

**SKRIPSI  
SKEMA PUBLIKASI JURNAL**

**ANALISIS ISI KONTEN POST AKUN INSTAGRAM @MENANTEA.TOKO  
DALAM MEMBANGUN *ENGAGEMENT FOLLOWERS***

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar  
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta



**Oleh:**

Fransiska Regina Felin Siporay 18.96.0887

**Dosen Pembimbing:**

Riski Damastuti S.Sos., M.A.

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

**2022**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI  
SKEMA PUBLIKASI PROSIDING/ JURNAL**

**ANALISIS ISI KONTEN POST AKUN INSTAGRAM @MENANTEA.TOKO DALAM  
MEMBANGUN ENGAGEMENT FOLLOWERS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar  
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:

**Fransiska Regina Felin Siporay**  
**18.96.0887**

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing



**Riski Damastuti S.Sos., M.A.**  
NIK 190302475

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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

**Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng**  
NIK. 190302107

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Fransiska Regina Felin Siporay  
NIM : 18.96.0887  
Program Studi : SI Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Sosial  
Universitas : Antikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiat dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiat 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, 11 Agustus 2022

Yang Memberikan Pernyataan



Fransiska Regina Felin Siporay

NIM. 18.96.0887

## KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya 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. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. sebagai Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng. sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Riski Damastusi S.Sos., M.A. sebagai dosen pembimbing tugas akhir yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta saran kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Keluarga penulis terutama kedua orang tua dan kakak yang selalu memberikan doa, nasehat, dan dukungan dalam setiap perjalanan hidup penulis, sehingga penulis dapat mencapai titik ini dengan sangat baik.
6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan terutama teman-teman penulis yang telah berkontribusi dalam penelitian sehingga penyusunan tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Yogyakarta, 11 Agustus 2022



Penulis,

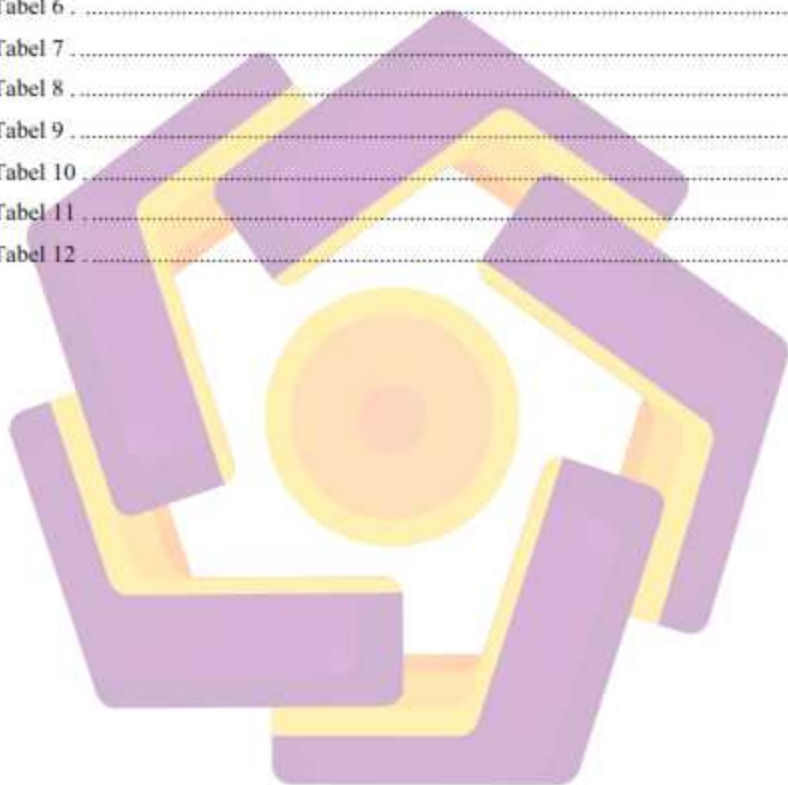
Fransiska Regina Felin Siporay

## DAFTAR ISI

SKRIPSI .....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
INTISARI .....	1
ABSTRACT .....	2
BAB I PENDAHULUAN .....	3
BAB II KAJIAN TEORITIS .....	6
BAB III METODE PENELITIAN .....	11
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	14
1. Analisis Konten Post Akun Instagram @menantea.toko .....	14
1.1 Bentuk Konten Post .....	14
1.2 Karakteristik Pesan Caption .....	15
1.3 Jenis Konten Post .....	15
1.4 Konten Visual .....	16
1.5 Konten Visual Warna .....	17
1.6 <i>Hashtag</i> .....	18
1.7 <i>Mention</i> dan <i>Tag</i> .....	19
2. Tahap Engagement @menantea.toko .....	21
2.1 Konsumsi ( <i>Consumption</i> ) .....	21
2.2 Kurasi ( <i>Curation</i> ) .....	22
2.3 Penciptaan ( <i>Create</i> ) .....	23
2.4 Kolaborasi ( <i>Collaboration</i> ) .....	24
BAB V KESIMPULAN .....	25
DAFTAR PUSTAKA .....	26
LAMPIRAN .....	30

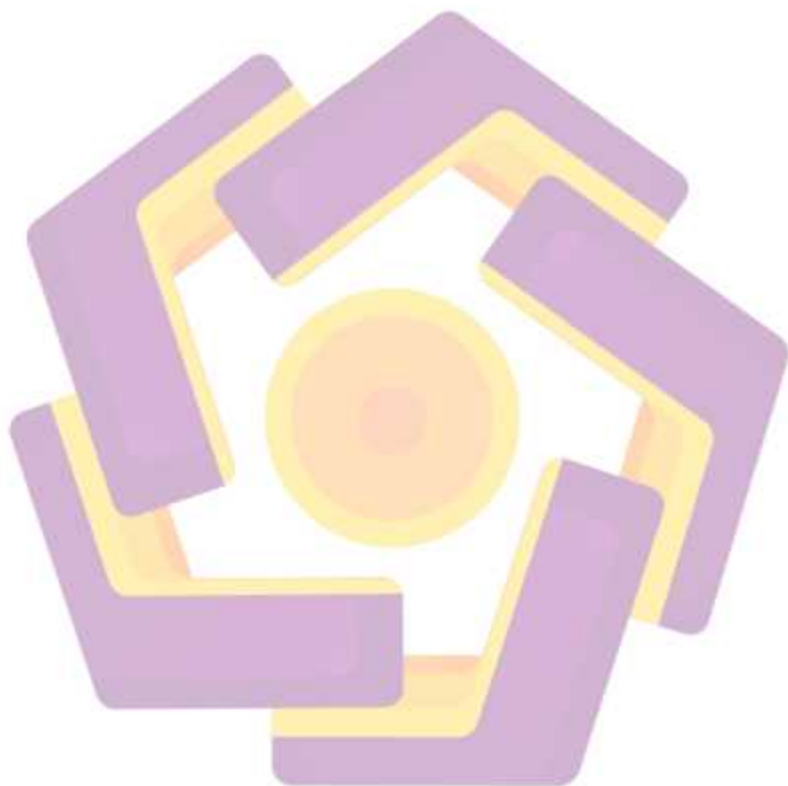
## DAFTAR TABEL

Tabel 1 .....	4
Tabel 2 .....	12
Tabel 3 .....	14
Tabel 4 .....	15
Tabel 5 .....	15
Tabel 6 .....	16
Tabel 7 .....	17
Tabel 8 .....	18
Tabel 9 .....	19
Tabel 10 .....	20
Tabel 11 .....	21
Tabel 12 .....	22



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 .....	22
Gambar 2 .....	23
Gambar 3 .....	24





## INTISARI

Memasuki era industri 4.0 berdampak pada semakin banyak munculnya industri dari berbagai bidang termasuk *food & beverages*. Industri-industri tersebut memiliki akun bisnis Instagram sebagai alat pemasaran media sosial mereka dan untuk membangun *engagement followers*. Penelitian ini bertujuan untuk memahami karakteristik konten post yang diciptakan akun Instagram @menantea.toko dalam membangun *engagement followers* dan mengetahui sejauh mana tahapan *engagement* yang telah diraih @menantea.toko. Menantea adalah bisnis dalam bidang *food & beverages* yang memanfaatkan Instagram untuk menjalin interaksi dengan pelanggan. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif bersifat deskriptif dengan metode penelitian analisis isi kuantitatif terhadap unggahan *feed* Instagram @menantea.toko pada tahun 2021 dengan jumlah keseluruhan 154 unggahan. Konten postingan @menantea.toko menjadi unit analisis dalam penelitian ini yang kemudian dibagi menjadi beberapa dimensi diantaranya jenis konten post, karakteristik pesan *caption*, bentuk konten post, konten visual, konten visual warna, *hashtag*, *mention* dan *tag*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @menantea.toko berhasil sampai pada tahap tertinggi *engagement* yaitu kolaborasi. Dalam membangun *engagement followers*, @menantea toko mengelola konten post dengan memerhatikan visual konten dan memanfaatkan fitur Instagram *caption*, *hashtag* dan *tag*.

Kata Kunci: Konten Post, Media Sosial, Instagram, *Engagement*



## ABSTRACT

*Entering the industrial era 4.0 has an impact on more industries from various sectors, including food and beverage. These industries has their own Instagram business accounts as their social media marketing tool and to build follower engagement. This study aims to understand the characteristic content of posts made by the Instagram account @menantea.toko in building follower engagement and to find out how far the stages of engagement have been achieved by @menantea.toko. Menantea is a brand of food and beverage business that uses Instagram to interact with customers. The researcher uses a descriptive approach with quantitative research methods on uploads to the Instagram feeds of @menantea.toko in 2021, with a total of 154 posts. The post content of @menantea.toko is the unit of analysis in this study, then divided into several dimensions, including the type of post content, the characteristics of the caption message, the form of the post content, visual content, color visual content, hashtags, mentions, and tags. The results showed that @menantea.toko managed to reach the highest stage of engagement, namely collaboration. In building follower engagement, @menantea.toko manages post content with visual content and takes the advantage of the Instagram caption, hashtag, and tag features.*

*Keywords: Konten Post, Social Media, Instagram, Engagement*