

**IMPLEMENTASI THE CIRCULAR MODEL OF SOME DALAM
PERSPEKTIF PENGIKUT INSTAGRAM @RUBICOMMUNITY
UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT***

SKRIPSI



Disusun oleh:

Handaru Marisa Hayyu Putri

19.96.1501

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

**IMPLEMENTASI THE CIRCULAR MODEL OF SOME DALAM
PERSPEKTIF PENGIKUT INSTAGRAM @RUBICOMMUNITY
UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Handaru Marisa Hayyu Putri

19.96.1501

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI THE CIRCULAR MODEL OF SOME
DALAM PERSPEKTIF PENGIKUT INSTAGRAM @RUBICOMMUNITY
UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT***

yang disiapkan dan disusun oleh

Handaru Marisa Hayyu Putri
19.96.1501

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 03 April 2023

Dosen Pembimbing,



Riska Durnastuti, M.A.
NIK. 190302475

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

IMPLEMENTASI THE CIRCULAR MODEL OF SOME
DALAM PERSPEKTIF PENGIKUT INSTAGRAM @RUBICOMMUNITY
UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT*

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Handaru Marisa Hayyu Putri
19.96.1501

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 03 April 2023

Nama Penguji

Riski Damastuti, M.A
NIK. 190302475

Nurfian Yudhistira, M.A
NIK. 190302435

Alvian Alrasid Ajibulloh, M.I.Kom
NIK. 190302486

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
03 April 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK. 19302125

n

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi mana pun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 26 Februari 2023



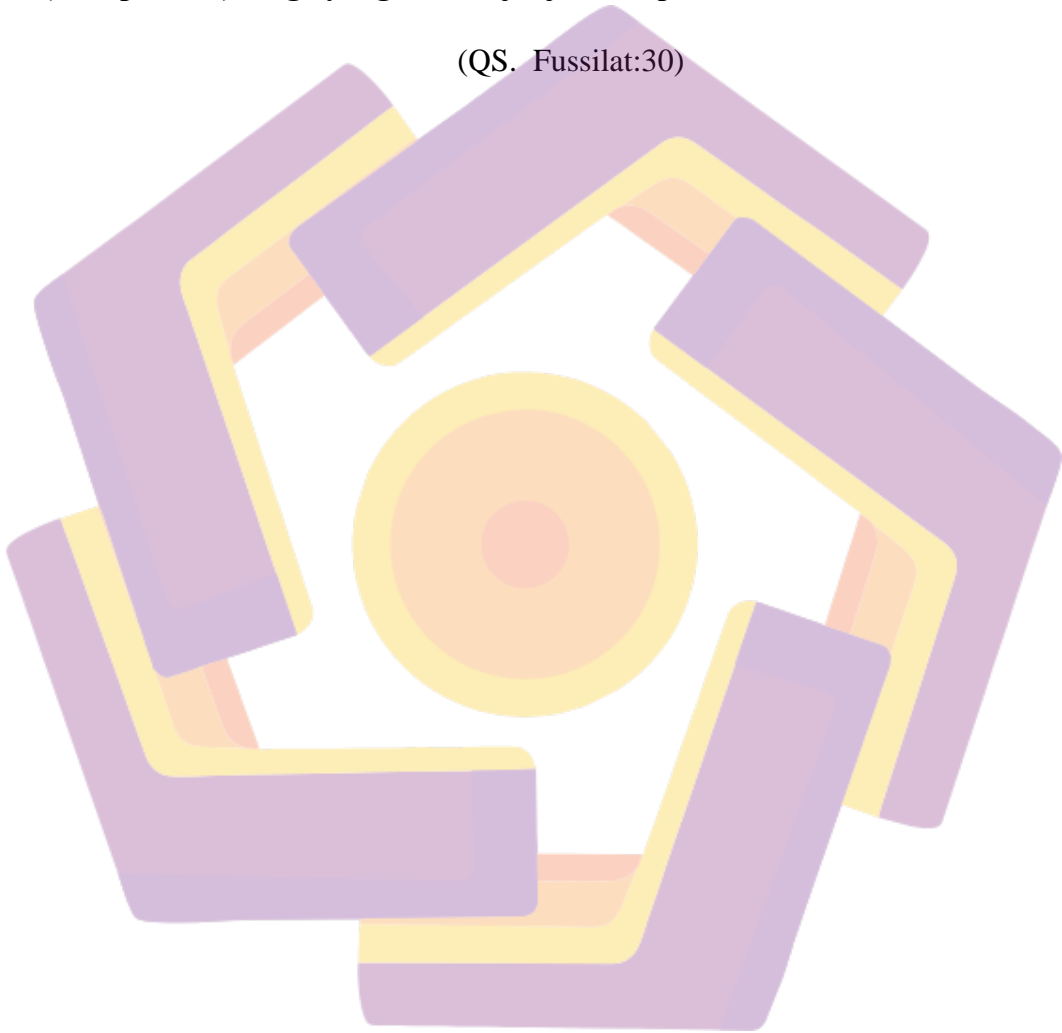
Bandaru Marisa Hayyu Putri

19.96.1501

MOTTO

Sesungguhnya orang-orang yang berkata, **“Tuhan kami adalah Allah”** kemudian mereka meneguhkan pendirian mereka, maka malaikat-malaikat akan turun kepada mereka (dengan berkata), **“Janganlah kamu merasa takut dan janganlah kamu bersedih hati; dan bergembiralah kamu dengan (memperoleh) surga yang telah dijanjikan kepadamu.”**

(QS. Fussilat:30)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, atas berkat rahmat dan hidayah Allah SWT, saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Karya tulis ini saya persembahkan untuk:

Kedua Orang Tua tersayang papa “RM. Triyanto” dan mama “Rini Sugiarti” serta kakak tersayang Arcci Prabaswara.

Almamater Tercinta Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.

Keluarga Besar Ilmu Komunikasi
Khususnya Angkatan 2019
Universitas Amikom Yogyakarta.

Terimakasih atas semua doa dan dukungan yang selalu kalian berikan.

Kupersembahkan karya ini untuk orang-orang yang kucintai.

Dengan ketulusan hati,

Handaru Marisa

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi The Circular Model Of Some Dalam Perspektif Pengikut Instagram @Rubicomunity Untuk Meningkatkan Engagement” dengan baik dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Penulis berharap dengan membahas topik ini dapat bermanfaat serta menambah pengetahuan bagi para pembaca dalam penerapan di kehidupan.

Adanya penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penulis telah menyelesaikan penelitian, pada proses penyusunan karya ilmiah ini penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S. Kom, M. Eng selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Riski Damastuti, M.A. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan arahan, saran, dan masukan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf pengajar program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta.
6. Sahabat penulis, yaitu Esti Sugestiyani, Ratu Dhea, Ike Sembiring, Angraeni, Akmal, dan Anam. Beruntung sekali memiliki teman supportif yang memiliki semangat tinggi seperti kalian.
7. Oktaviani Tri Jumiartini yang selalu meluangkan waktu untuk bercerita dan juga memberikan semangat untuk segala hal.

8. Untuk sahabat SMP saya, Atika, Bila, Safira, Savhira, Ikhsan, dan Ghazi yang selalu meluangkan waktunya untuk penulis.
9. Seluruh teman-teman 19IK08 Universitas Amikom Yogyakarta, terimakasih atas diskusi, saran dan kerjasamanya sejak awal perkuliahan.
10. Seluruh informan, Rubi Ambassador dan Rubi Member yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini.
11. Seluruh keluarga dan teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih sudah hadir dalam hidup penulis dan memberikan hal baik.

Penulis mengetahui bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang demi kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, [26 Februari 2023]



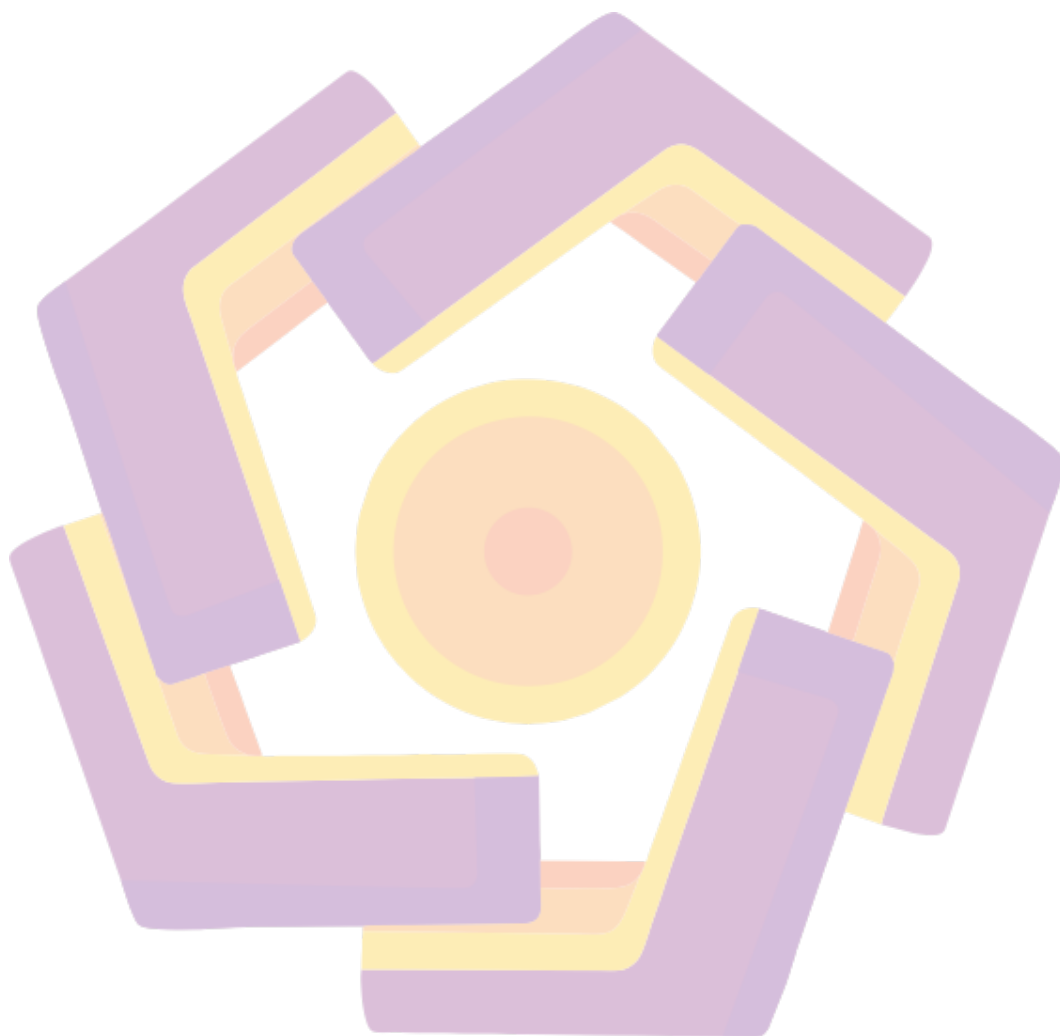
Handaru Marisa Hayyu Putri

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Media Sosial	11
2.2 Instagram	13
2.3 The Circular Model Of Some.....	16

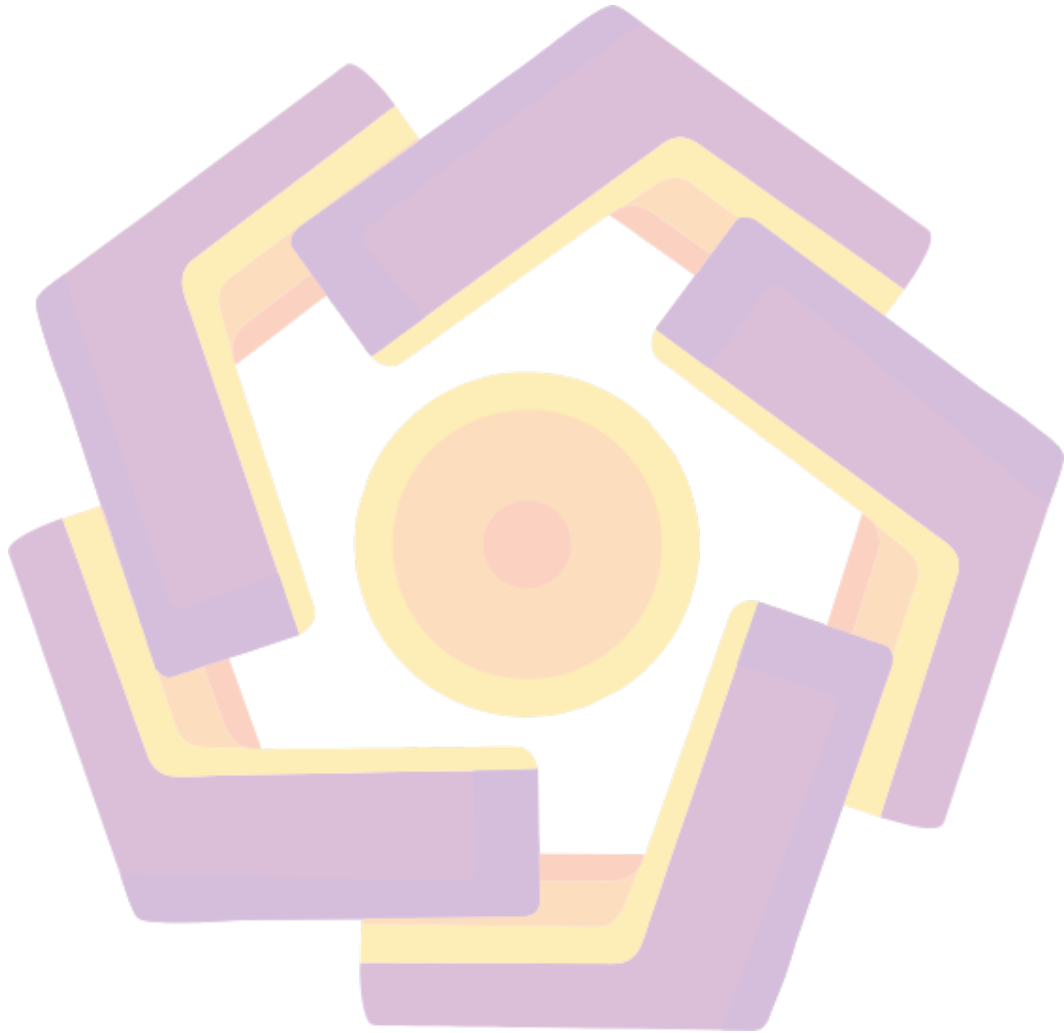
2.4 Sosial Media Engagement	21
2.5 Penelitian Terdahulu.....	23
2.6 Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODELOGI PENELITIAN	32
3.1 Pendekatan Penelitian.....	32
3.2 Teknik Pengumpulan Data	33
3.3 Jenis Sumber Data	34
3.3.1 Sumber Data Primer	34
3.3.2 Sumber Data Sekunder.....	34
3.4 Informan Penelitian	34
3.5 Objek Penelitian	35
3.6 Teknik analisis data	36
3.6.1 Reduksi Data	36
3.6.2 Penyajian Data.....	36
3.7 Keabsahan Data.....	37
3.8 Teknik Pengolahan data	38
3.9 Penarikan Kesimpulan.....	38
BAB IV Analisis dan Pembahasan	39
4.1. Hasil Penelitian.....	39
4.1.1. Instagram @ubicommunity sebagai media komunikasi	39
4.1.2 Implementasi The Circular Model Of Some pada Instagram @rubicomunity.....	41
4.3 Pembahasan	50

BAB V PENUTUP.....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58



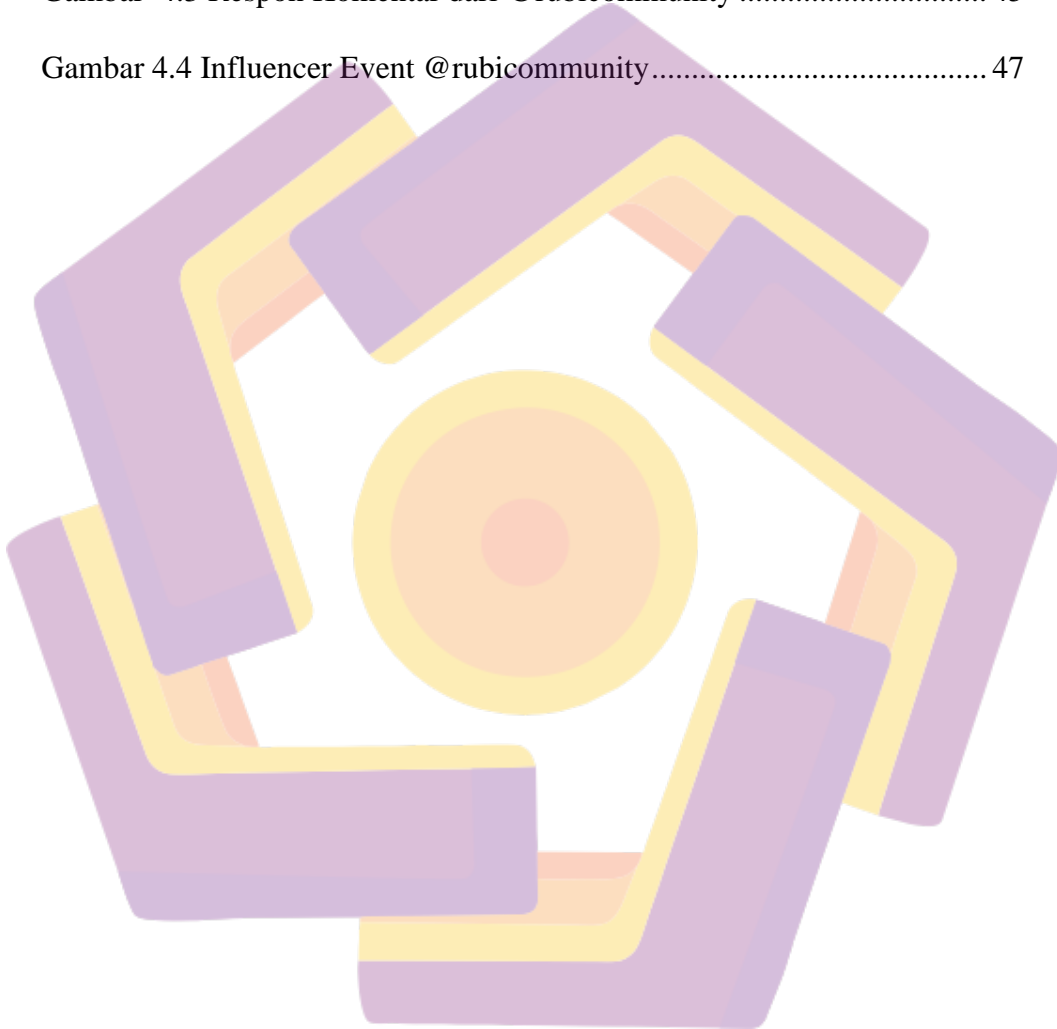
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Engagement Komunitas	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Daftar Informan.....	34



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peningkatan Pengguna Internet 2022	2
Gambar 4.1 Desain Feeds @rubicomunity	41
Gambar 4.2 Informasi Event @rubicomunity.....	43
Gambar 4.3 Respon Komentar dari @rubicomunity	45
Gambar 4.4 Influencer Event @rubicomunity.....	47



**IMPLEMENTASI THE CIRCULAR MODEL OF SOME DALAM PERSPEKTIF
PENGIKUT INSTAGRAM @RUBICOMMUNITY UNTUK MENINGKATKAN
ENGAGEMENT**

Handaru Marisa Hayyu Putri

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Univeristas Amikom
Yogyakarta

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Implementasi The Circular Model Of Some untuk meningkatkan engagement @rubicommunity. Dalam implementasi The Circular Model Of Some ini sangat penting melakukan pengukuran pada kinerja akun sosial media, salah satunya dengan Engagement. Penelitian ini mengambil studi deskriptif kualitatif komunitas brand kecantikan @rubicommunity yang memiliki engagement rate yang tinggi pada Instagram. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang didapatkan melalui wawancara serta data sekunder yang diperoleh dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel penelitian. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwasanya Implementasi The Circular Model Of Some dalam perspektif pengikut Instagram @rubicommunity untuk meningkatkan engagement sudah dilakukan dengan baik menggunakan empat Aspek. Pada tahap *Share*, @rubicommunity membagikan konten terkait dengan pemberdayaan perempuan seperti informasi mengenai *empowerment*, *entrepreneurship*, *Creativity*, dan *Sustainability*. Pada tahap *Optimize*, @rubicommunity berusaha mengoptimalkan konten dari menerima saran dari audiens. Pada tahap *Manage*, @rubicommunity memberikan respon yang cepat dan *real time* sehingga meningkatkan interaksi pada akun instagram. Pada tahap *Engage*, melibatkan influencer yang ahli pada bidang empowerment women.

Keywords: Implementasi, Media Sosial, Engagement, Instagram

**IMPLEMENTATION OF THE CIRCULAR MODEL OF SOME IN THE
PERSPECTIVE OF FOLLOWERS INSTAGRAM @RUBICOMMUNITY
FOR INCREASE *ENGAGEMENT***

Handaru Marisa Hayyu Putri

Communication Science Study Program, Faculty of Economics and Social
Affairs, Amikom Yogyakarta University

ABSTRAK

This study aims to determine the Implementation of The Circular Model Of Some to increase @rubicommunity engagement. In implementing The Circular Model Of Some it is very important to measure the performance of social media accounts, one of which is Engagement. This research takes a qualitative descriptive study of the @rubicommunity beauty brand community which has a high engagement rate on Instagram. This study uses a qualitative research method with a descriptive approach. The data used in this study are primary data obtained through interviews and secondary data obtained from previous studies related to research variables. The results of the analysis of this study indicate that the implementation of The Circular Model Of Some to increase @rubicommunity engagement from the perspective of Instagram followers has been carried out well using four aspects. At stage *Share*, @rubicommunity sharing content related to women's empowerment such as information about *empowerment*, *entrepreneurship*, *Creativity*, and *Sustainability*. At the level of *Optimize*, @rubicommunity trying to optimize content from receiving suggestions from the audience. At stage *Manage*, @rubicommunity provided a fast response and *real time* thereby increasing interaction on Instagram accounts. At stage *Engage*, involving influencers who are experts in the field of women's empowerment.

Keywords: *Implementation, Social Media, Engagement, Instagram*

