

SKRIPSI
SKEMA MAGANG (*INTERNSHIP*)
STRATEGI *DIGITAL CONTENT INSTAGRAM @TALKCATION*
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh :
Iqbal Syahrizal (19.96.1589)

Dosen Pembimbing:
Monika Pretty Aprilia S.IP., M.Si

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
(2022)

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
SKEMA MAGANG**

**STRATEGI *DIGITAL CONTENT INSTAGRAM @TALKCATION* DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:
Iqbal Syahrizal
19.96.1589

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Monika Pretty Aprilia S.IP., M.Si.
(NIK. 190302478)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial

Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi



Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom
M.Eng
NIK. 190302125

Erik Hadi Saputra, S.Kom.,
NIK. 190302107

PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI *DIGITAL CONTENT INSTAGRAM @Talkcation* DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

Yang dipersiapkan dan disusun oleh
Iqbal Syahrizal
19.96.1589

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 29 Maret 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Monika Pretty Aprilia, S.I.P., M.Si

NIK. 190302444

Andreas Tri Pamungkas, M.A

NIK. 190302478

Achmad Fauzi, SE, M.M., Dr.

NIK. 190302022

Tanda Tangan



**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

Tanggal 30 Mei 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

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

NIK. 19030212

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Iqbal Syahrizal
NIM : 19.96.1589
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Sosial
Universitas : Universitas AMIKOM Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 30 Mei 2023

Yang Memberikan Pernyataan


Iqbal Syahrizal

19.96.1589

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi *Digital Content Instagram @Talkcation* dalam Meningkatkan *Brand awareness*” yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kesehatan, kelancaran dan nikmat yang lainnya dalam penulisan skripsi ini.
2. Orang Tua yaitu Bapak Agus Cahyono dan Ibu Ai Ratnasari yang selalu memberikan doa dan dukungan baik moral maupun materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
4. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
5. Erik Hadi Saputra, S. Kom., M. Eng. (Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.)
6. Ibu Wahyu Kristian Natalia, M.I.Kom dan Ibu Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A selaku dosen pembimbing lapangan saat periode magang di RBTv berlangsung. Terimakasih atas arahan, bimbingan, dan bantuan yang diberikan selama masa produksi *Talkcation*

7. Ibu Monika Pretty Aprilia S.IP., M.Si. Selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih atas segala bentuk dukungan, motivasi, arahan dan bimbingan yang diberikan kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
8. Ibu Sunar Handari selaku *Supervisor* Produser Program RBTB dan Mas Subkhan Agus Santoso selaku *Supervisor* Produksi RBTB.
9. Tim Rumah Kreatif Media, terima kasih untuk segala bentuk ide, gagasan, waktu, kerja keras dan dukungan selama memproduksi program *Talkcation*.
10. Fitrotunnisa Azzahra, yang senantiasa memberi dukungan, waktu dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
11. Destria Aryani dan Salsabila Audrey selaku sahabat penulis yang selalu memberikan motivasi, bantuan dan arahan ketika pengerjaan skripsi berlangsung.
12. Alfin Nazlil, Ayu Raihanah Setyawati, Rizki Tri Rafika, Galuh Dewi Maharani, Seviana Arda, Annisa Febrianti selaku sahabat penulis yang selalu memberi dukungan moral maupun materi.
13. Semua pengikut akun *Instagram* @sufficiently_ yang senantiasa menyaksikan dan membaca keluh kesah penulis dalam mengarungi hari-hari ini.

Yogyakarta, 22 Februari 2023

Penulis

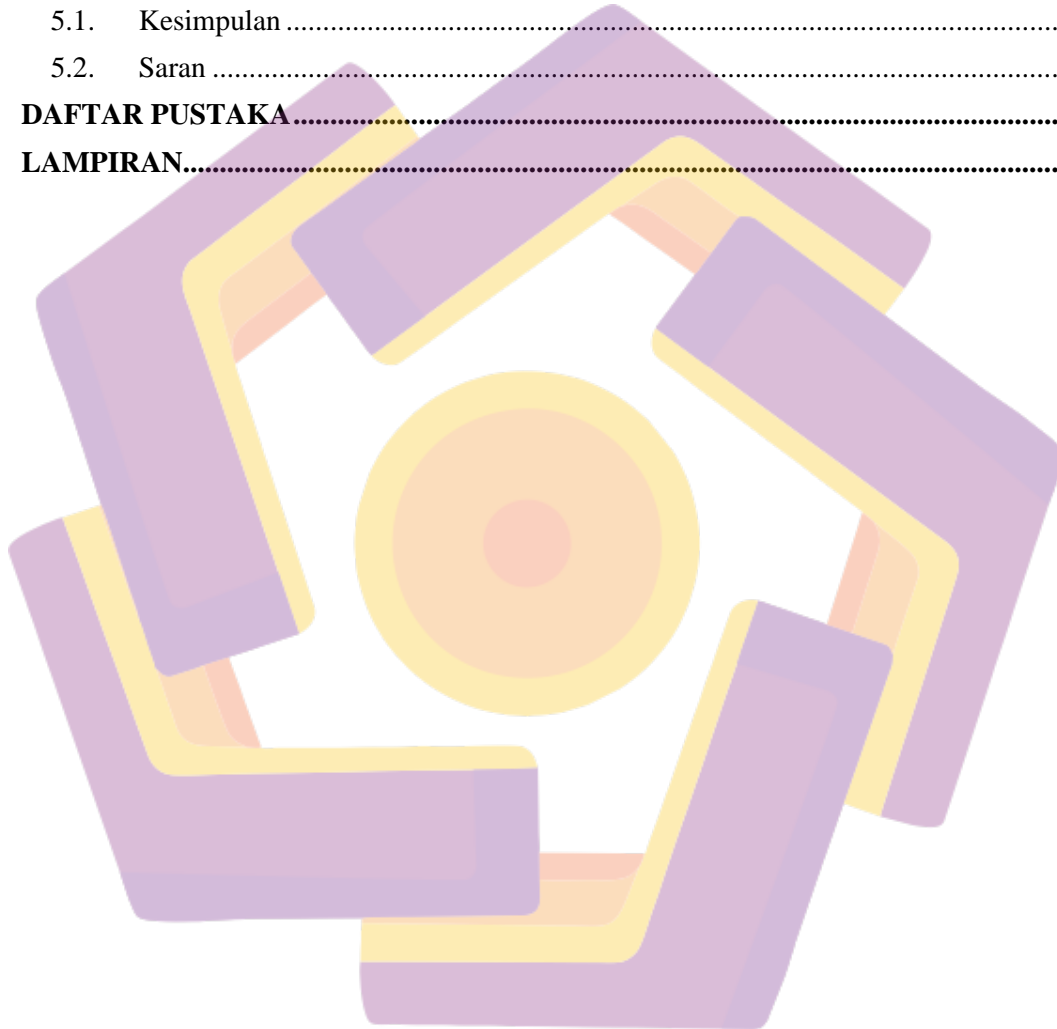


Iqbal Syahrizal

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus masalah dan rumusan masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.4.1. Manfaat Akademis	5
1.4.2. Manfaat Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Tinjauan Tentang <i>Brand awareness</i>	6
2.2. Strategi <i>Digital content marketing</i>	7
2.3. Tinjauan Tentang <i>Instagram</i>	11
2.4. Kerangka Berpikir.....	13
2.5. Penelitian Terdahulu	13
BAB III METODOLOGI.....	17
3.1. Paradigma Penelitian	17
3.2. Pendekatan Penelitian	17
3.3. Metode Penelitian	18
3.4. Teknik Pengambilan Data.....	18
3.5. Teknik Analisis Data.....	21
3.6. Profil Institusi Magang.....	22
3.6.1. Visi dan Misi RBTv	23
3.6.2. Struktur RBTv	24
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	25
4.1. Temuan Penelitian	25
4.1.1. Strategi <i>Digital content marketing</i> Akun <i>Instagram @Talkcation</i>	26

4.1.2.	Aktivitas <i>Brand awarenness</i> akun <i>Instagram @Talkcation</i>	46
4.2.	Pembahasan.....	50
4.2.1.	Strategi <i>Digital content marketing</i> pada Akun <i>Instagram @Talkcation</i>	50
4.2.2.	Aktivitas <i>Brand awareness</i> akun <i>Instagram @Talkcation</i>	55
BAB V PENUTUP.....		58
5.1.	Kesimpulan	58
5.2.	Saran	59
DAFTAR PUSTAKA.....		60
LAMPIRAN.....		62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Mayoritas Masyarakat Indonesia Mengakses Informasi di Sosial media .	2
Gambar 2. 1 Bagan kerangka berpikir	13
Gambar 3. 1 Logo RBTV	22
Gambar 4. 1 Jangkauan usia audiens pada 30 hari terakhir	28
Gambar 4. 2 Konten Reguler dan Konten Promosi akun <i>Instagram @Talkcation</i>	29
Gambar 4. 3 Konten Kalender <i>Talkcation</i>	32
Gambar 4. 4 <i>Color palette Talkcation</i>	34
Gambar 4. 5 <i>Workspace editing konten digital Instagram @Talkcation</i>	35
Gambar 4. 6 <i>Insight Iklan Berbayar Talkcation</i>	37
Gambar 4. 7 <i>Insight Postingan Instagram dengan menggunakan fitur kolabolator</i> ...	39
Gambar 4. 8 <i>Insight Penggunaan Tanda Tagar</i>	40
Gambar 4. 9 Konten Kuis Interaktif.....	41
Gambar 4. 10 <i>Insight Postingan Instagram @Talkcation</i>	43
Gambar 4. 11 <i>Insight Postingan Instagram @Talkcation</i>	44
Gambar 4. 12 Perbandingan <i>Insight Impresi Postingan Instagram @Talkcation</i>	46

ABSTRAK

Program acara *Talkcation*, merupakan salah satu program acara edukatif yang ditayangkan oleh RBTV melalui kerjasama dengan prodi Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta. Program acara *Talkcation* sudah diproduksi sejak tahun 2020 oleh mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi itu sendiri. Dalam melakukan promosi di media sosial, peran *Digital content* sangat berpengaruh terhadap minat *audience* untuk menonton program acara ini di televisi atau layanan *streaming tv*, terlebih, target penonton dari program acara ini adalah anak muda, yang mana peran *Digital content* yang disajikan di media sosial juga harus mengikuti selera anak muda saat ini. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dalam membuat *Digital content* pada media sosial Instagram *Talkcation* dalam meningkatkan *Brand awareness* program acara *Talkcation*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara. Upaya tim untuk meningkatkan kualitas konten tercermin dalam postingan-postingan yang mendapatkan banyak interaksi, termasuk kolaborasi dengan *influencer*. Peneliti menyimpulkan bahwa strategi *Digital content marketing* tim media *Talkcation* cukup positif.

Kata Kunci : konten digital, *Talkcation*, sosial media

ABSTRACT

The Talkcation program is an educational program broadcasted by RBTB in collaboration with the Communication Science program of AMIKOM University in Yogyakarta. The program has been produced by Communication Science students since 2020. Digital content plays a crucial role in promoting the program on social media, especially since the target audience is young people. Thus, this research aims to investigate the strategy for creating Digital content on Instagram to increase Talkcation's Brand awareness. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques such as observation and interviews. The team's efforts to improve content quality are reflected in posts that receive high engagement, including collaborations with influencers. The researcher concludes that the Talkcation media team's Digital content marketing strategy is quite positive.

Keywords: Digital content, Talkcation, social media

