

**STRATEGI KONTEN DIGITAL INSTAGRAM
@cerah_indonesiaku UNTUK MENINGKATKAN *AWARENESS*
TENTANG PELUANG *GREEN JOBS***

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie**



DEWI SHINTA KARTIKA SARI

1221913018

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

2023

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 : Dewi Shinta Kartika Sari

NIM : 1221913018



Tanda Tangan :

Tanggal : 5 September 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama: Dewi Shinta Kartika Sari

NIM: 1221913018

Program Studi: Ilmu Komunikasi


Fakultas: Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi: Strategi Konten Digital Instagram @cerah_indonesiaku untuk Meningkatkan *Awareness* terhadap Peluang *Green Jobs*

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: Rizky Hafiz Chaniago


(.....)

Penguji 1: Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si


(.....)
05.08.2024

Penguji 2: Ken Ayuthaya Purnama, S.I.Kom., M.I.Kom


(.....)
05/08/2024

Ditetapkan di Tanggal 5. September 2024

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul: “Strategi Konten Digital Instagram @cerah_indonesiaku untuk Meningkatkan *Awareness* tentang Peluang Green Jobs.” Penyusunan Tugas Akhir ini dilakukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie.

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa terdapat kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan Tugas Akhir ini. Penulis berharap agar Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Dengan selesainya Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan motivasi dan masukan kepada penulis. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. **Keluarga.** Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh anggota keluarga yang selalu mendukung dalam berbagai aspek. Terima kasih atas doa dan dukungan yang diberikan untuk kelancaran penulis dalam menyusun Tugas Akhir.
2. **Bapak Rizky Hafiz Chaniago, Ph.D.,** selaku dosen pembimbing Tugas Akhir ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada Pak Rizky karena telah memberikan banyak masukan dan solusi terhadap Tugas Akhir ini. Terima kasih sudah selalu meluangkan waktu bimbingan sehingga penulis dapat berkonsultasi serta selalu memberi semangat agar penulis memberikan yang terbaik pada Tugas Akhir ini.
3. **Seluruh dosen di prodi Ilmu Komunikasi, staf akademik, dan seluruh sivitas akademika Universitas Bakrie** yang telah memberikan ilmu dan membantu jalannya perkuliahan penulis di Universitas Bakrie.
4. **Narasumber.** Terima kasih kepada Retno Ayuningtyas, Rohmad, Kim Aurora Oktavie, dan Galih Abra Aldaha yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi narasumber penelitian ini.

5. **Sahabat.** Terima kasih banyak penulis ucapkan kepada seluruh teman dan sahabat yang senantiasa memberikan dukungan dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Dewi Shinta Kartika Sari

NIM : 1221913018

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

Strategi Konten Digital Instagram @cerah_indonesiaku untuk Meningkatkan Awareness terhadap Peluang Green Jobs

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/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 : 5 September 2024

Yang menyatakan



(Dewi Shinta Kartika Sari)

**Strategi Konten Digital Instagram @cerah_indonesiaku untuk
Meningkatkan *Awareness* tentang Peluang *Green Jobs***

Dewi Shinta Kartika Sari 1221913018

ABSTRAK

Seiring dengan memburuknya krisis iklim yang memaksa negara-negara di dunia untuk bertransisi energi ke energi hijau, sektor pekerjaan akan mengalami pertumbuhan yang pesat. Untuk itu, penting bagi mahasiswa perguruan tinggi di Indonesia untuk memahami segala informasi tentang peluang pekerjaan hijau, karena mereka yang akan menjalani sektor pekerjaan ini. Penelitian berjudul “Strategi Konten Digital Instagram @cerah_indonesiaku untuk Meningkatkan *Awareness* tentang Peluang *Green Jobs*” memiliki tujuan untuk memahami bagaimana penerapan strategi yang diterapkan pada konten digital Instagram dapat membantu meningkatkan kesadaran mahasiswa tentang peluang pekerjaan hijau di Indonesia. Penelitian ini menggunakan *Framework 4C* milik Chris Heuer sebagai konsep utama yang terdiri dari empat elemen kunci: *Context*, *Communication*, *Collaboration*, dan *Connection*. Penelitian ini melibatkan analisis konten serta wawancara dengan pengikut, pembuat strategi, dan pembuat konten untuk mendapatkan data yang komprehensif. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa dari 4 elemen 4C, konten digital Instagram @cerah_indonesiaku telah menerapkan tiga elemen (*Context*, *Communication*, dan *Collaboration*) secara optimal dan dapat dirasakan serta dilihat oleh audiens sedangkan penerapan satu elemen lainnya, *Connection*, belum menghasilkan koneksi yang mendalam dengan audiens.

Kata Kunci: Konten, Media sosial, Kesadaran, Pekerjaan Hijau

Instagram Digital Content Strategy of @cerah_indonesiaku to Increase Awareness of Green Job Opportunities

Dewi Shinta Kartika Sari 1221913018

ABSTRACT

As the climate crisis worsens, forcing countries around the world to transition to green energy, the job sector is expected to experience rapid growth. Therefore, it is crucial for university students in Indonesia to understand all the information about green job opportunities, as they will be the ones to enter this sector. The study titled "Instagram Digital Content Strategy of @cerah_indonesiaku to Increase Awareness about Green Job Opportunities" aims to understand how the implementation of digital content strategies on Instagram can help raise students' awareness of green job opportunities in Indonesia. This research uses Chris Heuer's 4C Framework as the main concept, which consists of four key elements: Context, Communication, Collaboration, and Connection. The study involves content analysis and interviews with followers, strategy creators, and content creators to gather comprehensive data. The results of this study found that out of the 4C elements, the digital content of Instagram @cerah_indonesiaku has optimally implemented three elements (Context, Communication, and Collaboration) that can be perceived and seen by the audience. However, the fourth element, Connection, has yet to fully establish a deep and meaningful relationship with the audience, indicating an area for further development.

Keyword: Content, Social Media, Awareness, Green Jobs

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Konsep yang Relevan	12
2.1.1 Pemasaran Digital.....	12
2.1.2 Media Sosial	13
2.1.3 Konten	13
2.1.4 Teori New Media.....	15
2.1.5 <i>Framework</i> 4C Chris Heuer	16
2.1.6 Pekerjaan Hijau	17
2.1.7 <i>Awareness</i>	17
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	31

3.1 Metode Penelitian	31
3.2 Batasan Penelitian	32
3.3 Objek dan Subjek Penelitian	32
3.2.1 Objek Penelitian	32
3.2.2 Subjek Penelitian	33
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	34
3.3.1 Sumber Data	34
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5 Analisis Data	36
3.6 Triangulasi Data	37
3.7 Operasionalisasi Konsep	38
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Gambaran Umum Penelitian	42
4.1.1 Gambaran Umum Instagram @cerah_indonesiaku.....	42
4.1.2 Gambaran Umum Konten Pekerjaan Hijau oleh Instagram @cerah_indonesiaku	44
4.1.3 Profil Narasumber	46
4.2 Temuan Penelitian	47
4.2.1 Analisis Penggunaan Instagram sebagai Media Penyebaran Informasi Peluang Pekerjaan Hijau di Indonesia	47
4.2.2 Analisis Instagram CERAH sebagai sebagai Sumber Informasi Pekerjaan Hijau di Indonesia.....	53
4.2.3 Analisis Strategi Konten Instagram CERAH Menggunakan Framework 4C Chris Heuer	58
4.2.3.1. Konteks (<i>Context</i>).....	58
4.2.3.2. Komunikasi (<i>Communication</i>)	62
4.2.3.3. Kolaborasi (<i>Collaboration</i>)	67
4.2.3.4. Koneksi (<i>Connection</i>).....	72
4.2.4 Tantangan dan Saran untuk Melakukan Kampanye Peluang Pekerjaan Hijau di Instagram	76
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	85

5.3	Saran	85
5.3.1.	Saran untuk Penelitian Berikutnya	85
5.3.2.	Saran untuk Industri	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Instagram di Indonesia Februari 2024.....	2
Gambar 1.2 Hasil survei Yayasan Indonesia Cerah dan Suara Mahasiswa Universitas Indonesia, 2023	6
Gambar 1.4 Logo Yayasan Indonesia Cerah.....	8
Gambar 1.5 Profil Instagram Koaksi Indonesia	10
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	30
Gambar 4.1 Profil akun Instagram CERAH	43
Gambar 4.2 Cuplikan Survei.....	48
Gambar 4.3 Adrian Arditiar, M.I.Kom.	49
Gambar 4.4 Rohmad, Digital Strategist CERAH.....	50
Gambar 4.5 Retno Ayuningtyas, Green Energy and Economy Associate CERAH	51
Gambar 4.6 Pengguna Instagram di Indonesia Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin.....	53
Gambar 4.7 Kim Aurora Oktavie, Mahasiswa, followers @cerah_indonesiaku ..	55
Gambar 4. 8 Galih Abra Aldaha, Mahasiswa, followers @cerah_indonesiaku....	55
Gambar 4. 9 Konten Video Pendek CERAH tentang “Pilihan Karier di Sektor Hijau”	60
Gambar 4.10 Konten Kolaborasi CERAH X Komik Ga Jelas.....	61
Gambar 4.11 Konten “Tips Atasi Hambatan Mencari Pekerjaan Hijau”	64
Gambar 4.12 Insight Konten Kolaborasi CERAH X Komik Ga Jelas (Diunggah 10 September 2023)	70
Gambar 4.13 Insight Konten Kolaborasi CERAH X SUMA UI	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Alasan Utama Orang di Indonesia Menggunakan Internet (Tahun 2024).....	3
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	23
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	39
Tabel 4.1 Objek penelitian	44
Tabel 4.2 Profil Narasumber	47