

**STRATEGI KONTEN KREATIF PADA AKUN INSTAGRAM
@FOLKATIVE**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

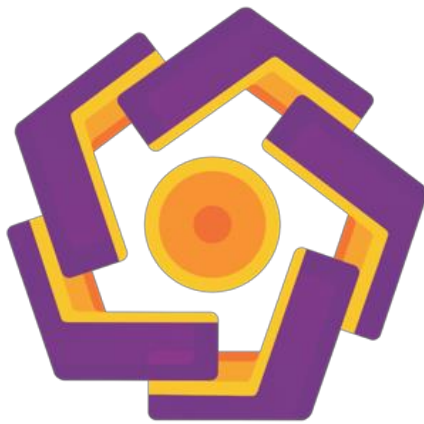
Patra Jasa Barus

21.96.2383

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

**STRATEGI KONTEN KREATIF PADA AKUN INSTAGRAM
@FOLKATIVE
SKRIPSI**

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



Disusun Oleh:
Patra Jasa Barus
21.96.2383

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

Strategi Konten Kreatif pada Akun Instagram @Folkative

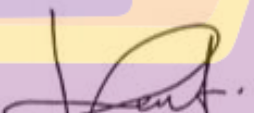
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Patra Jasa Barus
21.96.2383

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 10 Juni 2025

Dosen Pembimbing,



Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A
NYK. 190302444

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

Strategi Konten Kreatif pada Akun Instagram @Folkative

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Patra Jasa Barus
21.96.2383

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 21 Mei 2025

Nama Penguji

Bela Fataya Azmi, S.Kom.I., M.A
NIK. 190302659

Stara Asrita, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302364

Kartika Sari Yudaningsgar, 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)
(21 Mei 2025)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan 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 tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 11 Juni 2025


MEPERAI
TEMPEL
HSFAMX236017608
Patra Jasa Barus
NIM. 21.96.2383

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua 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. Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penulis telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Teristimewa kepada dua orang tua saya yaitu, Ayah saya alm.Anton Green Barus dan Ibu saya Siti Eryana, terkhusus Almarhum Ayahanda tercinta yang terlebih dahulu dipanggil oleh yang maha kuasa. Teringat sebelum meninggalkan kami beliau menginginkan penulis untuk melaksanakan pendidikan hingga S-1. Terima kasih juga kepada ibu saya tercinta yang mendukung dan mendoakan penulis hingga saat ini serta menjadi penguat penulis untuk mencapai tahap ini. Terima kasih sudah percaya kepada penulis untuk bisa menyelesaikan studinya hingga mendapat gelar sarjana.
2. Teristimewa juga kepada keluarga penulis, Julianda Barus dan Elma Theana. Terima kasih telah membimbing dan mendukung penulis selama proses Pendidikan selama ini. Terima kasih untuk semangat, doa, dukungan dan kasih sayang yang telah di berikan kepada penulis.
3. Teristimewa juga kepada sepupu saya, terima kasih telah memberikan dukungan, semangat, serta menjadi tempat berkeluh kesah penulis selama ini. Terima kasih atas waktu yang telah diberikan, doa senantiasa dilangitkan, dan seluruh hal baik yang diberikan selama ini.
4. Kepada dosen pembimbing penulis, Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A terima kasih telah membimbing penulis dalam proses pengerjaan skripsi

selama kurang lebih empat bulan ini. Terima kasih telah memberikan waktu untuk penulis melaksanakan bimbingan skripsi, dan terima kasih telah memberikan yang terbaik agar penulis dapat lulus tepat waktu.

5. Terima kasih kepada teman-teman saya, terima kasih atas dukungan dan kebersamaan selama ini. Hingga terima kasih kepada seseorang yang sempat hadir di kehidupan penulis, terima kasih telah menyempatkan waktunya untuk sempat memberikan dukungan kepada penulis. Semoga hal-hal baik menyertai kita selalu terima kasih teman-teman penulis.
6. Terakhir terima kasih kepada diri penulis sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena sudah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah di mulai. Terima kasih sudah berjuang menjadi lebih baik, serta senantiasa menikmati prosesnya, yang bisa dibilang hal tersebut tidak mudah. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini.

Terimakasih kepada semua pihak-pihak yang sudah memberikan bantuan, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi 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 penyusunan telah melaksanakan 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 Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A selaku dosen pembimbing skripsi.
5. Kepada, para informan yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih sudah membantu penulis untuk menyelesaikan proses penyusunan skripsi.

Yogyakarta, 7 mei 2025



Patra Jasa Barus

DAFTAR ISI

STRATEGI KONTEN KREATIF PADA AKUN INSTAGRAM @FOLKATIVE.....	i
STRATEGI KONTEN KREATIF PADA AKUN INSTAGRAM @FOLKATIVE.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRACT.....	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Batasan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Empat Pilar Strategi Media Sosial	15
2.3 Landasan Konseptual.....	17
2.3.1 Media Sosial.....	17
2.3.2 Instagram.....	18
2.3.3 Konten	18
2.4 Kerangka Berpikir	19
BAB III.....	20
3.1 Paradigma Penelitian.....	20

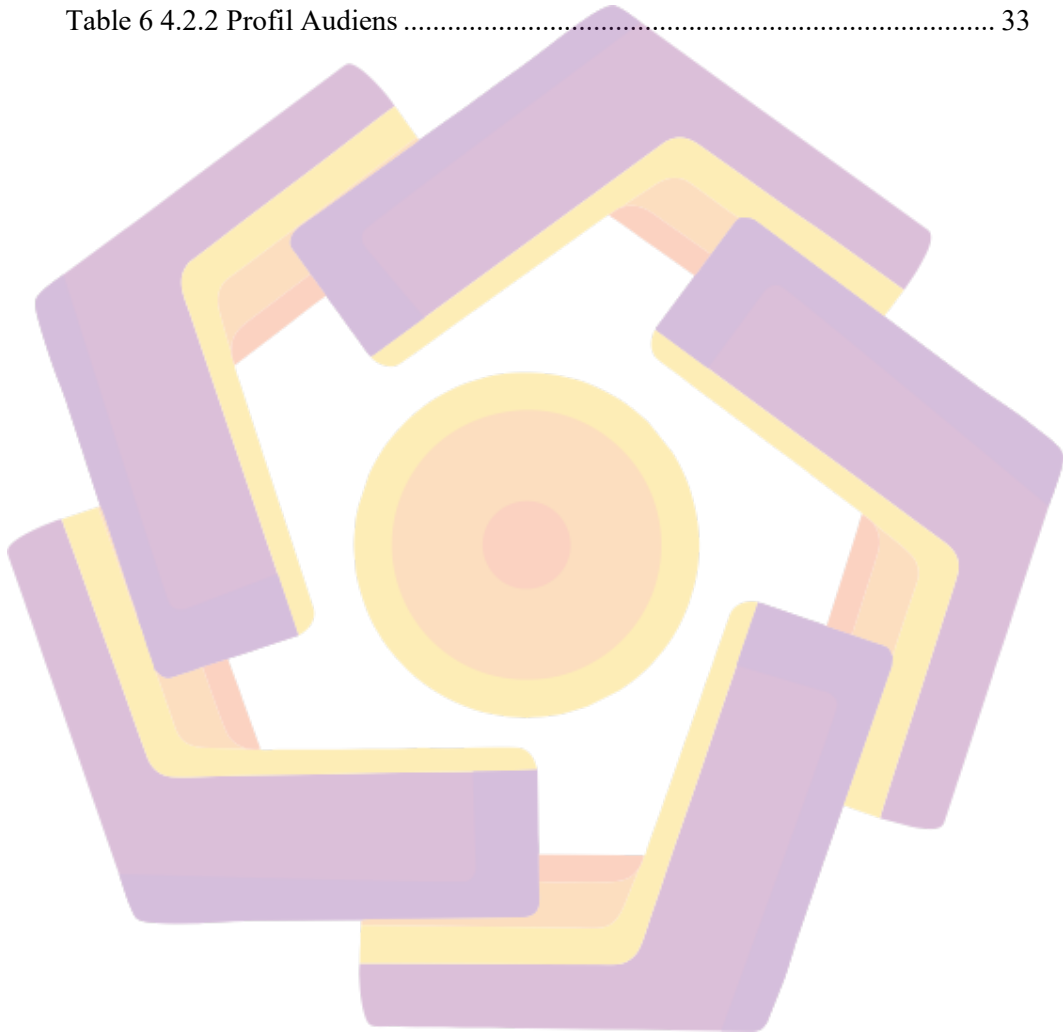
3.2 Jenis Penelitian	20
3.3 Metode Penelitian	21
3.4 Objek dan Subjek Penelitian	21
3.4.1 Objek Penelitian	21
3.4.2 Subjek Penelitian.....	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data	25
3.5.1 Wawancara	25
3.5.2 Observasi.....	26
3.5.3 Dokumentasi	26
3.6 Teknik Analisis Data.....	26
3.6.1 Reduksi Data	27
3.6.2 Penyajian Data	27
3.6.3 Penarikan Kesimpulan	27
3.7 Teknik Keabsahan Penelitian	28
3.7.1 Triangulasi	28
3.8 Jadwal Penelitian	30
BAB IV	31
4.1 Profil Penelitian	31
4.1.1 Profil Perusahaan	31
4.2 Profil Informan	32
4.3 Temuan Penelitian	33
4.3.1 Komunikasi	33
4.3.2 Kolaborasi	44
4.3.3 Edukasi.....	51
4.3.4 Hiburan.....	60
4.4 Pembahasan	70
BAB V.....	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	85
Lampiran 1	85
Lampiran 2	88
Lampiran 3	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1.1 Hasil Engagment Rate Calculator Folkative	5
Gambar 2 2.4.1	19
Gambar 3 4.1.1 Logo Folkative	31
Gambar 4 4.3.2.1 Postingan Instagram Folkative	34
Gambar 5 4.3.2.2 Insight postingan Folkative	34
Gambar 6 4.3.2.3 Postingan Instagram Folkative	35
Gambar 7 4.3.2.4 Kolom komentar	36
Gambar 8 4.3.2.5 Insight postingan Folkative	36
Gambar 9 4.3.3.1 Postingan Instagram promosi Folkative	44
Gambar 10 4.3.3.2 Kolom komentar postingan promosi Folkative	44
Gambar 11 4.3.3.3 Insight postingan Folkative	45
Gambar 12 4.3.1. Postingan Edukasi Folkative #yangintinya	52
Gambar 13 4.3.2 Insight Postingan Folkative	52
Gambar 14 4.3.2 Postingan Folkative “Folkative talk”	53
Gambar 15 4.3.2 Insight postingan Folkative talk	54
Gambar 16 4.3.5.1 Postingan statement Folkative	60
Gambar 17 4.3.5.2 Insight postingan statement Folkative	60
Gambar 18 4.3.5.3 Postingan statement Folkative	61
Gambar 19 4.3.5.4 Insight Postingan statement Folkative	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1 2.1.1.....	9
Table 2 3.4.2.1 Data Informan	23
Table 3 3.4.2.2 Data Pengikut Folkative.....	24
Table 4 3.8.1 Jadwal Penelitian	30
Table 5 4.2.1 Profil Informan.....	32
Table 6 4.2.2 Profil Audiens	33



ABSTRACT

This study aims to understand the creative content strategies implemented by the Instagram account Folkative in building interaction, maintaining Folkative's identity, and engaging its audience. Using a qualitative approach with a descriptive qualitative method, data were collected through direct observation of the @Folkative account's content, in-depth interviews with the account managers and Folkative's audience, as well as supporting documentation. The Four Pillars of Social Media Strategy theory is used as a conceptual framework to understand how the creative content strategies of the Folkative Instagram account sustain engagement and preserve the distinctive characteristics of the account. The results of the study show that Folkative's creative content strategy consistently maintains the visual style that characterizes Folkative, uses language appropriate for its target audience, and ensures the relevance of content to its audience. This study contributes to the understanding of creative content strategies on the Instagram account @Folkative.

Keyword: Folkative, Creative Content Strategy, Instagram.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi konten kreatif yang diterapkan oleh akun Instagram Folkative dalam membangun interaksi dan mempertahankan identitas Folkative serta keterlibatan audiens. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap konten akun @Folkative, wawancara mendalam dengan pengelola akun dan audiens Folkative, serta dokumentasi pendukung lainnya. Teori empat pilar Strategi Media Sosial digunakan sebagai kerangka konseptual untuk memahami bagaimana strategi konten kreatif akun Instagram Folkative dalam mempertahankan *engagement* serta mempertahankan ciri khas akun Instagram Folkative. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi konten kreatif Folkative menunjukkan bahwa akun Instagram Folkative secara konsisten mempertahankan visual yang menjadi ciri khas Folkative, konsisten menggunakan bahasa yang sesuai dengan target audiens, menerapkan relevansi konten terhadap audiens. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang strategi konten kreatif pada Akun Instagram @Folkative.

Kata Kunci: Folkative, Strategi Konten Kreatif, Instagram.