

**ANALISIS STRATEGI KONTEN INSTAGRAM DALAM
MENINGKATKAN *SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT* (STUDI
KASUS KONTEN EDUKASI PRA-NIKAH PADA INSTAGRAM
@JOFISAH.ID)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1) Ilmu
Komunikasi**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

Rahmi Aulia Putri

(1171003119)

**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 : Rahmi Aulia Putri

NIM : 1171003119

Tanda Tangan : 

Tanggal : 31 Agustus 2024


HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:


Nama : Rahmi Aulia Putri
NIM : 1171003119
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Strategi Konten Instagram Dalam
Meningkatkan *Social Media Engagement*
(Studi Kasus Konten Edukasi Pra-Nikah Pada
Instagram @Jofisah.Id)

Telah berhasil menyelesaikan revisi proposal tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam mengikuti sidang tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Aprilina Prastari, S.Sos., M.Si ()

Pembahas 1 : Ari Kurnia, S.Ikom., M.Ikom. ()

Pembahas 2 : Octaviniant Aspary, S.ikom., M.Si ()

Ditetapkan : di Jakarta

Tanggal : 31 Agustus 2024

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Strategi Konten Instagram dalam Meningkatkan *Social Media Engagement* (Studi Kasus Konten Edukasi Pra-Nikah Pada Instagram @Jofisah.id)**”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya, Universitas Bakrie. Penelitian ini telah memberikan penulis pengalaman dan wawasan baru mengenai strategi komunikasi digital, khususnya dalam konteks media sosial dan pendidikan Pra-Nikah.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan doa selama proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Atas segala rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa tanpa izin dan pertolongan dari Allah SWT, penyelesaian tugas ini tidak akan mungkin terlaksana

2. Keluarga Penulis

Terima kasih kepada kedua orang tua dan adik-adik (Nada, Cici, Ayu) atas doa dan dukungan yang diberikan, sehingga penulis dapat tetap semangat dan dapat terpacu untuk menyelesaikan skripsi ini. yang selalu ber do'a dan memberikan semangat kepada penulis agar terus belajar dan berjuang dalam melaksanakan apapun itu, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada keluarga besar, terutama kepada om, tante, kakak, dan adik, yang telah memberikan dukungan, baik secara moral maupun material, selama masa perkuliahan. Bantuan dan dorongan yang diberikan oleh keluarga besar sangat berarti bagi penulis, dan tanpa kontribusi mereka, pencapaian ini tidak akan mungkin terwujud.

3. Ibu Aprilina Prastari, S.Sos, M.Si

Terima kasih kepada Ibu April selaku dosen pembimbing skripsi, terima kasih atas bimbingan, kesabaran, dan arahan yang telah diberikan kepada penulis. Tanpa panduan dan saran Ibu, skripsi ini tidak akan tersusun dengan baik. Nasihat dan dukungan Ibu sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan tugas ini.

Proses penyelesaian skripsi ini bukanlah hal yang mudah, banyak tantangan yang harus penulis hadapi. Namun, Ibu April tidak pernah lelah memberikan semangat, serta sabar mengingatkan dan mengarahkan penulis, sehingga dapat terus berjuang dan kembali fokus pada tujuan. Penulis sangat bersyukur atas dedikasi dan ketulusan Ibu April dalam membimbing hingga skripsi ini dapat diselesaikan.

4. Dosen Penguji

Terima kasih kepada Miss Ari Kurnia, S.Ikom., M.Ikom dan Miss Octaviniant Aspary, S.ikom., M.Si selaku penguji, yang telah memberikan banyak masukan, saran, dan bantuan hingga akhirnya tugas akhir ini dapat selesai dengan baik. Terima kasih juga atas ilmu dan pengalaman yang diberikan selama masa kuliah penulis di Ilmu Komunikasi Bakrie.

5. Dosen-dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Terima kasih kepada seluruh dosen di Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama masa studi. Setiap ilmu yang telah diberikan menjadi landasan kuat bagi penulis dalam menyusun skripsi ini.

6. Teman-teman Ilmu Komunikasi

Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan di jurusan Ilmu Komunikasi, khususnya Komunal 2017, yang selalu memberikan dukungan, berbagi informasi, dan saling menyemangati satu sama lain selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.

7. Tim Jofisah.id

Terima kasih kepada seluruh tim dan pengelola akun Instagram @Jofisah.id, yang telah memberikan izin dan bantuan dalam pengumpulan data serta informasi yang sangat berharga bagi penelitian ini. Peran tim dalam menyebarkan konten edukasi pra-nikah telah memberikan inspirasi luar biasa bagi penulis.

8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu

Terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses penyusunan skripsi ini. Setiap kontribusi kalian sangat berarti bagi penulis.

Jakarta, 31 Agustus 2024

Penulis,



Rahmi Aulia Putri

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rahmi Aulia Putri

NIM : 1171003119

Program Studi : Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Perguruan Tinggi : Universitas Bakrie

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Akademi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah yang saya buat dengan judul :

“Analisis Strategi Konten Instagram dalam Meningkatkan *Social Media Engagement* (Studi Kasus Konten Edukasi Pra-Nikah Pada Instagram @Jofisah.id)”.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Akademi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 31 Agustus 2024



Rahmi Aulia Putri

Analisis Strategi Konten Instagram Dalam Meningkatkan *Social Media Engagement* (Studi Kasus Konten Edukasi Pra-Nikah Pada Instagram @Jofisah.id)

RAHMI AULIA PUTRI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi konten Instagram pada akun @Jofisah.id dalam meningkatkan *social media engagement*, dengan fokus pada konten edukasi pra-nikah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus, mengadopsi teori 4C dari Chris Heuer (*Context, Communication, Collaboration, Connection*) dan teori *social media engagement* dari Katie Paine. Analisis dilakukan terhadap tiga konten utama yang dipublikasikan selama November - Desember 2023, dipilih karena bertepatan dengan masa persiapan pernikahan yang intens di Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa @Jofisah.id berhasil meraih tingkat *social media engagement* yang tinggi melalui penerapan strategi konten yang relevan. Konten yang disajikan tidak hanya berhasil menarik perhatian pengikut (*lurking*), tetapi juga mendorong mereka untuk terlibat lebih aktif (*casual* dan *active engagement*), hingga menciptakan loyalitas yang lebih dalam (*committed* dan *loyalty*). Konten dengan pesan yang kuat serta relevansi yang tinggi dapat meningkatkan interaksi dan loyalitas pengikut. Penelitian ini mengungkapkan bahwa keberhasilan strategi konten @Jofisah.id terletak pada kemampuannya dalam menyampaikan pesan yang *relatable* dan konsisten dalam menyajikan konten, khususnya konten edukasi.

Kata Kunci: *Social Media Engagement*, Strategi Konten Instagram, Edukasi Pra-Nikah.

Analysis of Instagram Content Strategy in Enhancing Social Media Engagement (Case Study on Pre-Marital Education Content on Instagram @Jofisah.id)

RAHMI AULIA PUTRI

ABSTRACT

This study aims to analyze the Instagram content strategy of the @Jofisah.id account in enhancing social media engagement, focusing on pre-marital educational content. The study employs a descriptive qualitative approach with a case study method, adopting the 4C theory by Chris Heuer (Context, Communication, Collaboration, Connection) and the social media engagement theory by Katie Paine. The analysis is conducted on three main pieces of content published between November and December 2023, chosen for their alignment with the intensive wedding preparation period in Indonesia.

The findings reveal that @Jofisah.id successfully achieved high levels of social media engagement by implementing a relevant content strategy. The content not only managed to capture followers' attention (lurking) but also encouraged them to engage more actively (casual and active engagement), eventually fostering deeper loyalty (committed and loyalty). Content with a strong message and high relevance was shown to increase interaction and follower loyalty. This study concludes that the success of @Jofisah.id's content strategy lies in its ability to deliver relatable messages consistently, particularly in the context of educational content.

Keywords: *Social Media Engagement, Instagram Content Strategy, Pre-Marital Education.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
DEWAN PENGUJI.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Konsep yang Relevan.....	10
2.1.1 Media Sosial.....	10
2.1.2 Instagram.....	12
2.1.3 Analisis Konten.....	13
2.1.4 <i>Social Media Engagement</i>	17

2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	20
2.3 Model Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Desain dan Pendekatan	32
3.2 Objek dan Subjek	32
3.3 Pengumpulan Data	38
3.3.1 Data Primer	38
3.3.2 Data Sekunder	39
3.4 Analisis Data	39
3.1 Analisis Data	40
3.5 Triangulasi Data	41
3.6 Operasional Konsep atau Isu.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	54
4.1.1 Profile Jofisah	54
4.1.2 Visi dan Misi Akun @Jofisah.id.....	57
4.1.3 Logo Akun Instagram @jofisah.id.....	58
4.1.4 Media Sosial Instagram Jofisah.id	58
4.1.5 Profil Informan.....	59
4.2 Penyajian Data	62
4.2.1 Analisis Konten.....	62
4.2.2 Analisis Strategi Konten Berdasarkan 4C.....	71
4.2.3 <i>Social Media Engagement</i>	85
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	93
4.3.1 Analisis Strategi Konten Berdasarkan Teori 4C	93

4.3.2 Analisis <i>Social Media Engagement</i>	96
4.3.3 Keterkaitan Antara Konten dan <i>Engagement</i>	98
4.3.4 Peran Komunitas dan Kolaborasi dalam Membangun Loyalitas Pengikut (<i>Followers</i>).....	102
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	105
5.1 Simpulan	105
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	106
5.2.1 Kendala	106
5.2.2 Keterbatasan.....	107
5.3 Saran dan Implikasi.....	108
5.3.1 Saran Teoritis	108
5.3.2 Saran Praktis	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram @jofisah.id 5

Gambar 1. 2 Akun instagram @indonesiatanpapacaran 6

Gambar 3. 1 Instagram @jofisah.id 33

Gambar 3. 2 Data Pernikahan Kemenag Tahun 2022..... 33

Gambar 3. 3 Konten Edukasi Pra-Nikah Tanggal 7 November 2023 Instagram @jofisah.id 34

Gambar 3. 4 Konten Edukasi Pra-Nikah Tanggal 19 November 2023 Instagram @jofisah.id 34

Gambar 3. 5 Konten Edukasi Pra-Nikah Tanggal 29 Desember 2023 Instagram @jofisah.id 35

Gambar 4. 1 Konten Instagram @jofisah.id 54

Gambar 4. 2 Webinar Jofisah Talk @Jofisah.id 55

Gambar 4. 3 Tampilan Instagram @Jofisah.id 56

Gambar 4. 4 Komunitas Sobat Jofisah @Jofisah.id..... 56

Gambar 4. 5 Logo Akun Instagram @jofisah.id..... 58

Gambar 4. 6 Tampilan Instagram @jofisah.id..... 58

Gambar 4. 7 Ghina Aulia (Informan pertama)..... 59

Gambar 4. 8 Adelina Santika Azzahra (Informan Kedua)..... 60

Gambar 4. 9 Imam Hergyanto Kusuma (Informan Ketiga) 60

Gambar 4. 10 Hermansah (Informan Keempat)..... 61

Gambar 4. 11 Erina (Informan Kelima)..... 61

Gambar 4. 12 Konten Edukasi 7 Nivember 2023 @jofisah.id 64

Gambar 4. 13 Insight Konten Edukasi 7 November 2023 @jofisah.id..... 65

Gambar 4. 14 Komentar pada konten edukasi @jofisah.id 7 November 2023..... 66

Gambar 4. 15 Komentar pada konten edukasi @jofisah.id 7 November 2023..... 66

Gambar 4. 16 Konten Edukasi @jofisah.id 19 November 2023.....	67
Gambar 4. 17 Insight Konten Edukasi 19 November 2023 @jofisah.id	67
Gambar 4. 18 Komentar pada konten edukasi 19 November 2023 @jofisah.id...	68
Gambar 4. 19 Konten edukasi @jofisah.id tanggal 29 Desember 2023	69
Gambar 4. 20 Insight Konten Edukasi yang di posting pada 29 November 2023 @jofisah.id.....	70
Gambar 4. 21 Komentar pada konten edukasi@jofisah.id yang diupload pada 29 Desember 2023.....	71
Gambar 4. 22 3 Konten Edukasi @jofisah.id yang dianalisis.....	72
Gambar 4. 23 IG Story QnA Session dengan followers @Jofisah.id (sumber pendukung).....	74
Gambar 4. 24 3 Konten Edukasi @jofisah.id yang dianalisis.....	77
Gambar 4. 25 Tampilan feed & konten instagram @Jofisah.id.....	79
Gambar 4. 26 3 Konten Edukasi @jofisah.id yang dianalisis.....	80
Gambar 4. 27 Konten & event kolaborasi @Jofisah.id bersama Influencer Taqi Malik	83
Gambar 4. 28 Konten edukasi @jofisah.id	87
Gambar 4. 29 3 Konten Edukasi @jofisah.id yang dianalisis.....	93
Gambar 4. 30 3 Konten Edukasi @jofisah.id yang dianalisis.....	96
Gambar 4. 31 3 Konten Edukasi @jofisah.id yang dianalisis.....	98
Gambar 4. 32 Komunitas Sobat Jofisah @jofisah.id	103

DAFTAR TABEL

2. 1 Penelitian Sebelumnya	30
2. 2 Kerangka Pemikiran.....	31
3. 1 Operasional Konsep atau Isu.....	53