

SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*
PERAN *CONTENT CREATOR* DALAM PENYEBARAN
INFORMASI MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM PT HIDUP MAPAN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh:

Tio Annas Pribadi/17.96.0300

Dosen Pembimbing:

Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2023

SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*
PERAN *CONTENT CREATOR* DALAM PENYEBARAN
INFORMASI MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM PT HIDUP MAPAN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh:

Tio Annas Pribadi/17.96.0300

Dosen Pembimbing:

Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2023

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

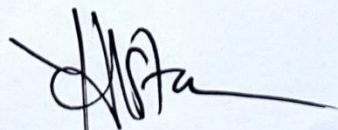
PERAN *CONTENT CREATOR* DALAM PENYEBARAN
INFORMASI MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM PT HIDUP MAPAN

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Tio Annas Pribadi
17.96.0300

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 8 Juni 2023

Dosen Pembimbing,



Nurfian Yudhistra, S.I.Kom, M.A
NIK. 190302435

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PERAN *CONTENT CREATOR* DALAM PENYEBARAN
INFORMASI MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM PT HIDUP MAPAN

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Tio Annas Pribadi
17.96.0300

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada tanggal 22 Juni 2023

Nama Penguji

Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A
NIK. 190302435

Rivga Agusta, S.IP, MA
NIK. 190302319

Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, S.Sos., M.A.
NIK. 190302476

Tanda Tangan





Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana SI-Ilmu Komunikasi
Tanggal 22 Juni 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Tio Annas Pribadi
NIM : 17.96.0300
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Sosial
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, 1 Juli
2022



Tio Annas Pribadi

17.96.0300

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT karena berkat izin-Nya telah memberi kelancaran kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Prof. Dr. M.Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
3. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Erik Hadi Saputra S.Kom., M. Eng Universitas Amikom Yogyakarta
5. Pembimbing skripsi bapak Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A yang telah membantu hingga sejauh ini, tanpanya skripsi ini mungkin tidak akan cepat selesai.
6. Bapak dan Ibu dosen beserta staf Universitas Amikom Yogyakarta khususnya Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Sosial yang telah membantu kelancaran selama proses perkuliahan
7. Kepada bapak Agus Purwanto pendiri sekaligus pemilik PT Hidup Mapan, karena telah mengizinkan saya untuk menyelesaikan tugas akhir di perusahaan beliau.

8. Ibu Susilah dan (Alm) Bapak Sukiyo beserta keluarga tercinta, yang selalu memberikan doa dan dukungan yang telah membesarkan dan mendidik saya sampai saat ini dan selalu memberikan gizi makanan serta dukungan terbaik sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sehat.
9. Teman-teman kontrakan kos muslim Muh Rifki, Andre Sc, Tovan Adi N, Puthut M dan Rekan-rekan Ilmu Komunikasi 04 yang telah memberi semangat dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah mendukung, mendoakan dengan tulus dan ikhlas serta motivasi yang membantu untuk tetap menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini tentunya penulis masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan sangat membantu untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini dan tentunya dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Yogyakarta, 5 Juli 2023

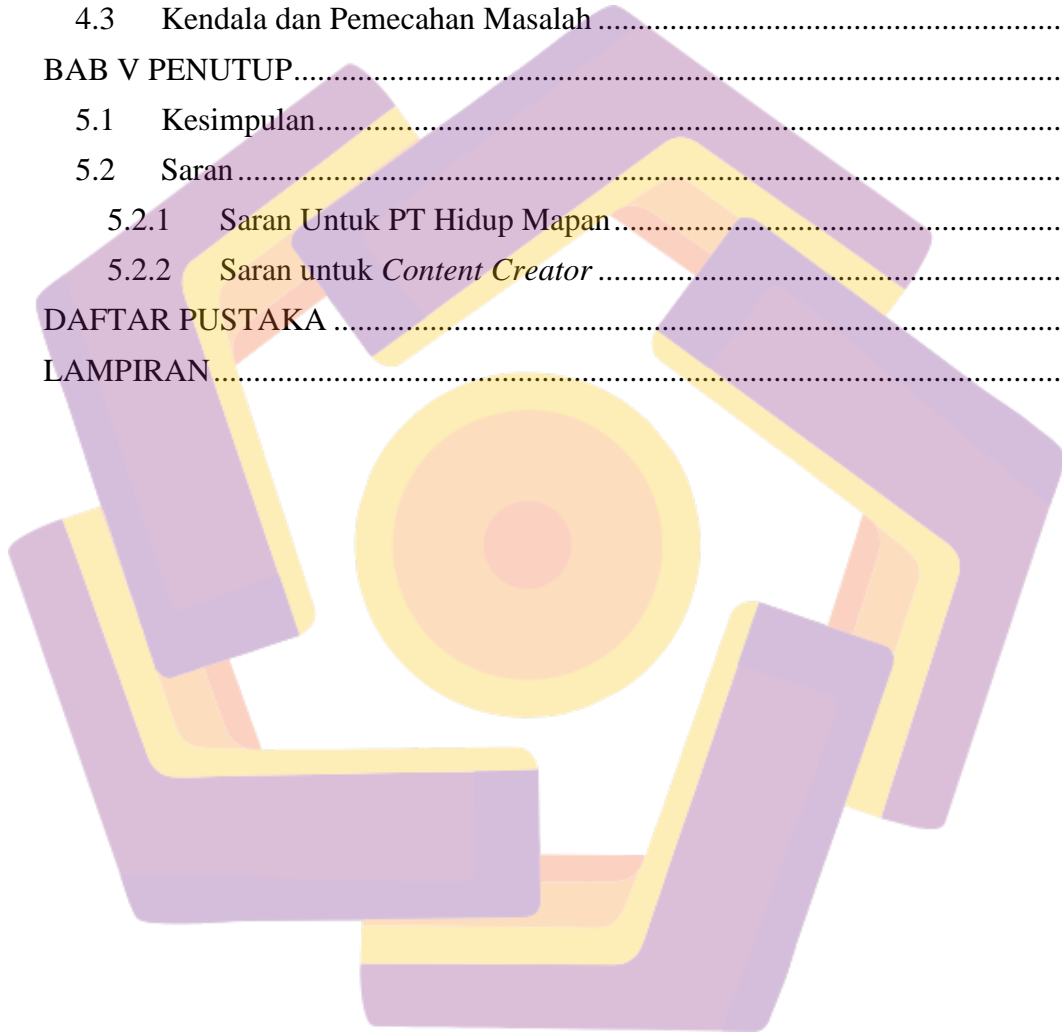


Tio Annas Pribadi
(Penulis)

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	
SKRIPSI.....	
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penciptaan	9
1.4 Manfaat Penciptaan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kajian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 <i>Content Creator</i>	13
2.2.2 Warna	16
2.2.3 Media Sosial.....	22
2.2.4 Penyebaran Informasi.....	25
2.3 Kerangka Berfikir.....	27
BAB III RENCANA PERANCANGAN KARYA.....	29
3.1 Gambaran Rencana Karya.....	29
3.1.1 Kategori <i>Content Creator</i>	29
3.1.2 Format <i>Content</i>	29
3.1.3 Format Media.....	29
3.1.4 Volume <i>Content</i>	30

3.1.5	Target <i>Audience</i>	30
3.1.6	Periode Publikasi <i>Content</i>	31
3.2	Gambaran Isi Pesan Karya	31
BAB IV ULASAN KARYA		32
4.1	Deskripsi Karya	32
4.2	Uraian Produksi	50
4.3	Kendala dan Pemecahan Masalah	52
BAB V PENUTUP		53
5.1	Kesimpulan	53
5.2	Saran	53
5.2.1	Saran Untuk PT Hidup Mapan	53
5.2.2	Saran untuk <i>Content Creator</i>	54
DAFTAR PUSTAKA		55
LAMPIRAN		57



DAFTAR GAMBAR

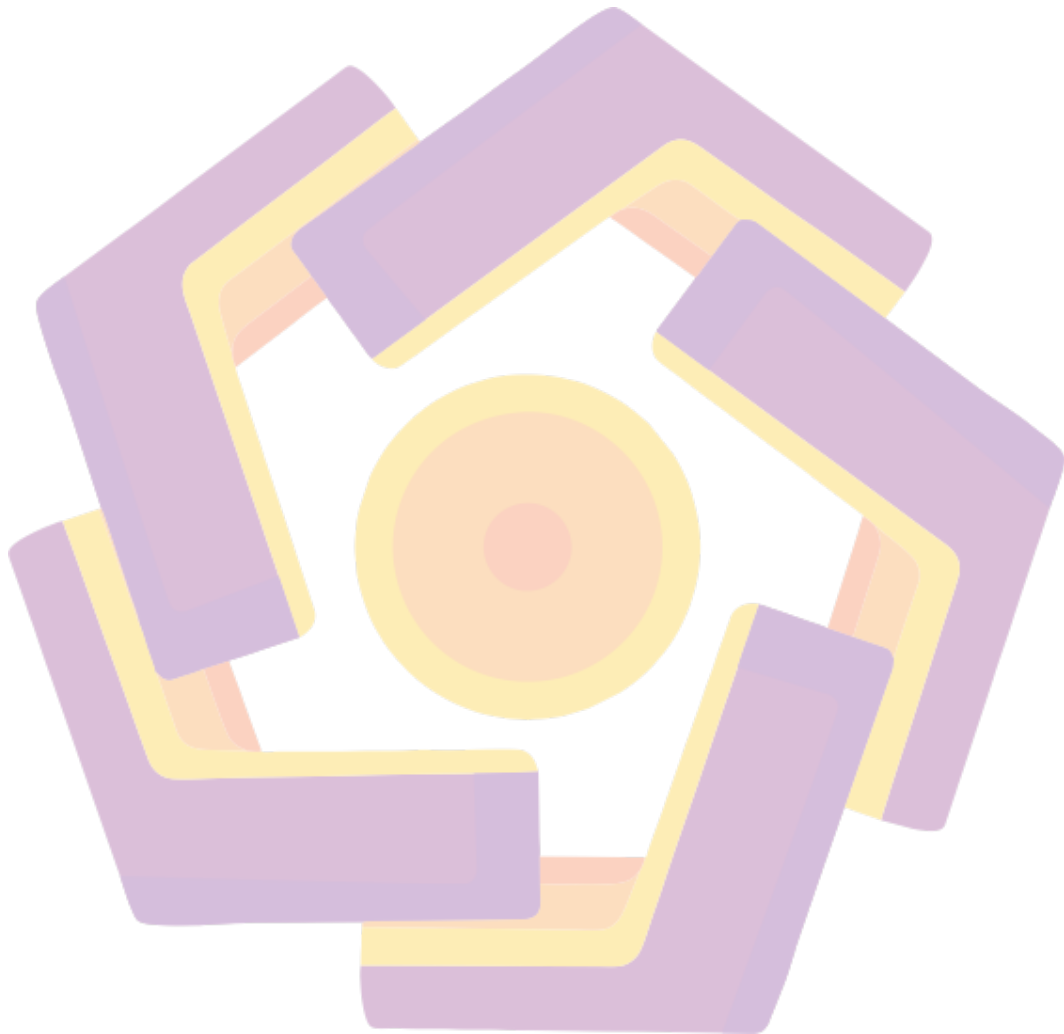
Gambar 1. 1 Jumlah Petani Menurut Kelompok Umur	2
Gambar 1. 2 Proporsi Tenaga Kerja Pertanian	3
Gambar 1. 3 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia.....	6
Gambar 2. 1 Warna merah dengan kode warna #cb0810	18
Gambar 2. 2 Warna Oranye dengan kode warna #f97307	18
Gambar 2. 3 Warna kuning dengan kode warna #ffe522.....	19
Gambar 2. 4 Warna biru dengan kode warna #12aae9	19
Gambar 2. 5 Warna hijau dengan kode warna #39ad2a\	20
Gambar 2. 6 Warna hitam dengan kode warna #1e1e1e.....	20
Gambar 2. 7 Warna putih dengan kode #ffffff.....	21
Gambar 2. 8 Warna coklat dengan kode warna #a26330\	21
Gambar 2. 9 Bagan Kerangka Berfikir	28
Gambar 4. 1 <i>Feed</i> Instagram <i>Campaign</i> Penanaman/Menjaga Bumi.....	33
Gambar 4. 2 <i>Feed</i> 3 <i>Slide</i> Masa Pembibitan & <i>Campaign</i> Petani	33
Gambar 4. 3 <i>Feed</i> Masa Pembibitan, Fungsi Pertanian.....	34
Gambar 4. 4 <i>Feed</i> 2 <i>Slide</i> Masa Pembibitan, Media Tanam.....	34
Gambar 4. 5 <i>Feed</i> 3 <i>Slide</i> Masa Pembibitan, Langkah-langkah Bertani	35
Gambar 4. 6 <i>Feed</i> Masa Pembibitan, ciri-ciri media tanam.....	35
Gambar 4. 7 <i>Feed</i> 2 <i>Slide</i> Masa Pembibitan, Biji, Benih dan Bibit.....	36
Gambar 4. 8 <i>Feed</i> Masa Pembibitan, <i>Campaign</i>	36
Gambar 4. 9 <i>Feed</i> Masa Pembibitan, Penyemaian	36
Gambar 4. 10 <i>Feed</i> Masa Penanaman.....	38
Gambar 4. 11 <i>Feed</i> 3 <i>Slide</i> Masa Penanaman, <i>Drainase</i> dan <i>Aerasi</i>	38
Gambar 4. 12 <i>Feed</i> Masa Penanaman, tips Menyemai	39
Gambar 4. 13 <i>Feed</i> Masa Penanaman, Masalah dalam Menyemai	39
Gambar 4. 14 <i>Feed</i> 4 <i>Slide</i> Masa Penanaman, Pengendalian Gulma	40
Gambar 4. 15 <i>Feed</i> 3 <i>Slide</i> , Masa Penanaman, Pola Tanam	40
Gambar 4. 16 <i>Feed</i> 2 <i>Slide</i> Masa Penanaman, Penyiraman tanaman	41
Gambar 4. 17 <i>Feed</i> 3 <i>Slide</i> Masa Penanaman, Pemupukan.....	41

Gambar 4. 18 <i>Feed</i> Masa Penanaman, <i>Campaign</i>	41
Gambar 4. 19 <i>Feed</i> Masa Panen	43
Gambar 4. 20 <i>Feed</i> Masa Panen, Ciri tanaman siap panen.....	43
Gambar 4. 21 <i>Feed 2 Slide</i> Masa Panen, Cara memanen hasil pertanian	43
Gambar 4. 22 <i>Feed</i> Masa Panen, <i>Campaign</i>	44
Gambar 4. 23 <i>Feed 2 Slide</i> Masa Panen, pengolahan hasil panen.....	44
Gambar 4. 24 <i>Feed 2 Slide</i> Masa Panen, Menjual hasil panen	44
Gambar 4. 25 <i>Feed 2 Slide</i> Masa Panen, Jenis tanaman cepat panen	45
Gambar 4. 26 <i>Feed</i> Masa Panen, Ekspor dari sektor pertanian	45
Gambar 4. 27 <i>Feed</i> Masa Panen, Superfood.....	45
Gambar 4. 28 <i>Feed</i> Masa Panen, <i>Campaign</i>	46
Gambar 4. 29 Bagan perancangan penyelesaian masalah.....	51



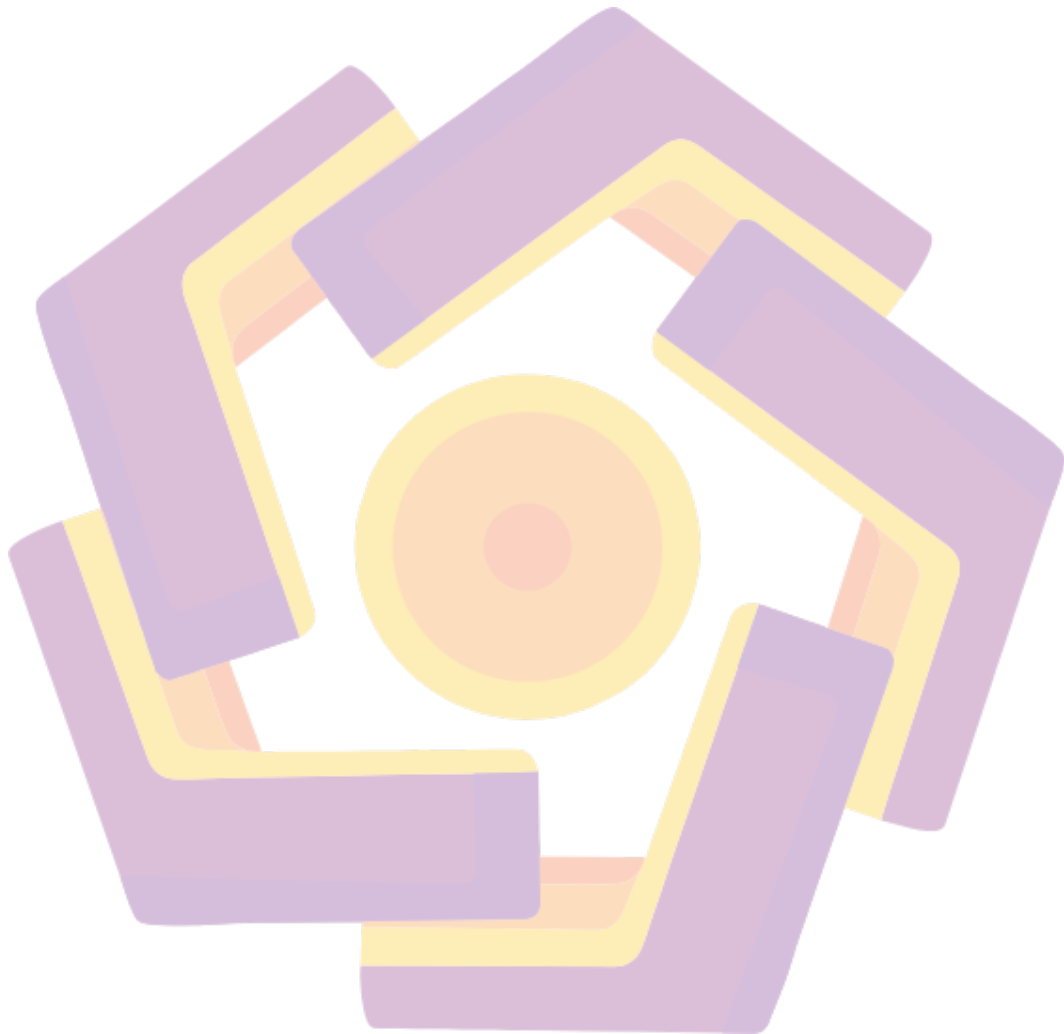
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbandingan dan referensi karya terdahulu sebagai penguat	11
Tabel 4. 1 Runtutan kegiatan proses perancangan desain visual	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi.....	57
Lampiran 2 Hasil Karya.....	58
Lampiran 3 Sertifikat HKI.....	60



ABSTRAK

Content creator adalah seseorang yang membuat konten tulisan, gambar, audio, atau video dan konten tersebut akan ditampilkan di berbagai platform sesuai tujuannya kepada *audience*. Dalam hal ini, penulis membuat *content* di media sosial Instagram sebagai salah satu upaya merencanakan penyebar luasan informasi. Peranan *content creator* dalam Instagram PT Hidup Mapan adalah membuat Desain grafis berupa Flayer, Poster atau Infografis Instagram *feed* untuk *Instagram content* dalam pengelolaan Instagram PT Hidup Mapan. Hal ini termasuk strategi yang dikembangkan oleh *content creator* untuk meningkatkan interaksi atau *engagement* dengan *audience* atau target yang dituju dengan menggunakan teori 4C dari Chris Hauer. Hasil dari penciptaan karya ini yaitu *content creator* melakukan tugasnya yang terdiri dari mengumpulkan ide dan pengimplementasian desain visual sehingga menghasilkan *content* yang sesuai keinginan PT Hidup Mapan yang akan diunggah di Instagram. Tujuan utama pembuatan *content* ini adalah untuk menyebarkan informasi tentang pertanian dan melakukan kampanye ajakan untuk bertani dan memanfaatkan media digital untuk edukasi kepada masyarakat.

Kata Kunci : Media Digital, *Content Creator*, PT Hidup Mapan

ABSTRACT

A content creator is someone who creates written, image, audio or video content and this content will be displayed on various platforms according to their purpose to the audience. In this case, the author creates content on social media Instagram as an effort to plan the dissemination of information. The role of content creators in PT Hidup Mapan Instagram is to create graphic designs in the form of flayers, posters or Instagram feed infographics for Instagram content in the management of PT Hidup Mapan Instagram. This includes strategies developed by content creators to increase interaction or engagement with the intended audience or target by using the 4C theory from Chris Hauer. The result of the creation of this work is that the content creator performs his duties which consist of gathering ideas and implementing visual designs so as to produce content according to the wishes of PT Hidup Mapan which will be uploaded on Instagram. The main purpose of creating this content is to disseminate information about agriculture and conduct campaigns calling for farming and utilizing digital media to educate the public.

Keywords: Digital Media, Content Creator, PT Hidup Mapan