

**STRATEGI *CONTENT PLANNER* DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
VIEWERS MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM @RBTV_JOGJA***

SKRIPSI



Disusun oleh:

Nadiya Nisrina

21.96.2674

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

**STRATEGI *CONTENT PLANNER* DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
VIEWERS MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* @RBTV_JOGJA**

SKRIPSI

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



Disusun oleh:

Nadiya Nisrina
21.96.2674

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

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

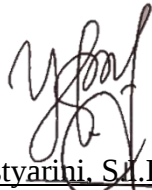
**Strategi *Content Planner* dalam Meningkatkan Jumlah *Viewers* Media Sosial
*Instagram @rbtv_jogja***

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nadiya Nisrina
NIM 21.96.2674

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 17 Februari 2025

Dosen Pembimbing,



Yulinda Erlistyarihi, S.A.Kom., M.Med.Kom.
NIK. 190302485

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**Strategi *Content Planner* dalam Meningkatkan Jumlah *Viewers* Media Sosial
*Instagram @rbtv_jogja***

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nadiya Nisrina
NIM 21.96.2674

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 10 Februari 2025

Nama Penguji

Nurbayti, S.I.Kom., M.A.
NIK. 190302363

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

Yulinda Erlistyarini M.Med.Kom.
NIK. 190302485

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
(18 Februari 2024)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
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, 28 Januari 2025



Nadiya Nisrina
NIM. 21.96.2674

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga proposal skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu untuk memenuhi mata kuliah skripsi program strata satu (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Dalam prosesnya, penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis 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 Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Yulinda Erlistyarini, S.Ikom., M.Med.Kom, S.I.Kom., M.A selaku Dosen Pembimbing.
5. RBTV Jogja selaku tempat peneliti melakukan penelitian ini.
6. Mama, Abah, Adik-adik dan keluarga yang selalu mendukung juga mendoakan setiap langkah atau keputusan apapun yang dibuat oleh penulis. Terima kasih sudah mempercayai dan membebaskan penulis untuk semua hal.
7. Teman dan sahabat di Kalimantan maupun Jogja yang mendukung penulis.
8. Elen Siskawati, teman yang kebersamai penulis selama pengerjaan skripsi.
9. Dan semua pihak yang tidak bisa disebut satu per satu namanya.

Semoga dengan adanya penelitian ini dapat berguna untuk Universitas Amikom Yogyakarta dan Prodi Ilmu Komunikasi. Penulis berharap penelitian ini dapat lebih berkembang lagi kedepannya untuk instansi maupun kampus.

Yogyakarta, 13 Januari 2025

Nadiya Nisrina

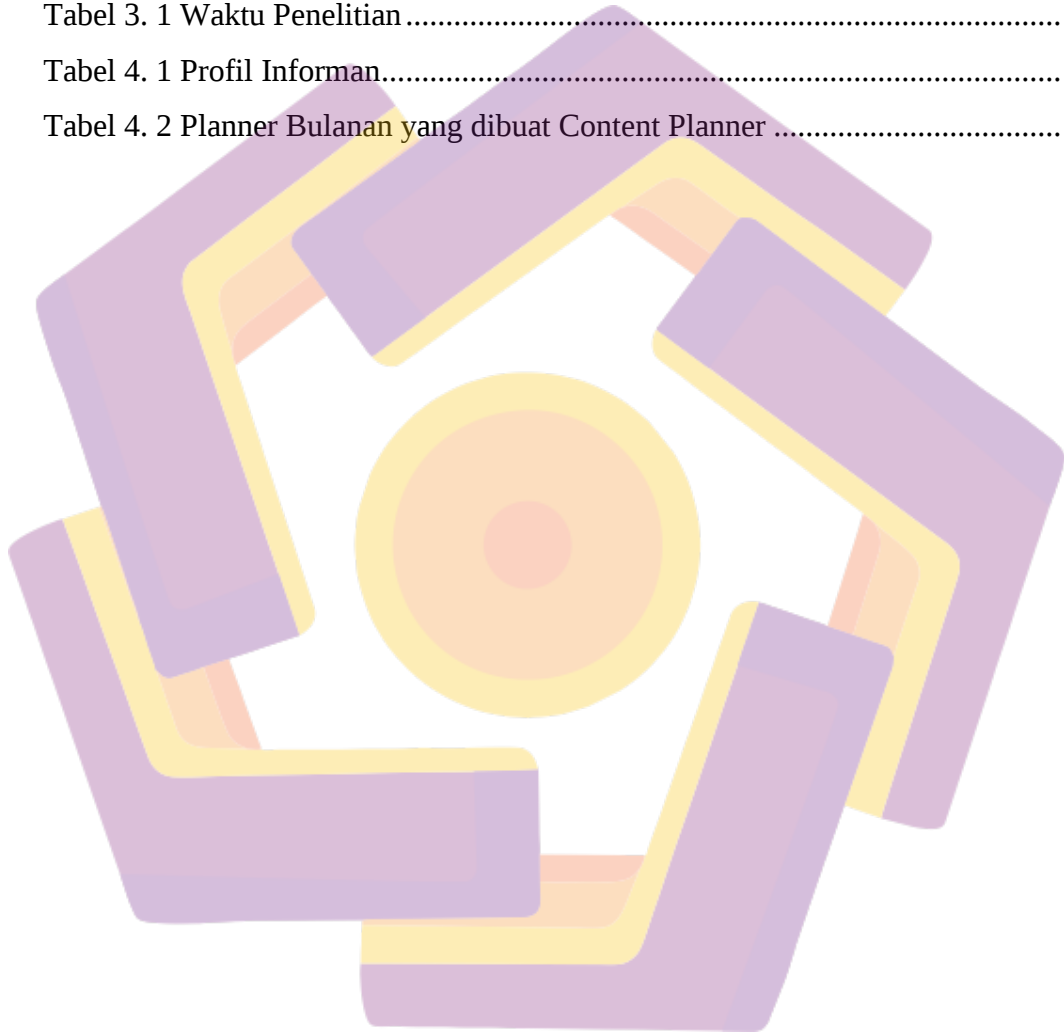
DAFTAR ISI

STRATEGI <i>CONTENT PLANNER</i> DALAM MENINGKATKAN JUMLAH <i>VIEWERS</i> MEDIA SOSIAL <i>INSTAGRAM</i> @RBTV_JOGJA	i
STRATEGI <i>CONTENT PLANNER</i> DALAM MENINGKATKAN JUMLAH <i>VIEWERS</i> MEDIA SOSIAL <i>INSTAGRAM</i> @RBTV_JOGJA	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Bab.....	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Sebelumnya	6
2.2 Landasan Teori/Konsep.....	11
2.3 Kerangka Konsep	15
BAB III	17
METODOLOGI PENELITIAN.....	17
3.1 Paradigma Penelitian.....	17
3.2 Pendekatan Penelitian.....	18

3.3 Metode Penelitian.....	18
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	18
3.4.1 Subjek Penelitian	18
3.4.2 Objek Penelitian.....	19
3.5 Teknik Pengambilan Data	19
3.6 Waktu Penelitian	20
3.7 Teknik Analisis Data	20
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	21
BAB IV	24
TEMUAN DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Profil Informan	24
4.2 Temuan Penelitian.....	25
4.3 Pembahasan	38
BAB V.....	46
PENUTUP.....	46
5.1 Kesimpulan dan Saran.....	46
5.1.1 Kesimpulan	46
5.1.2 Saran	47
5.2 Penelitian Selanjutnya	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN.....	50

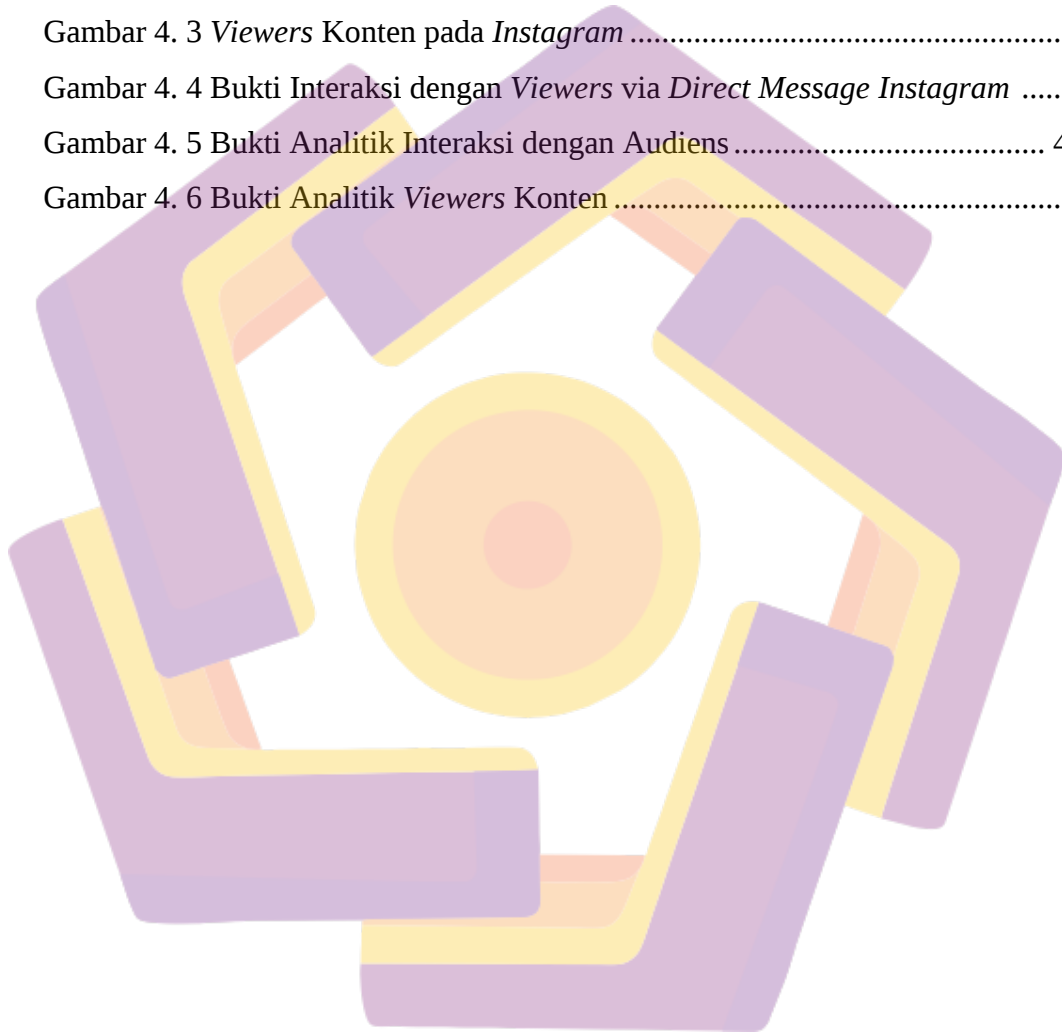
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Penelitian Sebelumnya.....	6
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....	20
Tabel 4. 1 Profil Informan.....	25
Tabel 4. 2 Planner Bulanan yang dibuat Content Planner	30



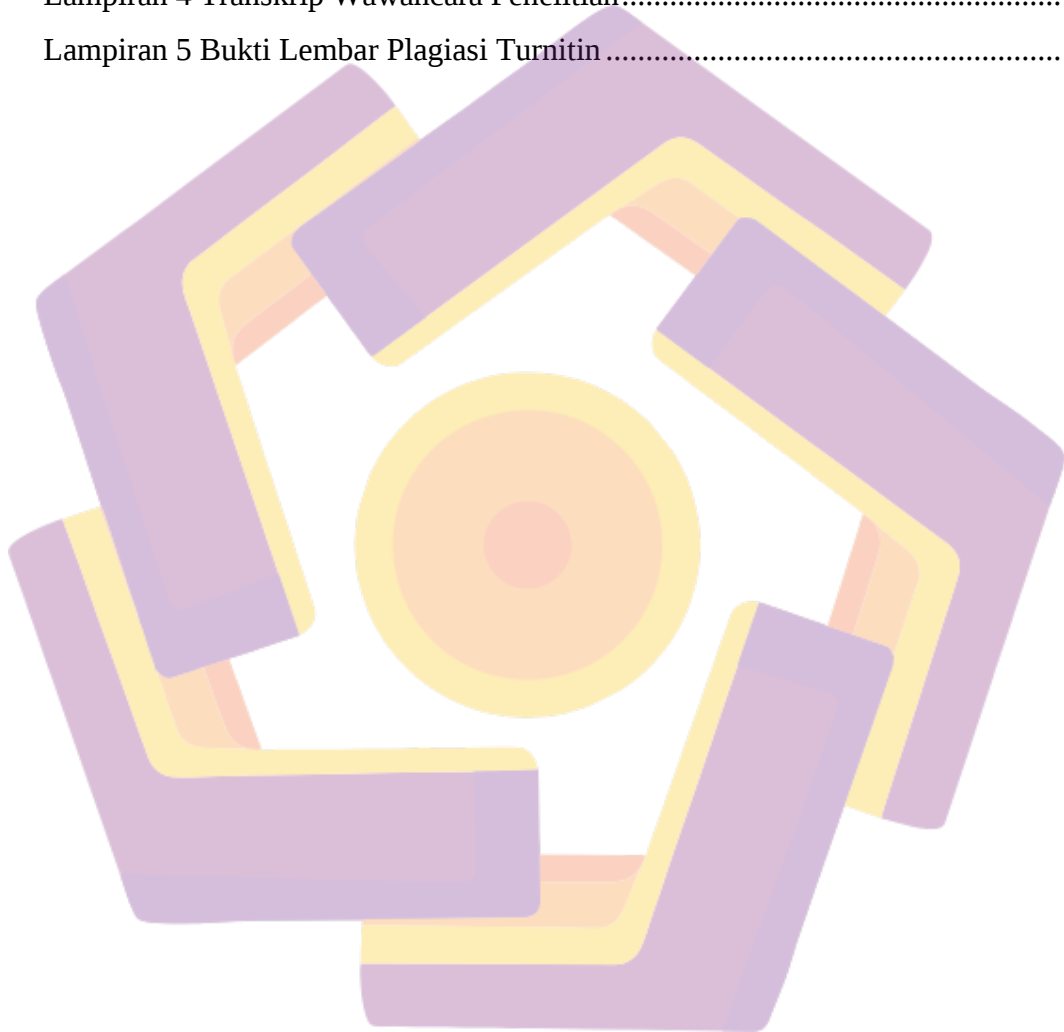
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konsep	16
Gambar 4. 1 Konten Hiburan Perayaan Hari Besar	34
Gambar 4. 2 Konten Hiburan dan Konten Berhubungan Program	34
Gambar 4. 3 <i>Viewers</i> Konten pada <i>Instagram</i>	34
Gambar 4. 4 Bukti Interaksi dengan <i>Viewers</i> via <i>Direct Message Instagram</i>	34
Gambar 4. 5 Bukti Analitik Interaksi dengan Audiens	444
Gambar 4. 6 Bukti Analitik <i>Viewers</i> Konten	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti Surat Penelitian dari Kampus	50
Lampiran 2 Bukti Surat Penelitian dari RBTJ Jogja.....	51
Lampiran 3 Bukti Dokumentasi Wawancara Peneliti.....	52
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Penelitian.....	53
Lampiran 5 Bukti Lembar Plagiasi Turnitin.....	74



ABSTRAK

Content planner berperan mengatur perencanaan dalam sebuah konten yang akan tayang di media sosial. Perencanaan membutuhkan sebuah strategi yang matang untuk membuat konten dapat berjalan dengan mudah dan efektif. *Viewers* dalam konteks industri digital adalah audiens yang berinteraksi dengan berbagai bentuk konten digital. Dalam ekosistem digital yang dinamis, keberadaan *viewers* sangat penting. Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi *content planner* dalam meningkatkan jumlah *viewers* media sosial Instagram @rbtv_jogja. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan subjek penelitian yang dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah model analisis interaktif Miles & Huberman. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi yang dibuat oleh *content planner* dalam meningkatkan jumlah *viewers* dapat membantu kinerja pembuatan konten media sosial. Strategi *content planner* yang digunakan oleh tim media sosial RBTV Jogja terutama media sosial Instagram menggunakan metode 8 tahapan dalam perencanaan pembuatan konten menurut Kotler. Untuk bagian poin menetapkan tujuan, melakukan pemetaan target pasar, strategi perancangan rencana terkait gagasan konten, dan evaluasi RBTV Jogja sudah menjalankannya dengan baik. Namun untuk bagian memproses penciptaan konten yang menarik untuk memiliki nilai jual yang tinggi di khalayak, mendistribusikan konten untuk dikenalkan, penguatan konten untuk menjangkau pengaruh minat *viewers*, dan perbaikan performa masih harus diperbaiki lagi terutama untuk meningkatkan *viewers*. RBTV Jogja masih harus melakukan peningkatan dalam mengupayakan kestabilan jumlah *viewers* agar tidak turun naik, dengan kekuatan konten hiburannya.

Kata Kunci: *Content Planner*, Strategi, *Viewers*, Instagram, RBTV Jogja

ABSTRACT

Content planners play a role in organizing planning in content that will be broadcast on social media. Planning requires a mature strategy to make content run easily and effectively. Viewers in the context of the digital industry are audiences who interact with various forms of digital content. In a dynamic digital ecosystem, the existence of viewers is very important. This study aims to determine the strategy of content planners in increasing the number of viewers of Instagram social media @rbtv_jogja. The research method used is descriptive qualitative with research subjects selected using purposive sampling techniques. The data analysis technique used is the Miles & Huberman interactive analysis model. The results of this research conclude that the strategy created by the content planner to increase the number of viewers can help the performance of social media content creation. The content planner strategy used by the RBTV Jogja social media team, especially Instagram social media, uses the 8 stage method in planning content creation according to Kotler. For the points of setting goals, mapping target markets, planning strategies related to content ideas, and evaluating RBTV Jogja for doing it well. However, the process of creating interesting content to have high selling value to audiences, distributing content to be introduced, strengthening content to reach the influence of viewers' interests, and improving performance still need to be improved, especially to increase viewers. RBTV Jogja still has to make improvements in trying to stabilize the number of viewers so that it doesn't fluctuate, with the strength of its entertainment content.

Keyword: Content Planner, Strategy, Viewers, Instagram, RBTV Jogja