

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PERENCANAAN DAN
PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM @YOURSAY.ID**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Ilma Nur Alfiani
21.96.2583

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

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PERENCANAAN DAN
PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM @YOURSAY.ID**

SKRIPSI

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



Disusun oleh:

Ilma Nur Alfiani
21.96.2583

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

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**Strategi Komunikasi dalam Perencanaan dan Pembuatan Konten Instagram
@yoursay.id**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ilma Nur Alfiani

21.96.2583

telah disetujui oleh Yulinda Erlistyarini, M.Med.Kom.

pada 10 Februari 2025

Dosen Pembimbing,



Yulinda Erlistyarini, M.Med.Kom.

NIK. 190302485

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI**

**Strategi Komunikasi dalam Perencanaan dan Pembuatan Konten Instagram
@yoursay.id**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ilma Nur Alfiani
21.96.2583

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 24 Februari 2025

Nama Penguji

Rosyidah Jayanti Vijaya, S.E., M.Hum
NIK. 190302266

Kalis Purwanto, Dr., MM
NIK. 190302357

Yulinda Erlistyarini, S.Ikom., M.Med.Kom
NIK. 190302485

Tanda Tangan



Untuk memperoleh gelar Sarjana (S. Ikom)
13 Maret 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI) dan ini 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 di sebutkan dalam daftar pustaka.

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

Yogyakarta, 10 Februari 2025



Ilma Nur Alfiani

21.96.2583

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya. Sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi Dalam Perencanaan dan Pembuatan Konten Instagram @yoursay.Id” yang di ajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Proses penyusunan skripsi ini, peneliti mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak.

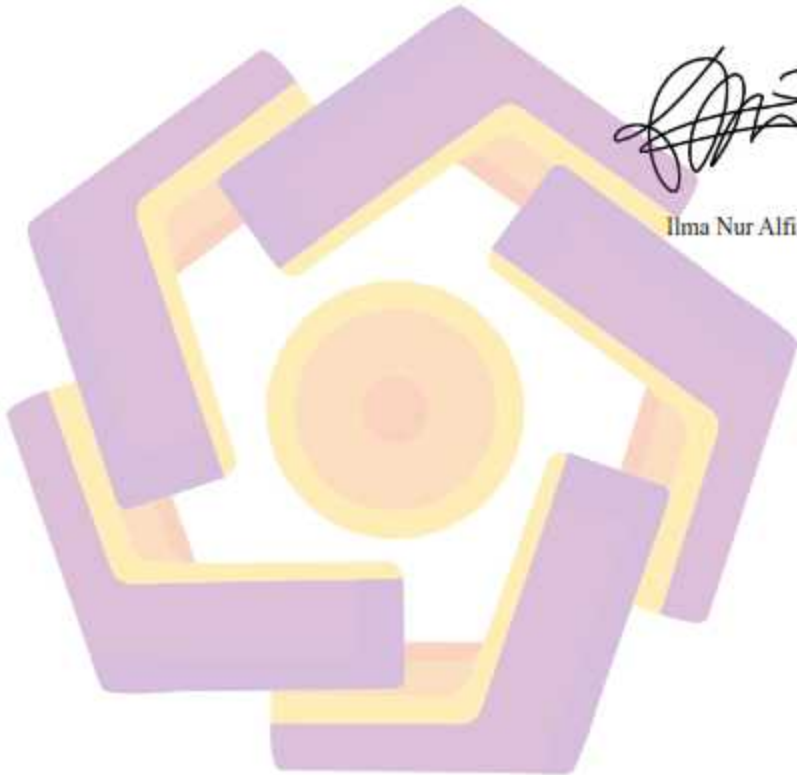
1. Prof. Dr. M. Suyanto, selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Ibu Yulinda Erlistyarini, M.Med.Kom, dosen pembimbing saya yang telah memberikan bimbingan, saran dan arahan pada peneliti hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Maksum dan Ibu Titik selaku orang tua penulis yang selalu memberikan kasih sayang, doa dan nasihat yang menguatkan peneliti hingga saat ini.
6. Naja, adik saya yang selalu memberikan semangat dalam setiap tantangan yang peneliti lalui.
7. Bapak Rendy Andrikni Sadikin, Kak Hernawan Kak Dita kak Tarissa dan segenap karyawan Yoursay yang telah memberikan izin serta bersedia meluangkan waktu dan tenaga dalam penelitian ini.
8. Keluarga 21IK05 yang telah memberikan banyak pembelajaran dan pengalaman kepada peneliti selama berkuliah di Universitas Amikom Yogyakarta.
9. Sebangku Bertujuh dan Ciwik-ciwik yang senantiasa memberikan dukungan serta semangat dalam proses pembuatan skripsi ini.
10. Deo yang senantiasa menemani dan memberi dukungan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini.

Saya juga menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang memberikan dukungan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga segala bantuan dan kebaikan akan memperoleh balasan yang setimpal dan bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, 10 Februari 2025



Ilma Nur Alfiani



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan semesta alam beserta isinya yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua sehingga skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi dalam Perencanaan dan Pembuatan Konten Instagram @yoursay.id” dapat selesai dengan lancar.

Tidak lupa, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini karena tanpa adanya mereka, penelitian tidak akan sampai di tahap ini. Semoga segala bantuan yang telah diberikan, mendapat balasan yang setimpal dan bermanfaat di kemudian hari.

Peneliti menyadari jika skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, baik dalam penyusunan maupun tata bahasa yang digunakan untuk menyampaikan maksud penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti berharap dapat menerima saran dan kritik dari pembaca agar dapat memperbaiki skripsi ini. Peneliti berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menginspirasi bagi pembaca.

Yogyakarta, 10 Februari 2025



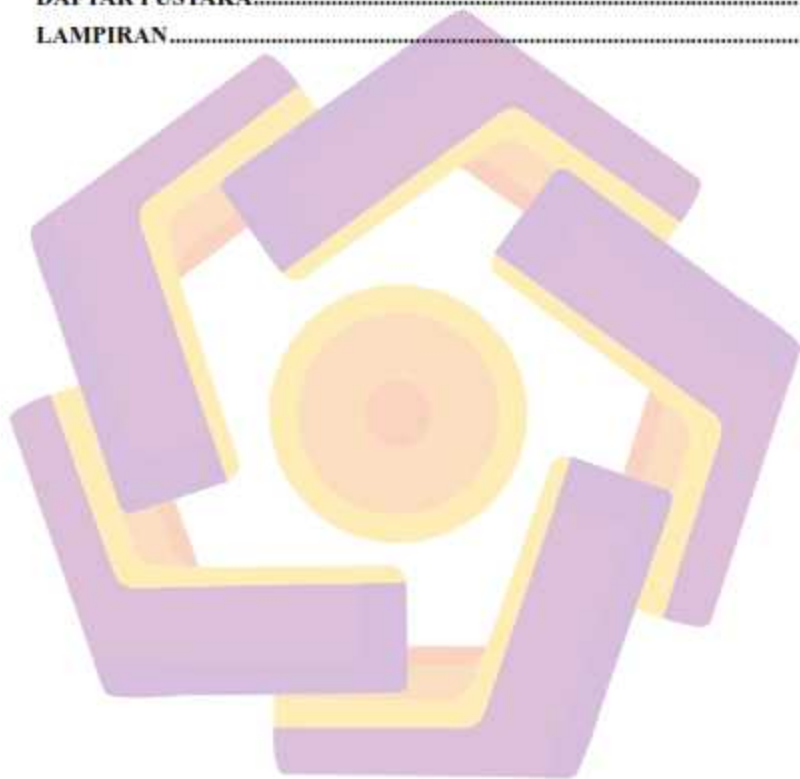
Ilma Nur Alfiani

DAFTAR ISI

STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PERENCANAAN DAN PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM @YOURSAY.ID.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Batasan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	4
1.5.1. Manfaat Teoritis	4
1.5.2. Manfaat Praktis	4
1.6. Sistematika Bab.....	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori	12
2.2.1. Strategi Komunikasi	12
2.2.2. Perencanaan Konten	14
2.2.3. Teori Difusi Inovasi.....	15
2.2.4. Media Sosial	17

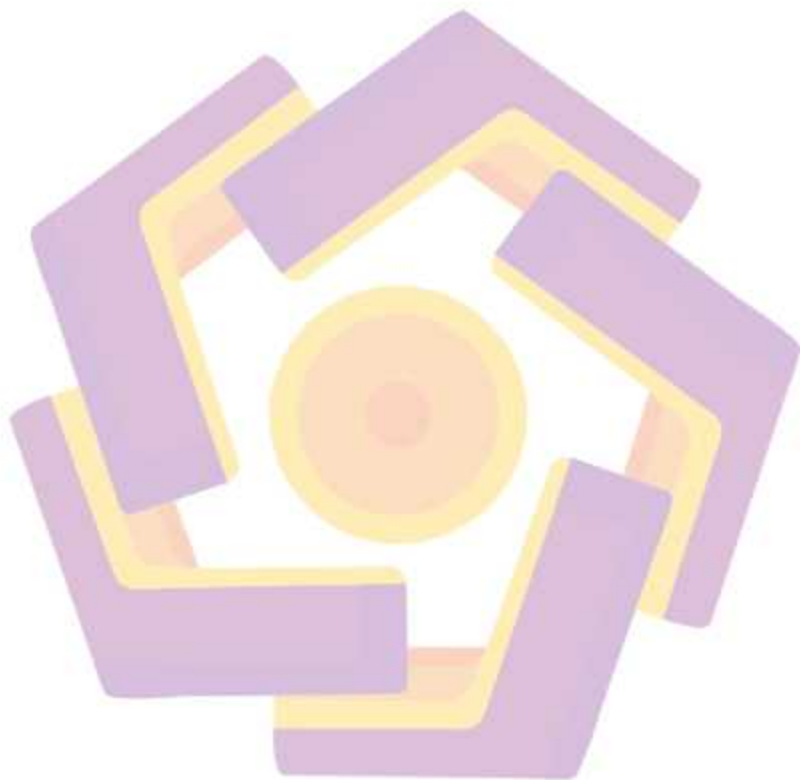
2.2.5.	Instagram.....	18
2.3.	Kerangka Berpikir.....	21
BAB III.....		22
METODOLOGI PENELITIAN		22
3.1.	Paradigma dan Pendekatan Penelitian	22
3.1.1.	Paradigma Penelitian.....	22
3.1.2.	Pendekatan Penelitian	22
3.2.	Metodologi Penelitian.....	23
3.3.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	23
3.3.1.	Lokasi Penelitian.....	23
3.3.2.	Waktu Penelitian	23
3.4.	Subjek Penelitian dan Objek Penelitian.....	24
3.5.	Sumber Data.....	24
3.5.1.	Data Primer.....	24
3.5.2.	Data Sekunder.....	25
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	25
3.6.1.	Wawancara.....	26
3.6.2.	Observasi.....	26
3.7.	Teknik Analisis Data	26
3.8.	Triangulasi Data	27
BAB IV.....		29
TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....		29
4.1.	Profil Yoursay.id.....	29
4.1.1.	Logo Yoursay.id	31
4.1.2.	Struktur Divisi Social Media Yoursay.....	32
4.2.	Temuan Penelitian.....	33
4.2.1.	Media Sosial Instagram @yoursay.id.....	33
4.2.2.	Strategi Komunikasi dalam Perencanaan dan Pembuatan Konten Instagram @yoursayid.....	44
4.2.3.	Kendala Perencanaan dan Pembuatan Konten Instagram @yoursay.id.id.....	66
4.3.	Pembahasan.....	69
4.3.1.	Media Sosial Instagram @yoursay.id.id	69

4.3.2. Strategi Komunikasi dalam Perencanaan dan Pembuatan Konten Instagram @yoursay.id	70
4.3.3. Kendala Strategi Komunikasi dalam Perencanaan dan Pembuatan Konten Instagram @yoursay.id	77
BAB V PENUTUP	79
5.1. Kesimpulan	79
5.2. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84



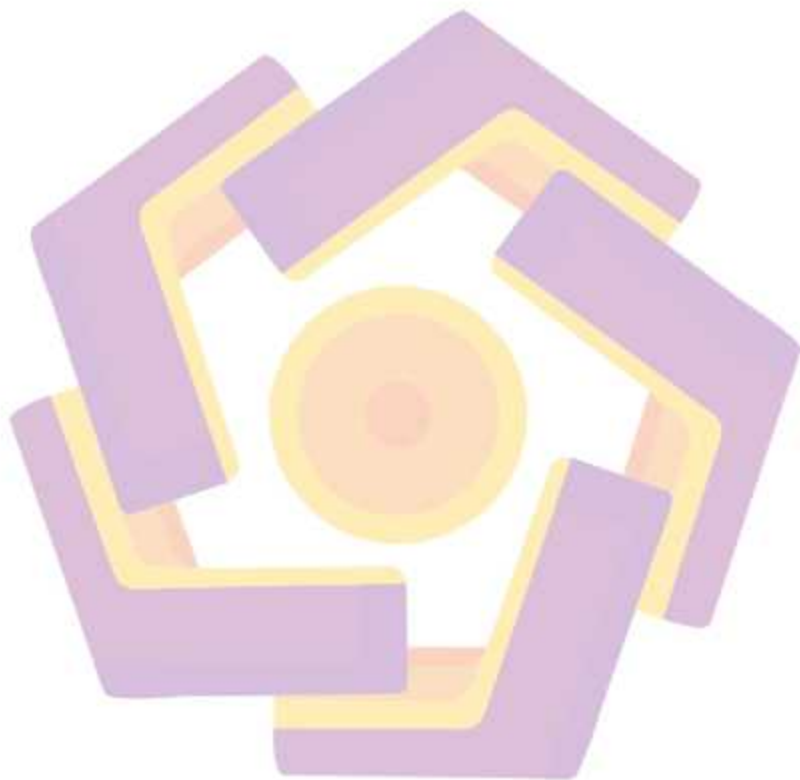
DAFTAR TABEL

Tabel 2,1 Penelitian Terdahulu	12
--------------------------------------	----



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir.....	21
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Divisi Social Media Yoursay.....	33



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Beranda situs web Yoursay.id	29
Gambar 4.2 Poster Salah Satu Event Yoursay	30
Gambar 4.3 Poster	31
Gambar 4.4 Logo Yoursay.id setelah <i>redevine</i>	32
Gambar 4.5 Akun Instagram @yoursay.id.id	35
Gambar 4.6 Postingan Instagram @yoursay.id mengenai Literasi	37
Gambar 4.7 Postingan Instagram @yoursay.id mengenai <i>career opportunity</i> ..	38
Gambar 4.8 Postingan Instagram @yoursay.id mengenai <i>memership</i>	39
Gambar 4.9 Postingan Instagram @yoursay.id mengenai <i>Campaign</i>	40
Gambar 4.10 Postingan Instagram @yoursay.id mengenai <i>community</i>	41
Gambar 4.11 Postingan Instagram @yoursay.id mengenai <i>Event</i>	42
Gambar 4.12 Postingan Instagram @yoursay.id mengenai Edukasi	43
Gambar 4.13 Kondisi kolase instagram sebelum adanya gagasan inovasi.	52
Gambar 4.14 Kolase feeds setelah adanya inovasi	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Penelitian	84
Lampiran 2 Transkrip Wawancara <i>Chief Yoursay</i>	87
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Koordinator Yoursay	92
Lampiran 4 Transkrip Wawancara <i>Social Media Officer</i> Yoursay	100
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Mahasiswa Magang Yoursay	104
Lampiran 6 Dokumentasi Wawancara Dengan Narasumber	113
Lampiran 7 Surat Izin Penelitian Universitas Amikom Yogyakarta	114
Lampiran 8 Surat Ketersediaan Kerja Sama	115
Lampiran 9 Bukti Turnitin	116



ABSTRAK

Media sosial banyak mengubah paradigma komunikasi masyarakat. Masyarakat awalnya membutuhkan waktu lama untuk menyampaikan pesannya karena terkendala jarak. Sekarang, komunikasi dapat dilakukan secara virtual yang pesannya dapat diterima di waktu itu juga dengan media sosial, seperti instagram. Tak hanya digunakan secara individu, instagram juga kerap digunakan untuk membangun komunikasi antara instansi dengan audiens yang dituju. Akibatnya, perlu sebuah strategi komunikasi yang tepat dan terarah agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Begitu pula dengan apa yang dilakukan oleh Yoursay.id dalam mengelola media sosial instagramnya. Maka penelitian ini mendeskripsikan mengenai bagaimana strategi komunikasi dalam perencanaan dan pembuatan konten instagram @yoursay.id dengan menggunakan teori difusi inovasi. Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif sehingga hasil penelitian ini mengarah pada proses difusi inovasi dapat menghasilkan sebuah kebaruan ide konten dalam perencanaan dan pembuatan konten instagram @yoursay.id. Strategi komunikasi dalam perencanaan dan pembuatan konten instagram @yoursay melalui berbagai proses komunikasi, baik antar karyawan tetap maupun mahasiswa magang. Sifat terbuka antar individu, memudahkan penyebaran inovasi antar sistem sosial dalam Yoursay.id sehingga setiap tujuan strategi komunikasi dapat tercapai.

Kata kunci : *Strategi Komunikasi, Perencanaan Konten, Difusi Inovasi, Yoursay.id*

ABSTRACT

Social media has significantly changed the paradigm of public communication. People initially needed a long time to deliver their messages due to distance constraints. Now, communication can be conducted virtually, with messages being received instantly through social media platforms like Instagram. Not only used individually, Instagram is also frequently used to build communication between institutions and their target audiences. Consequently, a precise and directed communication strategy is necessary to achieve the desired goals. This is also what Yoursay.id does in managing its Instagram social media. Therefore, this research describes the communication strategies in the planning and creation of Instagram content for @yoursay.id, using the diffusion of innovation theory. This research is qualitative descriptive, so the results of this research lead to the process of diffusion of innovation being able to produce a novelty of content ideas in the planning and creation of Instagram content @yoursay.id. Communication strategies in the planning and creation of Instagram content @yoursay go through various communication processes, both between permanent employees and interns. The open nature between individuals facilitates the spread of innovation between social systems within Yoursay.id, so that every goal of the communication strategy can be achieved.

Keywords: *Communication Strategy, Content Planning, Diffusion of Inovation Theory, Yoursay.id*