Startup* Melalui Media Sosial (Studi Kasus: Instagram Reel Edu Park)"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap 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 : 24 Juli 2024

Yang menyatakan,



Sisi Aliyah

"Strategi Konten dalam Komunikasi Pemasaran Digital *Startup* Melalui Media Sosial (Studi Kasus: Instagram Reel Edu Park)"

SISI ALIYAH

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi konten dalam komunikasi pemasaran digital yang diterapkan oleh perusahaan startup Reel Edu Park melalui media sosial Instagram nya, serta untuk mengetahui alasan di balik penggunaan strategi tersebut. Reel Edu Park sebagai wadah edukasi di industri perfilman berupa pelatihan secara langsung ini, memanfaatkan berbagai fitur Instagram yang mereka gunakan dalam komunikasi pemasaran digital nya, seperti Feeds, Reels, dan Story untuk menarik perhatian dan meningkatkan minat target audiens. Dengan pendekatan soft selling dalam konten yang diunggah, Reel Edu Park tidak hanya mempromosikan jasa layanan pelatihannya tetapi juga berupaya untuk mengedukasi audiens mengenai industri perfilman. Melalui metode studi kasus dan pendekatan kualitatif, serta pengumpulan data yang melibatkan wawancara, observasi, dan dokumentasi, ditemukan bahwa strategi konten Reel Edu Park difokuskan pada pendistribusian konten yang informatif, inspiratif, dan dikemas secara menarik untuk meningkatkan rasa ingin tahu dan interaksi bersama audiens. Reel Edu Park memanfaatkan tahapan-tahapan strategi yang terstruktur sebelum membuat konten marketing di Instagram, memastikan bahwa setiap konten yang dibuat selaras dengan tujuan komunikasi pemasaran digital nya. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam penggunaan strategi konten yang tepat di platform media sosial tidak hanya dapat meningkatkan interaksi, tetapi juga memperkuat strategi konten Reel Edu Park dalam komunikasi pemasaran digital sebagai industri digital edukasi kreatif perfilman.

Kata Kunci: Konten Marketing, Strategi Konten, Komunikasi Pemasaran Digital, Startup, Media Sosial Instagram

"Content Strategy in Digital Marketing Communication for Startups Through Social Media (Case Study: Instagram Reel Edu Park)"

SISI ALIYAH

ABSTRACT

This research aims to analyze the content strategy in digital marketing communication implemented by the startup company Reel Edu Park through its social media platform, Instagram, and to understand the reasons behind the use of these strategies. Reel Edu Park, as an educational platform in the film industry offering hands-on workshops, leverages various Instagram features in its digital marketing communication, such as Feeds, Reels, and Stories, to attract attention and increase the interest of its target audience. Using a soft-selling approach in its posted content, Reel Edu Park not only promotes its workshop services but also strives to educate its audience about the film industry. Through a case study method and a qualitative approach, including data collection involving interviews, observations, and documentation, it was found that Reel Edu Park's content strategy focuses on distributing informative, inspirational, and engaging content to enhance curiosity and interaction with the audience. Reel Edu Park employs structured strategic stages before creating marketing content on Instagram, ensuring that each piece of content aligns with its digital marketing communication goals. The conclusion of this research shows that using the right content strategy on social media platforms can not only increase interaction but also strengthen Reel Edu Park's content strategy in digital marketing communication as a creative digital education platform in the film industry.

Keywords: Content Marketing, Content Strategy, Digital Marketing Communication, Startup, Social Media Instagram

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	12
1.4.1. Manfaat Teoritis	12
1.4.2. Manfaat Praktis	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Konsep yang Relevan	13

2.1.1 Komunikasi Pemasaran Digital	13
2.1.2 Konten Marketing.....	14
2.1.3 Media Sosial Instagram	18
2.2. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	20
2.3. Model Kerangka Pemikiran	27
BAB III.....	29
METODE PENELITIAN	29
3.1. Desain dan Pendekatan.....	29
3.2. Obyek dan/ atau Subyek.....	30
3.3. Pengumpulan Data	31
3.3.1 Observasi	31
3.3.2 Wawancara.....	32
3.3.3 Dokumentasi.....	33
3.4. Analisis Data	33
3.5. Triangulasi Data	34
3.6. Operasionalisasi Konsep/ Isu	35
BAB IV.....	40
HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Gambaran Konteks Penelitian.....	40
4.1.1 Profil Reel Edu Park.....	40
4.1.2 Visi dan Misi Reel Edu Park.....	41
4.1.3 Profil Informan	41
4.1.4 Subjek Triangulator	45
4.2. Penyajian Data.....	46
4.2.1 Strategi Konten Marketing.....	47
4.2.1.1 <i>Goal Setting</i>	47
4.2.1.2 <i>Audience Mapping</i>	49

4.2.1.3 <i>Content Ideation and Planning</i>	50
4.2.1.4 <i>Content Creation</i>	52
4.2.1.5 <i>Content Distribution</i>	53
4.2.1.6 <i>Content Amplification</i>	54
4.2.1.7 <i>Content Marketing Evaluation</i>	55
4.2.1.8 <i>Content Marketing Improvement</i>	56
4.2.2 Media Sosial Instagram	57
4.2.2.1 <i>Reels</i>	58
4.2.2.2 <i>Feeds</i>	60
4.2.2.3 <i>Story</i>	61
4.2.3 Strategi Pendahulu	64
4.3. Pembahasan dan Diskusi	66
4.3.1 Penerapan Strategi Penyusunan Konten Marketing Sebagai Komunikasi Pemasaran Digital	66
4.3.2 Pemanfaatan Platform Media Sosial dalam Membagikan Konten Melalui Instagram	73
BAB V	78
SIMPULAN DAN SARAN	78
5.1. Simpulan	78
5.2. Kendala dan Keterbatasan	79
5.3. Saran dan Implikasi	80
5.3.1. Saran Untuk Penelitian Berikutnya	80
5.3.2. Saran Untuk Industri	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah <i>Platform</i> Media Sosial yang Sering Digunakan, Januari 2024	3
Gambar 1. 2 Data Jumlah <i>Startup</i> Indonesia Menempati Urutan ke-6 di Dunia ..	5
Gambar 1. 3 Akun Instagram @reeledupark	7
Gambar 1. 4 Konten Instagram @reeledupark	8
Gambar 1. 5 Akun Instagram @youngfilmmakersbali	9
Gambar 1. 6 Akun Instagram @sineroom.....	10
Gambar 4. 1 Logo Reel Edu Park	40
Gambar 4. 2 Fadhlanti Sharief.....	42
Gambar 4. 3 Cantika Salsabila	43
Gambar 4. 4 Farsya Saffanah	43
Gambar 4. 5 Ananda Pricillia Anggraini	44
Gambar 4. 6 Princesa Wijaya	44
Gambar 4. 7 Fachryan Aulya Arsyad	45
Gambar 4. 8 Aprilina Prastari, S.Sos., M.Si.....	46
Gambar 4. 9 Instagram Reel Edu Park (<i>Viewers Reels</i>).....	59
Gambar 4. 10 Konten Instagram Feeds @reeledupark.....	60
Gambar 4. 11 <i>Highlight</i> IGS Instagram Reel Edu Park	62
Gambar 4. 12 Akun Instagram @reeledupark (peningkatan <i>followers</i>).....	64
Gambar 4. 13 Konten Instagram Reel Edu Park	68
Gambar 4. 14 Model Alur Strategi Penyusunan Konten Reel Edu Park.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 2. 2 Model Kerangka Pemikiran.....	28
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep/Isu	35