

**STRATEGI KONTEN MEDIA SOSIAL X @beljarlagiHQ
DALAM UPAYA PROMOSI EDUKASI
DIGITAL MARKETING**

SKRIPSI

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Sarjana Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial**



LUKMAN RIFAI

1211713024


**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 benar.

Nama : **Lukman Rifai**
NIM : **1211713024**
Tanda Tangan : 
Tanggal : **3 Januari 2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh

Nama : Lukman Rifai
NIM : 1211713024
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi Konten Media Sosial X
@beljarlagiHQ dalam Upaya Promosi
Edukasi Digital Marketing

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Fahmi Anwar, S.I.Kom., M.I.Kom.



Pembahas 1 : Adek Risma Dedees, S.S., M.A., M.A



Pembahas 2 : Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si



20 02, 2025

Ditetapkan di

Jakarta, 20 Februari 2025

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan karya ilmiah. Karya ilmiah ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT

Atas berkat dan karunia-Nya membuat pada akhirnya penulis dapat melakukan penyusunan Tugas Akhir ini. Dengan segala kebaikan dan rahmatnya-Nya penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini bersamaan dengan kegiatan bekerja.

2. Bapak, Ibu, Bela dan Lucky

Terima kasih kepada keluarga yang selalu mendukung segala keputusan dan memberikan banyak rasa kasih dan sayang selama mengerjakan karya ilmiah ini.

3. Fahmi Anwar, S.I.Kom., M.I.Kom.

Penulis berterima kasih kepada dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan motivasi, dan saran selama proses penyusunan karya ilmiah.

4. Teman-Teman Penulis

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada teman-teman satu angkatan Universitas Bakrie Ilmu Komunikasi Kelas Karyawan 2021. Yang telah sama-sama menempuh pendidikan selama ini di Universitas Bakrie. Meskipun pada akhirnya tidak melaksanakan kelulusan bersama, namun besar harapan untuk tetap bisa berkomunikasi dan menjalin koneksi selepas masa perkuliahan.

5. Para Dosen Universitas Bakrie

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen-dosen Universitas Bakrie khususnya Prodi Ilmu Komunikasi. Tidak hanya teman satu angkatan, namun perkenalan dengan berbagai dosen juga penulis rasa menjadi sesuatu hal yang patut disyukuri. Terima kasih Bu Dian Putri, Bu Adek Risma, Bu Elli, Pak Achmad Assegaf, Bu Ari Kurnia, Bu Ajenk dan Pak Fahmi Anwar tentunya, serta dosen-dosen lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas ilmu yang sudah dibagikan, dan lain hal yang akan selalu ada dalam *core memory* penulis.

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Lukman Rifai
NIM : 1211713024
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-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Strategi Konten Media Sosial X @beljarlagiHQ dalam Upaya Promosi Edukasi Digital Marketing

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, 21 Februari 2025

Yang menyatakan,



(Lukman Rifai)

**STRATEGI KONTEN MEDIA SOSIAL X @belajarlagiHQ
DALAM UPAYA PROMOSI EDUKASI
DIGITAL MARKETING**

Lukman Rifai

ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi dan media sosial telah mengubah metode pemasaran digital, termasuk melalui media sosial X. Penelitian ini berfokus pada strategi konten akun X @belajarlagiHQ dalam kegiatan promosi pembelajaran digital marketing berdasarkan model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share). Model ini menganalisis bagaimana konten menarik perhatian, membangun ketertarikan, menyebabkan pencarian informasi, mempengaruhi keputusan tindakan, dan mendorong keterlibatan audiens dalam berbagi konten.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penelitian kualitatif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan manajer akun, CEO PT Belajar Sepanjang Hayat, dan pengguna akun @belajarlagiHQ. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi konten yang digunakan mementingkan pemantauan tren, penggabungan storytelling, dan pendekatan komunitas untuk memacu interaksi antara audiens. Dari hasil analisis model AISAS, diketahui bahwa keberhasilan strategi ini bergantung pada seberapa menariknya konten yang disampaikan kepada audiens, seberapa konsistennya pesan yang disampaikan, seberapa interaktifnya komunikasi dua arah, dan seberapa khasnya informasi yang disampaikan.

Dengan berevolusinya pemasaran digital, penelitian ini menegaskan bahwa strategi konten yang terencana dan berbasis model perilaku konsumen seperti AISAS dapat meningkatkan efektivitas promosi di media sosial. Oleh karena itu, sangat penting bagi para pemasar digital untuk memahami dinamika keterlibatan audiens dan konten yang canggih untuk meningkatkan daya tarik dan keefektifannya dalam menghasilkan pengakuan dan partisipasi audiens.

Kata Kunci : Media Sosial X, *Digital Marketing*, *Startegy Content*, Promosi Edukasi.

**STRATEGI KONTEN MEDIA SOSIAL X @beljarlagiHQ
DALAM UPAYA PROMOSI EDUKASI
DIGITAL MARKETING**

Lukman Rifai

ABSTRACT

The development of communication technology and social media has changed digital marketing methods, including through X social media. This research focuses on the content strategy of X @beljarlagiHQ account in digital marketing learning promotion activities based on the AISAS model (Attention, Interest, Search, Action, Share). This model analyzes how content attracts attention, builds interest, causes information search, influences action decisions, and encourages audience engagement in sharing content.

This research was conducted using qualitative research with a case study design. Data was collected through in-depth interviews with the account manager, CEO of PT Belajar Sepanjang Hayat, and users of the @beljarlagiHQ account. The results show that the content strategy used is concerned with monitoring trends, incorporating storytelling, and a community approach to spur interaction between audiences. From the analysis of the AISAS model, it is known that the success of this strategy depends on how interesting the content delivered to the audience is, how consistent the message is delivered, how interactive the two-way communication is, and how distinctive the information delivered is.

As digital marketing evolves, this research confirms that a well-planned content strategy based on consumer behavior models such as AISAS can increase the effectiveness of social media promotions. Therefore, it is imperative for digital marketers to understand the dynamics of audience engagement and sophisticated content to increase its appeal and effectiveness in generating audience recognition and participation.

Keywords: Social Media X, Digital Marketing, Content Strategy, Education Promotion.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Konsep Yang Relevan.....	11
2.1.1 Media Sosial sebagai Platform Komunikasi Digital dan Pemasaran	11
2.1.2 Strategi Konten Media Sosial X	13
2.1.3 Upaya Promosi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Model AISAS.....	18
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	23
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III.....	26
METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Desain dan Pendekatan.....	26
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	27
3.3 Pengumpulan Data.....	31
3.3.1 Wawancara Mendalam	31
3.4 Analisis Data	34
3.5 Triangulasi Data	35
3.6 Operasional Konsep	37
BAB IV	38
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	38
4.1.1 Gambaran Umum PT Belajar Sepanjang Hayat.....	38

4.2	Penyajian Data	45
4.2.1	Strategi Konten Media Sosial X @beljarlagiHQ dalam Upaya Promosi Edukasi Digital Marketing	45
4.2.2	Upaya Promosi @beljarlagiHQ dalam Pendekatan Model Pemasaran AISAS	55
4.3	Hasil Pembahasan dan Diskusi	64
4.3.1	Implementasi Strategi Konten Media Sosial X @beljarlagiHQ	64
4.3.2	Konten Storytelling dalam Implementasi Strategi Konten Media Sosial X @beljarlagiHQ	66
4.3.3	Upaya Promosi Edukasi Digital Marketing @beljarlagiHQ dalam Pendekatan Model Pemasaran AISAS	70
4.3.4	Word of Mouth sebagai Upaya Promosi Edukasi Digital Marketing @beljarlagiHQ dalam Pendekatan Model Pemasaran AISAS	72
BAB V		75
SIMPULAN DAN SARAN		75
5.1	Simpulan	75
5.2	Kendala dan Keterbatasan	80
5.2.1	Kendala	81
5.2.2	Keterbatasan	81
5.3	Saran dan Implikasi	81
5.3.1	Saran untuk Penelitian Berikutnya	81
5.3.2	Saran Untuk Industri/ Lembaga/ Subyek	83
DAFTAR PUSTAKA		84
LAMPIRAN		87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara Pengguna X terbanyak April 2024	2
Gambar 1.2 X @txtdrdigital – Bacoting Digital Marketing	3
Gambar 1.3 X MySkill – Si Paling Belajar	4
Gambar 1.4 X PT Belajar Sepanjang Hayat	5
Gambar 1.5 Konten Media Sosial X PT Belajar Sepanjang Hayat.....	6
Gambar 1.6 Konten Media Sosial PT Belajar Sepanjang Hayat	7
Gambar 2.1 X PT Belajar Sepanjang Hayat	26
Gambar 4.1 Kelas Gratis #GratisinBelajar	40
Gambar 4.2 Gerakan Gratis Belajar Dari @GratisinBelajar	41
Gambar 4.3 Komentar Adjie terhadap Kelas Gratis	41
Gambar 4.4 Kelas Pertama @belajarlagiHQ.....	42
Gambar 4.5 Cohort 18 Kelas FSDM @belajarlagiHQ.....	43
Gambar 4.6 Animo Netizen X dalam Cohort 18 FSDM @belajarlagiHQ	43
Gambar 4.7 Testimoni organik kelas daring @belajarlagiHQ	44
Gambar 4.8 Testimoni organik kelas daring @belajarlagiHQ	44
Gambar 4.9 Testimoni organik kelas daring @belajarlagiHQ	45
Gambar 4.10 Testimoni organik kelas daring @belajarlagiHQ	45
Gambar 4.11 Konten Terry Palmer @belajarlagiHQ.....	46
Gambar 4.12 Konten Terry Palmer @belajarlagiHQ.....	47
Gambar 4.13 Konten TipTop @belajarlagiHQ	47
Gambar 4.14 Konten TipTop @belajarlagiHQ	48
Gambar 4.15 Konten POLO @belajarlagiHQ.....	48
Gambar 4.16 Konten POLO @belajarlagiHQ.....	49
Gambar 4.17 Logo PT Belajar Sepanjang Hayat	49
Gambar 4.18 Sertifikat PT Belajar Sepanjang Hayat.....	50
Gambar 4.19 Kegiatan B2B PT Belajar Sepanjang Hayat	52
Gambar 4.20 Konten @belajarlagiHQ Superindo x Gelael.....	56
Gambar 4.21 Konten promosi @belajarlagiHQ	57
Gambar 4.22 Konten Personal Development @belajarlagiHQ.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Tabel Operasional Konsep	38