

**ANALISIS PERSEPSI PENGIKUT GENERASI Z TERHADAP
KONTEN INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA AKUN
INSTAGRAM @VINDES.IG)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
sarjana Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh:

WIDYA OLIVIA SAGITA

1191003038

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

JAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini hasil milik saya sendiri dan sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar

Nama : Widya Olivia Sagita

NIM : 1191003038

Tanggal : 10 Agustus 2024

Tanda Tangan :



HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Widya Olivia Sagita
NIM : 1191003038
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Persepsi Pengikut Generasi Z
Terhadap Konten Instagram (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Vindes.ig)

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 Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ahmad Sadariskar, M. Si



Penguji I : Rizky Hafiz Chaniago, M.Phill., Ph.D



Penguji II : Dianingtyas Murtanti Putri, M. Si



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 10 Agustus 2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan banyak kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “Analisis Persepsi Pengikut Generasi Z Terhadap Konten Instagram (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Vindes.ig)” dengan sebaik mungkin. Penyusunan tugas akhir ini disusun dengan tujuan, yaitu sebagai syarat pemenuhan kelulusan bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi dan sudah menjadi kewajiban yang harus diselesaikan sebagai mahasiswa. Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih telah memberikan dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak dalam penyusunan tugas akhir hingga selesai, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis mendapatkan tempat magang yang terbaik. Dengan rahmat-Nya penulis juga dapat menyelesaikan tugas akhir dengan sebaik mungkin.

2. Mama, Papa, Abang, Adik

Terima kasih kepada Mama, Papa, Abang, dan Adik yang selalu mendukung penulis dengan memberikan dukungan, semangat dan juga pengertian sepenuh hati dari awal masa perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih sudah memberikan motivasi tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir. Semoga dengan mendapatkan gelar ini membuat Mama, Papa, Abang, dan Adik bangga dan mendoakan penulis menjadi sukses dan berguna bagi orang banyak.

3. Ahmad Sadariskar, M. Si.

Terima kasih kepada Pak Ahmad selaku dosen pembimbing skripsi penulis dalam melakukan pengerjaan skripsi dengan memberikan masukan, waktu dan selalu mendukung penulis sampai akhir proses pengerjaan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik, Penulis sangat terbantu dengan adanya bantuan ilmu yang sangat bermanfaat dari Pak Ahmad, sekali lagi terima kasih banyak atas semua kebaikan yang pak Ahmad berikan kepada penulis.

4. Rizky Hafiz Chaniago, M.Phill., Ph.D

Terima kasih kepada Pak Rizky selaku dosen penguji I. Terima kasih telah memberikan motivasi, membantu dan memberikan masukan yang sangat berharga dan bermanfaat bagi penulis agar menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik mungkin.

5. Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si

Terima kasih kepada Miss Dian selaku penguji II pada sidang akhir penulis. Terima kasih telah memberikan arahan, kritik dan saran yang membangun demi menyempurnakan penelitian ini dengan baik dan benar.

6. Informan Penelitian

Terima kasih kepada Keysha, Sisi, Bintang dan Bagas sebagai informan dalam penelitian ini dengan memberikan pandangan dan juga pendapat mengenai *Instagram @vindes.ig*, dengan bantuan kalian dapat memudahkan penulis mengerjakan penelitian ini hingga akhir.

7. Anggit dan Tika

Terima kasih kepada Anggit dan Tika selaku sahabat penulis yang selalu memberikan semua kebaikan kalian dari awal perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih sudah menjadi saksi penulis melewati lika – liku perkuliahan sampai akhirnya menyelesaikan tugas akhir, semoga persahabatan ini akan terus berjalan sampai tua nanti. Penulis sangat bangga memiliki sahabat seperti kalian. Terima kasih sudah mau berjuang bersama – sama, semoga kita semua dapat membanggakan kedua orang tua dan menjadi orang hebat di masa yang akan datang. *I love you guys!*

8. Paguyuban Cegil dan Kemana Hari Ini

Terima kasih kepada lala, Sellia, Roro, Safana, Ginan, Putra, Faris, Robi, Abin, Noufally, Daffa, Gorbon, Ari, Bagas, Sandro, Ray, dan Farid telah menjadi pendengar dan menemani penulis hingga saat ini. Terima kasih atas motivasi dan dukungan kalian sehingga penulis dapat menjalankan perkuliahan hingga saat ini. Perkuliahan ini tidak akan menyenangkan tanpa adanya kehadiran kalian, serta penulis banyak mendapatkan memori dan kenangan indah semasa kuliah. Terima kasih untuk semua

canda tawa kalian yang sudah mewarnai kehidupan semasa perkuliahan ini. Semoga pertemanan ini akan terus ada sampai waktu yang tidak ditentukan, sukses dan bahagia selalu untuk kita semua!

9. 1191001005

Terima kasih kepada anda sudah menjadi salah satu saksi perjuangan penulis melakukan penelitian tugas akhir ini hingga selesai. Terima kasih sudah menemani, mendengarkan semua keluhan penulis, memberikan motivasi, memberikan waktu dan masukan yang terbaik untuk penulis. Terima kasih atas semua kasih sayang yang anda berikan, semoga kebaikan anda juga akan menjadi timbal balik di kehidupan yang akan datang, semoga sehat dan bahagia selalu B!

10. Komunal 2019

Terima kasih kepada keluarga komunal 2019 dan teman – teman Marketing Komunikasi. Terima kasih atas solidaritas komunal 2019 dan sudah mewarnai masa – masa indah dunia perkuliahan penulis, dari awal hingga saat ini.

Jakarta, 10 Agustus 2024

Penulis,



Widya Olivia Sagita

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Widya Olivia Sagita
NIM : 1191003038
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Analisis Persepsi Pengikut Generasi Z Terhadap Konten Instagram (Studi Kasus Pada Akun Instagram @vindes.ig)

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

ANALISIS PERSEPSI PENGIKUT GENERASI Z TERHADAP KONTEN INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA AKUN INSTAGRAM @VINDES.IG)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** 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
Tanggal : 10 Agustus 2024

Yang Menyatakan,



Widya Olivia Sagita

Analisis Persepsi Pengikut Generasi Z Terhadap Konten Instagram (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Vindes.Ig)

WIDYA OLIVIA SAGITA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana pengikut Generasi Z memandang akun Instagram @vindes.ig. Dengan menerapkan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif, studi ini menemukan bahwa Generasi Z sangat menghargai konten yang tidak hanya menghibur tetapi juga memberikan informasi dan edukasi. Mereka menganggap konten dari akun ini selalu terkini, inovatif, dan mampu memotivasi serta menginspirasi, terutama bagi mereka yang berada di industri kreatif. Persepsi positif ini juga dipengaruhi oleh kemampuan akun untuk mengikuti tren terbaru dan menyajikan konten dengan cara yang konsisten dan autentik.

Kata Kunci : Generasi Z, Persepsi, Instagram @vindes.ig, Menghibur

Analysis of Generation Z Followers' Perceptions of Instagram Content (Case Study on the Instagram Account @Vindes.Ig)

WIDYA OLIVIA SAGITA

ABSTRACT

This study aims to explore how Generation Z perceives the Instagram account @vindes.ig. Using a qualitative approach and descriptive method, the research reveals that Generation Z highly values content that is not only entertaining but also informative and educational. They see the content from this account as always current, innovative, and capable of motivating and inspiring, especially for those in the creative industry. This positive perception is also influenced by the account's ability to keep up with the latest trends and present content in a consistent and authentic manner.

Keywords : Generation Z, Perception, Instagram @vindes.ig, Entertaining

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Konsep yang Relevan	7
2.1.1 <i>Content Marketing</i>	7
2.1.2 Persepsi	9
2.1.3 Perhatian (<i>Attention</i>)	11
2.1.4 Media Sosial.....	12
2.1.4.1 Instagram.....	13
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	16
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain dan Pendekatan.....	26
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	27
3.3 Pengumpulan Data.....	27
3.3.1 Sumber Data.....	27
3.3.1.1 Sumber Data Primer	27

3.3.1.2 Sumber Data Sekunder	28
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	28
3.3.2.1 Wawancara	28
3.3.2.2 Dokumentasi.....	29
3.3.3 Profil Informan.....	30
3.4 Teknik Analisis Data	32
3.5 Triangulasi Data	34
3.6 Operasionalisasi Konsep.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	36
4.2 Penyajian Data	36
4.2.1 Faktor Penarik Perhatian Pembentuk Persepsi.....	36
4.2.1.1 Faktor Eksternal & Internal	36
4.2.2 <i>Content Marketing Strategy</i>	42
4.2.2.1 <i>Render Cognition</i>	43
4.2.2.2 <i>Sharing Motivation</i>	46
4.2.2.3 <i>Persuasion</i>	48
4.2.2.4 <i>Decision Making</i>	51
4.2.2.5 <i>Factors</i>	53
4.3 Pembahasan dan Diskusi	55
4.3.1 Pembentukan persepsi terhadap konten yang diproduksi oleh Instagram @vindex.ig oleh Generasi Z	55
4.3.2 Kefefektivitasan metode content marketing strategy diterapkan oleh Instagram @vindex.ig.....	57
BAB V KESIMPULAN & SARAN	59
5.1 Simpulan.....	59
5.2 Kendala dan Keterbatasan	59
5.3 Saran dan Implikasi	60
5.3.1 Saran Teoritis	60
5.3.2 Saran Praktis	60
DAFTAR PUSTAKA	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Essential Digital Headline.....	1
Gambar 1.2 Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan.....	2
Gambar 1.3 Profil dan Konten Instagram @vindes.ig.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 3.1 Informan Pertama, Bagas Arya Indaru.....	30
Gambar 3.2 Informan Kedua, Sisi Aliyah.....	30
Gambar 3.3 Informan Ketiga, Keysha Oxana Sendha.....	31
Gambar 3.4 Informan Keempat, Bintang Widy Kurnia.....	31
Gambar 3.5 Triangulator Penelitian, Dessy Kania.....	32

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	20
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep/Isu.....	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Wawancara Infoeman 1	63
Lampiran 2. Wawancara Informan 2	68
Lampiran 3. Wawancara Informan 3	73
Lampiran 4. Wawancara Informan 4	78
Lampiran 5. Wawancara Triangulator 2	83
Lampiran 6. Hasil Dokumentasi	88