

STRATEGI PERENCANAAN KONTEN PERHELATAN ANUGERAH MUSIK

INDONESIA (AMI) AWARDS 2024

(STUDI KASUS AKUN INSTAGRAM @amiawards)

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi**



Muamar Safrit Racdhical Marsaoly

1181003186

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Muamar Safrit Racdhical Marsaoly

Nim : 1181003186

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'R. Safrit', enclosed within a faint, irregular white outline.

Tanggal : 14 Agustus 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Muamar Safrit Racdhical Marsaoly
NIM : 1181003186
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Tugas Akhir : Strategi Produksi Multimedia Perhelatan
Anugerah Musik Indonesia (AMI) Awards 2024
(Studi Kasus Akun Instagram @amiawards)

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 : Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.SI.

()

Penguji : Ari Kurnia, S.Ikom, M.Ikom

()

Penguji :

()

Ditetapkan di :

Tanggal :

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Mama, Papa dan keluarga tercinta, yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi yang tiada henti kepada penulis.
2. Kepada Ibu Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.S.I. Selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran yang sangat berharga selama penulisan skripsi ini.
3. Kepada para penguji, selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.
4. Kepada Ibu Suharyanti M.S.M. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan berbagai fasilitas dan dukungan selama penulis menjalani studi.
5. Kepada seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2028 yang menjadi teman seperjuangan yang selalu memberikan dukungan untuk bisa menyelesaikan masa studi dengan tepat waktu.
6. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam bentuk apa pun selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

Jakarta, 14 Agustus 2025



Muamar Safrit Racdhical Marsaoly

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Muamar Safrit Racdhical Marsaoly

NIM : 1181003186

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 Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Fee Rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Strategi Perencanaan Konten Perhelatan Anugerah Musik Indonesia (AMI) Awards 2024 (Studi Kasus Akun Instagram Ami Awards @Amiawards)”

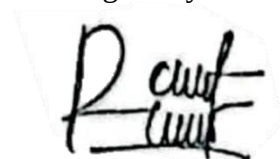
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 14 Agustus 2025

Yang Menyatakan



Muamar Safrit Racdhical Marsaoly

**Strategi Perencanaan Konten Perhelatan Anugerah Musik Indonesia (AMI)
Awards 2024**

(Studi Kasus Akun Instagram @Amiawards)

Muamar Safrit Racdhical Marsaoly

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti tentang AMI Awards yang menggunakan Sosialoka.id selaku media partner melakukan berbagai bentuk promosi untuk kesuksesan perhelatan ajang AMI Awards 2024. Strategi yang diterapkan sosialoka.id dalam perencanaan konten sebagai media promosi memiliki peran yang penting, mengingat skala dari ajang AMI Awards yang merupakan penghargaan musik tertinggi di Indonesia, maka strategi perencanaan konten harus mencakup audiens yang luas. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis Strategi Perencanaan Konten Perhelatan Anugerah Musik Indonesia (Ami) Awards 2024. Metode penelitian menggunakan kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan wawancara oleh pihak AMI Awards dan Sosialoka. Hasil penelitian ini adalah secara keseluruhan, strategi perencanaan konten yang diterapkan AMI Awards 2024 di Instagram telah memiliki perencanaannya yang sesuai dengan integritas tujuan, pemahaman audiens, kreativitas ide, kualitas produksi, distribusi yang tepat, kolaborasi amplifikasi, evaluasi performa, dan upaya peningkatan berkelanjutan. Pendekatan ini berkontribusi pada tingginya keterlibatan audiens dan memperkuat citra AMI Awards sebagai ajang penghargaan musik bergengsi di Indonesia

Kata Kunci: Komunikasi Multimedia, Perencanaan Konten Media Sosial

***Content Planning Strategy for the Anugerah Musik Indonesia (AMI) Awards 2024
(Case Study on the Instagram Account @amiawards)***

Muamar Safrit Racdhical Marsaoly

ABSTRACT

This research examines the AMI Awards, which collaborated with Sosialoka.id as a media partner to carry out various forms of promotion for the success of the 2024 AMI Awards event. The strategies implemented by Sosialoka.id in content planning as a promotional medium play an important role, considering the scale of the AMI Awards as the highest music award in Indonesia. Therefore, the content planning strategy must encompass a wide audience. The purpose of this research is to analyze the Content Planning Strategy for the Indonesian Music Awards (AMI Awards) 2024. The research method used is qualitative, with data collected through interviews with representatives from AMI Awards and Sosialoka. The results of this study show that, overall, the content planning strategy applied by the AMI Awards 2024 on Instagram has been aligned with the integrity of its objectives, audience understanding, idea creativity, production quality, appropriate distribution, amplification collaboration, performance evaluation, and continuous improvement efforts. This approach has contributed to high audience engagement and strengthened the image of the AMI Awards as a prestigious music award event in Indonesia.

Keywords: Multimedia Communication, Social Media Content Planning

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN PROPOSAL SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktisi	9
BAB II	11
TUJUAN PUSTAKA	11
2.1 Konsep yang Relevan	11
2.1.1 Komunikasi Multimedia.....	11
2.1.2 Perencanaan Konten Media Sosial.....	13
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	15
2.3 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran	26
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN	27
3.1 Desain dan Pendekatan	27
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	27
3.2.1 Objek Penelitian.....	27

3.2.2 Subjek Penelitian.....	29
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.3.1 Data Primer.....	29
3.3.2 Data Sekunder.....	31
3.3.3 Daftar Informan	32
3.4 Teknik Analisis Data	32
3.5 Triangulasi Data	35
3.6 Operasionalisasi Konsep	36
3.7 Keterbatasan Penelitian.....	37
BAB IV	38
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	38
4.1.1 AMI Awards.....	38
4.1.2 Profile Informan	39
4.2 Penyajian Data.....	39
4.2.1 Strategi Perencanaan Konten Berdasarkan Dimensi Penetapan Tujuan.....	39
4.2.2 Strategi Perencanaan Konten Berdasarkan Dimensi Pemetaan Konsumen	40
4.2.3 Strategi Perencanaan Konten Berdasarkan Dimensi Ide dan Perencanaan Konten	42
4.2.4 Strategi Perencanaan Konten Berdasarkan Dimensi Produksi Konten	44
4.2.5 Strategi Perencanaan Konten Berdasarkan Dimensi Distribusi Konten.....	46
4.2.6 Strategi Perencanaan Konten Berdasarkan Dimensi Amplifikasi Konten..	48
4.2.7 Strategi Perencanaan Konten Berdasarkan Dimensi Evaluasi Pemasaran Konten	49
4.2.8 Strategi Perencanaan Konten Berdasarkan Dimensi Peningkatan Pemasaran Konten	51
4.3 Pembahasan dan Diskusi	52
4.3.1 Analisis Penetapan Tujuan dalam Strategi Perencanaan Konten AMI Awards 2024.....	52
4.3.2 Analisis Pemetaan Konsumen dan Segmentasi Audiens	54
4.3.3 Analisis Ide dan Perencanaan Konten di Media Sosial	55
4.3.4 Analisis Produksi Konten Multimedia Pra, Saat, dan Pasca Acara.....	56
4.3.5 Analisis Strategi Distribusi Konten di Platform Media Sosial.....	57
4.3.6 Analisis Upaya Amplifikasi Konten dan Kolaborasi Influencer	58
4.3.7 Analisis Evaluasi Keberhasilan Strategi Konten.....	59

4.3.8 Analisis Peningkatan dan Inovasi Produksi Konten di Masa Depan.....	60
BAB V	62
KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	63
5.3 Saran dan Implikasi	64
5.3.1 Saran Akademis.....	64
5.3.2 Saran Praktis.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Daftar Informan	32
Tabel 3. 2 Operasional Konsep	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 3.1 Screenshot Konten Instagram Ami Awards	28
Gambar 4.1 Logo AMI Awards.....	38