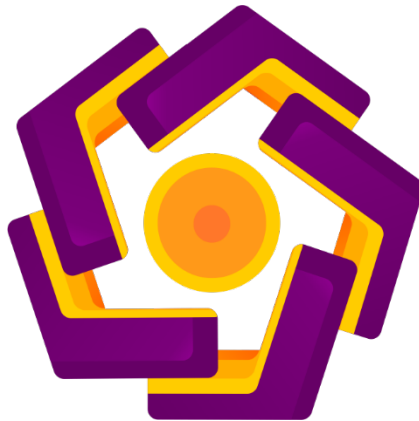


**STRATEGI PEMASARAN PROGRAM TALKCATION MELALUI  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN  
JANGKAUAN AUDIENS**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

Zahra Nur Aziza

20.96.2098

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

**2024**

**STRATEGI PEMASARAN PROGRAM TALKCATION MELALUI  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN  
JANGKAUAN AUDIENS**

**SKRIPSI**

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



**Disusun oleh:**

Zahra Nur Aziza

20.96.2098

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN PROGRAM TALKCATION MELALUI MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN JANGKAUAN AUDIENS**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

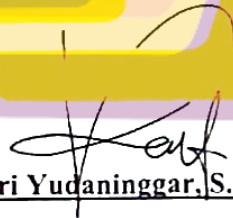
**Zahra Nur Aziza**

**20.96.2098**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada tanggal 22 Februari 2024

Dosen Pembimbing,



**Kartika Sari Yudaningsgar, S.I.Kom., M.A**

**NIK. 190302444**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN PROGRAM TALKCATION MELALUI MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN JANGKAUAN AUDIENS**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Zahra Nur Aziza  
20.96.2098

Telah dipertahankan dihadapkan Dewan Penguji  
Pada tanggal 22 Februari 2024

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

Audith M. Turmudhi, Drs., MM  
NIK. 190302358

Novita Ika Purnamasari, M.A  
NIK. 190302521

Kartika Sari Y., S.I.Kom., M.A  
NIK. 190302444

**Tanda Tangan**



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

Tanggal 22 Februari 2024

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial**



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

## 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 manapun, 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 22 Februari 2024



Zahra Nur Aziza  
NIM. 20.96.2098

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta dengan judul “Strategi Perencanaan dalam Meningkatkan Jangkauan Audiens pada Sosial Media Instagram TalkCation”

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penulis telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami 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 Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A selaku dosen pembimbing dalam mengerjakan skripsi ini. Terimakasih atas arahan, motivasi dan bimbingannya serta meluangkan waktu di tengah kesibukan selama penulis menyelesaikan proses penelitian dengan baik.
5. Alvian Alrasid Ajibulloh, S.I.Kom., M.I.Kom dan Monika Pretty Aprilia, M.Si selaku dosen pembimbing program Kampus Merdeka. Terimakasih atas segala kesempatan, bimbingan, dan arahan serta motivasi yang telah diberikan selama proses produksi TalkCation.
6. Sunar Handari dan Pak Subkhan Agus Santoso selaku Supervisor Produksi RBTv. Terimakasih atas segala kesempatan dan arahan yang telah diberikan selama proses produksi TalkCation.
7. Angga Intueri Mahendra Purbakusuma, M.I.Kom selaku dosen wali.
8. Ajeng Laras Narastiti, Febri Dwi Putranthro, dan Nerissa Nur Firianinda, selaku narasumber yang sudah bersedia meluangkan waktu serta mendukung penelitian ini.

9. Teman teman dari Cipta Karya Media, yang telah bekerja sama menyelesaikan program Kampus Merdeka dengan sepenuh hati, dan bertanggung jawab selama produksi TalkCation.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki. Untuk itu, penulis berharap kritik dan saran yang dapat memberikan membangun untuk kebaikan dan kemajuan penulis di masa mendatang. Semoga dengan adanya penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 22 Februari 2024

Penulis



Zahra Nur Aziza

## LEMBARAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

“Allah tidak mungkin menguji seorang hamba diluar batas kemampuannya” (Al-Baqarah: 286)

“Teruslah berbuat baik meskipun tidak dihargai”

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, dan nikmat yang sangat luar biasa kepada penulis yang dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini tepat waktu. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua dan panutanku, Bapak Samijo dan Ibu Maimunah, kedua orang tua yang memiliki peran penting bagi penulis, yang mampu mendidik penulis hingga bangku perkuliahan. Terimakasih atas doa yang selalu diberikan untuk kemudahan dan kelancaran penulis, memberikan bimbingan, motivasi dan semangat tiada henti, dan terimakasih atas kesabaran dan kebesaran hati yang selalu diberikan kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Untuk kakakku, Muhammad Kurnia Fajar Yusuf yang memberikan support system kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhirnya, dan selalu menemani, memberikan semangat, dan dukungan untuk terus melangkah kedepan.
3. Untuk sahabat terbaik penulis, Septi, Relinda, dan Lintang yang telah banyak membantu dan tidak pernah bosan mendengarkan keluh kesah penulis dengan senang hati. Terimakasih atas bantuan, waktu, inspirasi, dan support yang diberikan kepada penulis. Terimakasih karena selalu menjadi garda terdepan di masa – masa sulit penulis.
4. Untuk teman - teman seperjuangan dari semester satu hingga detik ini, yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Terimakasih sudah berjuang bersama-sama penulis dalam menyelesaikan perkuliahan dan selalu memberi bantuan serta support kepada penulis.



5. Untuk teman teman TalkCation dan Ilmu Komunikasi 07 Angkatan 2020 yang telah banyak meberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku kuliah ini.
6. Dan seluruh pihak yang memberikan bantuan kepada penulis namun tidak dapat disebutkan satu-persatu. Terimakasih atas bantuan, semangat dan doa baik yang diberikan kepada penulis.
7. Terakhir penulis persembahkan untuk diri sendiri, Zahra Nur Aziza. Apresiasi sebesar besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena sudah berusaha untuk tidak menyerah dan melewatinya serta senantiasa menikmati setiap proses yang bisa di bilang tidak mudah. Terimakasih karena sudah bertahan.

Tidak ada lembar yang paling indah dalam penulisan skripsi ini kecuali lembar persembahan, skripsi ini dipersembahkan sebagai tanda bukti kepada orang tua, sahabat, dan teman teman yang telah memberikan support untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Yogyakarta, 22 Februari 2024

Penulis



Zahra Nur Aziza

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>LEMBARAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Akademis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis .....	5
<b>BAB II</b> .....	<b>6</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Strategi Pemasaran.....	9
2.2.2 Sosial Media .....	10
2.2.3 Instagram .....	11
2.2.4 Jangkauan Audiens .....	14
2.3 Kerangka Berpikir .....	15
<b>BAB III</b> .....	<b>16</b>
3.1 Objek Penelitian .....	16

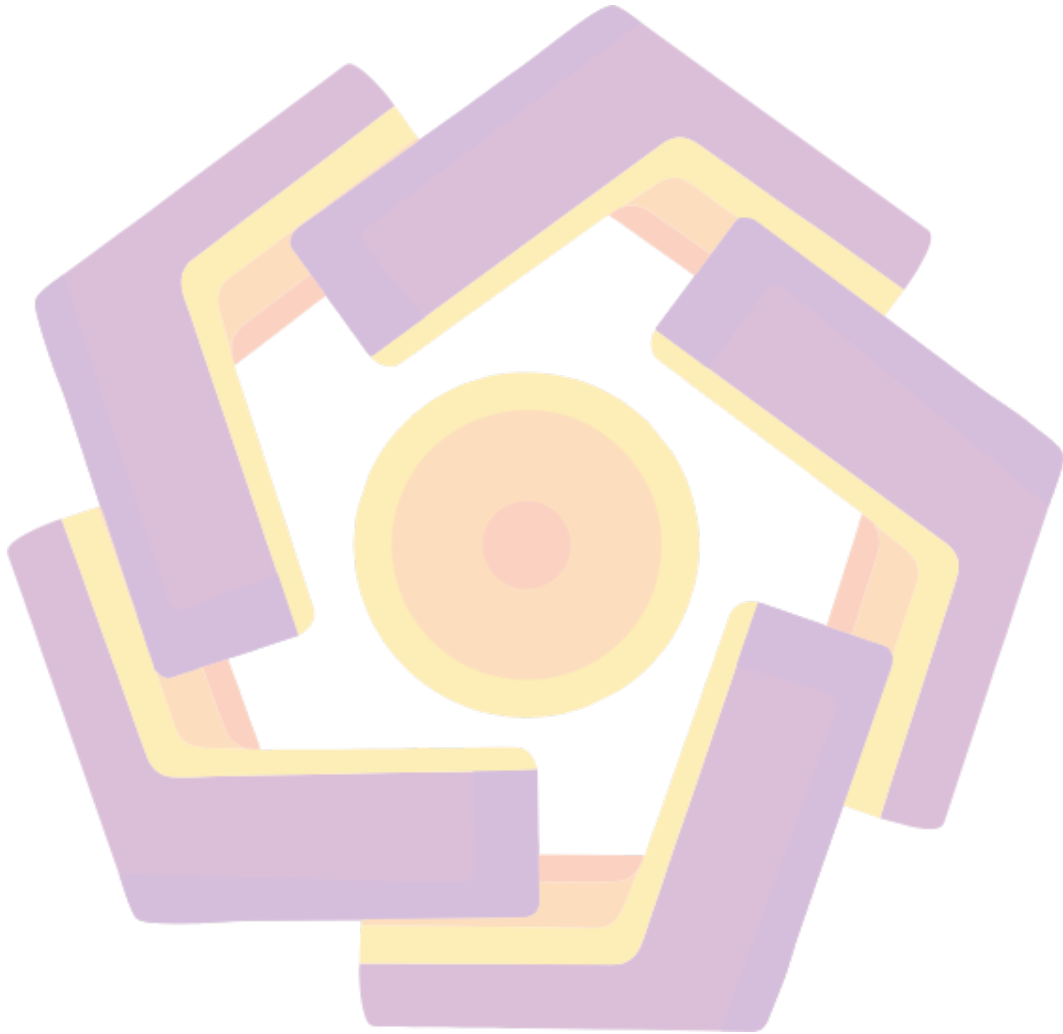
3.2	Paradigma Penelitian .....	16
3.3	Pendekatan Penelitian.....	16
3.4	Sumber Data .....	17
3.4.1	Data Primer .....	17
3.4.2	Data Sekunder.....	17
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	18
3.5.1	Observasi .....	18
3.5.2	Dokumentasi .....	18
3.5.3	Wawancara.....	18
3.6	Teknik Analisis Data .....	19
3.6.1	Redukasi Data.....	19
3.6.2	Penyajian Data .....	19
3.6.3	Penarikan Kesimpulan .....	20
3.7	Pengecekan Keabsahan Data.....	20
<b>BAB IV</b>	.....	<b>21</b>
4.1	Profil Instansi Magang .....	21
4.2	Deskripsi Program TalkCation.....	21
4.3	Temuan Penelitian.....	22
4.3.1	Fitur – Fitur pada Sosial Media Instagram sebagai Media Strategi Pemasaran Program TalkCation .....	23
4.3.2	Strategi Perencanaan Media pada Sosial Media Instagram .....	29
4.3.3	Jangkauan Audiens .....	36
4.4	Pembahasan .....	38
4.4.1	Strategi Pemasaran dalam Perencanaan Media Instagram TalkCation.....	38
4.4.2	Jangkauan Audiens .....	44
<b>BAB V</b>	.....	<b>46</b>
4.2	Kesimpulan.....	46
4.3	Saran.....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>48</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>50</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Laporan Pengguna Sosial Media .....	2
Gambar 4. 1 Logo RBTV .....	21
Gambar 4. 2 Logo TalkCation .....	22
Gambar 4. 3 Feeds Konten Instagram.....	23
Gambar 4. 4 Stories Instagram TalkCation.....	24
Gambar 4. 5 Reels Instagram TalkCation .....	24
Gambar 4. 6 Hastag Instagram TalkCation.....	25
Gambar 4. 7 Fitur Collabs dengan Insight Instagram TalkCation .....	26
Gambar 4. 8 Contoh Fitur Collabs Instagram TalkCation .....	26
Gambar 4. 9 Caption Instagram TalkCation .....	27
Gambar 4. 10 Insight Konten Instagram TalkCation .....	28
Gambar 4. 11 Insight Konten Instagram TalkCation Batch 4.....	28
Gambar 4. 12 Fitur Arsip Instagram TalkCation .....	29
Gambar 4. 13 Feeds Komik Instagram TalkCation .....	33
Gambar 4. 14 Kalender Konten Instagram TalkCation .....	34
Gambar 4. 15 Fitur Collabs Instagram TalkCation.....	36
Gambar 4. 16 Insight Konten Instagram TalkCation.....	36

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara 1 .....	50
Lampiran 2 Transkrip Wawancara 2 .....	53
Lampiran 3 Transkrip Wawancara 3 .....	56
Lampiran 4 .....	59



## ABSTRACT

*TalkCation is one of the talk show programs formed from the collaboration between the Communication Science Study Program of Amikom University Yogyakarta and Reksa Birama Televisi (RBTv) in running the Merdeka Learning Campus Merdeka (MBKM) program. TalkCation itself is an acronym for Talking Education for Action, which means having casual conversations about educational topics and knowledge that are relevant to trends in society. TalkCation promotes using social media that is currently popular, one of which is Instagram. This research uses a qualitative approach with content analysis and direct observation of Instagram account activities. This research aims to analyze and find out the marketing strategy of TalkCation program through Instagram social media in increasing audience reach by using the theory of marketing strategy according to Dan Zarella (2010). From the marketing strategy implemented through Instagram features, especially the reels and collabs features, it has succeeded in increasing audience reach. This research uses a post-positivism paradigm and data validity through triangulation of data collection techniques through observation, interviews and documentation. As well as data analysis techniques used through 3 models, namely data reduction, data presentation, and conclusion drawing.*

*Keywords: Talkcation, Talkshow, Media Strategy, Instagram Content, Audience*

## ABSTRAK

TalkCation merupakan salah satu program *talkshow* yang dibentuk dari kerjasama antara Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta dengan Reksa Birama Televisi (RBTv) dalam menjalankan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). TalkCation sendiri merupakan bentuk akronim dari kata *Talking Education for Action*, yang memiliki makna berbincang-bincang santai seputar topik edukasi dan pengetahuan yang relevan dengan tren di masyarakat. TalkCation melakukan promosi menggunakan sosial media yang sedang populer saat ini, salah satunya adalah Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis konten dan observasi secara langsung pada aktivitas akun instagram. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui strategi pemasaran program TalkCation melalui sosial media Instagram dalam meningkatkan jangkauan audiens dengan menggunakan teori strategi pemasaran menurut Dan Zarella (2010). Dari strategi pemasaran yang diterapkan melalui fitur – fitur Instagram terutama fitur *reels* dan *collabs* berhasil meningkatkan jangkauan audiens. Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme dan keabsahan data melalui triangulasi teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Serta teknik analisis data yang digunakan melalui 3 model, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

**Kata Kunci:** TalkCation, Talkshow, Strategi Media, Konten Instagram, Audiens