

**PERAN CONTENT CREATOR DISKOMINFO DIY DALAM MENYALURKAN  
INFORMASI KE MASYARAKAT MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**SKRIPSI**



disusun oleh:

**Renny Yuliaty**

**18.96.0570**

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

**2022**

**PERAN CONTENT CREATOR DISKOMINFO DIY DALAM  
MENYALURKAN INFORMASI KE MASYARAKAT MELALUI MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

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



Disusun oleh

**RENNY YULIATY**

**18.96.0570**

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

**2022**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERAN CONTENT CREATOR DISKOMINFO DIY DALAM  
MENYALURKAN INFORMASI KE MASYARAKAT MELALUI  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Renny Yuliaty**

**18.96.0570**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal

**Dosen Pembimbing,**

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

**NIK. 190302107**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PERAN CONTENT CREATOR DISKOMINFO DIY DALAM  
MENYALURKAN INFORMASI KE MASYARAKAT MELALUI  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Renny Yuliaty  
18.96.0570**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

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

**NIK. 190302107**

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

**NIK. 190302475**

**Estiningsih, SE, MM**

**NIK. 190302443**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Tanggal

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom.  
NIK. 190302096**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

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 Juli 2022



Renny Yuliaty  
NIM. 18.96.0570

**MOTTO**

*Slow progress is still progress*



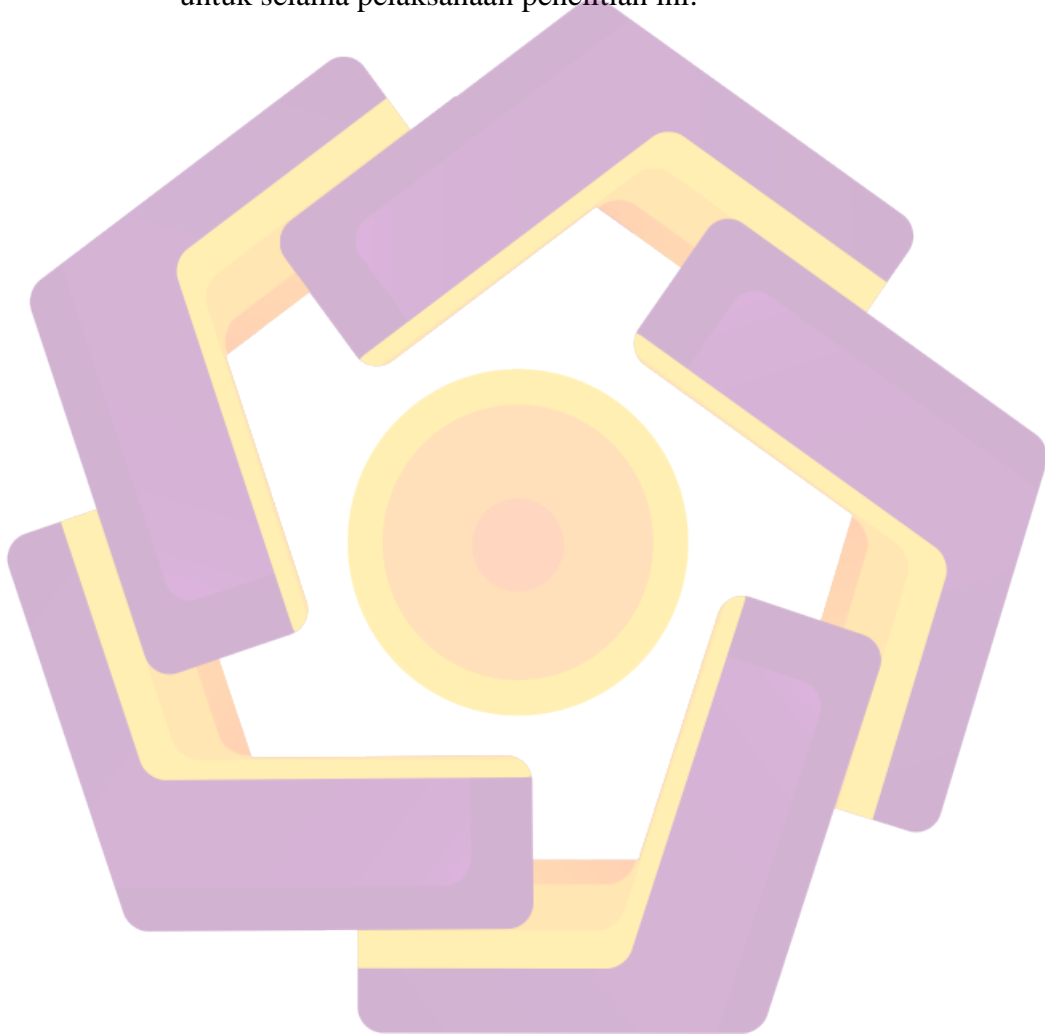
## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kami semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang digunakan sebagai salah satu syarat menyelesaikan program strata satu (S1) pada 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 skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr M. Suyanto, M.M, selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, arahan, bantuan, dukungan, motivasi dan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Dosen-dosen dan seluruh staff pengajar di Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
6. Orang tua penulis, Bapak Sutopo dan Ibu Eni Sudiarti serta kakak-kakak penulis yang dengan segala pengorbanannya.
7. Saudara Andreas Bagas Wicaksono, S.Sos. selaku Content Creator Dinas Komunikasi dan Informatika DIY
8. Seluruh staff dan karyawan Dinas Komunikasi dan Informatika DIY yang telah memberikan kebaikan hatinya selama penulis melakukan penelitian di lokasi penelitian.

9. Teman-teman InsyaAllah Pknik yang telah memberi motivasi dan bantuan kepada penulis.
10. Teman-teman 18 Ilmu Komunikasi 03 Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
11. Dan pihak-pihak yang terkait lainnya yang telah membantu penulis baik untuk selama pelaksanaan penelitian ini.



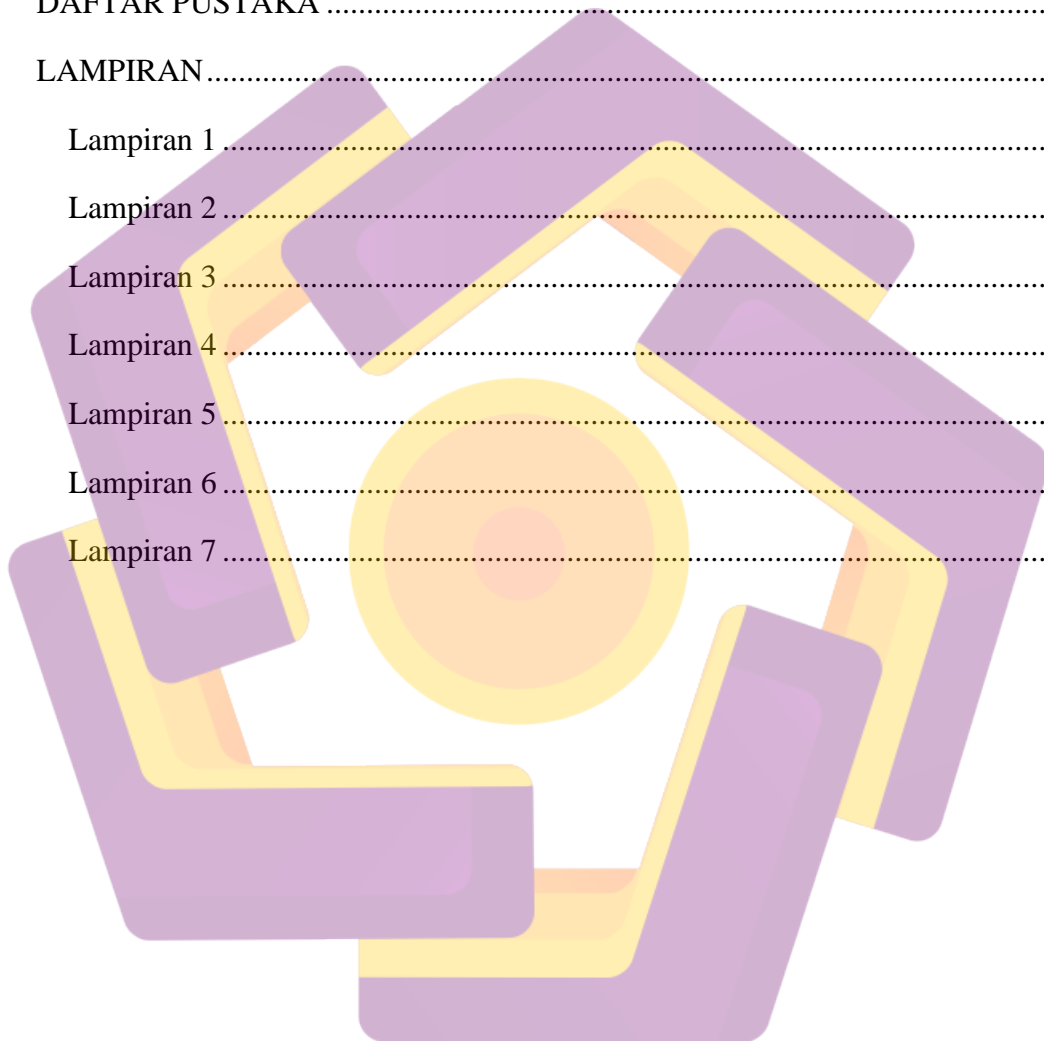


## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
PERSETUJUAN .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
MOTTO .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
ABSTRACT .....	xiv
BAB I .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Teoretis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
1.5 Sistematika Bab .....	8
BAB II .....	11
TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Konten .....	11
2.1.2 Personal Branding .....	12

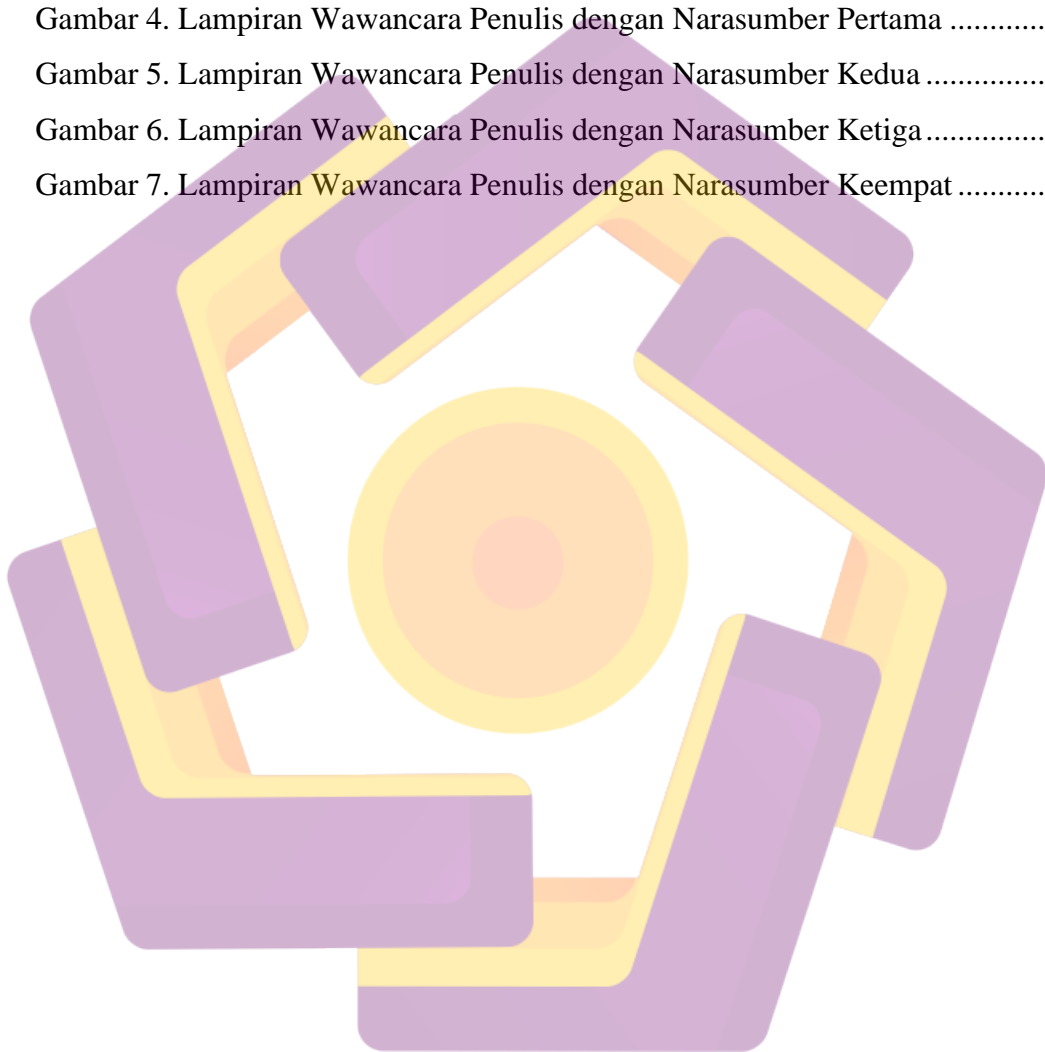
2.1.3 Periklanan.....	13
2.1.4 Industri Kreatif.....	14
2.1.5 Teori <i>Uses and Gratifications</i> .....	15
2.1.6 Media Sosial.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III.....	22
METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Desain Penelitian.....	22
3.1.1 Jenis Penelitian.....	22
3.1.2 Metode Penelitian.....	22
3.1.3 Paradigma Penelitian.....	23
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	24
3.3 Instrumen Penelitian.....	26
3.4 Pengumpulan Data.....	28
3.4.1 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.5 Analisis Data.....	31
BAB IV.....	34
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Hasil Penelitian.....	34
4.1.1 Wawancara <i>Content Creator</i> .....	34
4.1.2 Wawancara <i>Followers</i> .....	41
4.2 Pembahasan Penelitian.....	45
4.2.1 Wawancara <i>Content Creator</i> .....	45
4.2.2 Wawancara <i>Followers</i> .....	47

BAB V.....	49
PENUTUP.....	49
5.1 Kesimpulan .....	49
5.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA .....	52
LAMPIRAN.....	54
Lampiran 1 .....	54
Lampiran 2 .....	57
Lampiran 3 .....	59
Lampiran 4 .....	65
Lampiran 5 .....	68
Lampiran 6 .....	70
Lampiran 7 .....	72



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Waktu Akses Media Digital Pengguna Internet di Indonesia 2021 .....	2
Gambar 2. Tampilan Instagram Diskominfo DIY & Humas Jogja .....	5
Gambar 3. Kerangka Berpikir .....	21
Gambar 4. Lampiran Wawancara Penulis dengan Narasumber Pertama .....	72
Gambar 5. Lampiran Wawancara Penulis dengan Narasumber Kedua .....	72
Gambar 6. Lampiran Wawancara Penulis dengan Narasumber Ketiga .....	73
Gambar 7. Lampiran Wawancara Penulis dengan Narasumber Keempat .....	73



## DAFTAR TABEL

Table 1. Peneliti Terdahulu .....	18
Table 2. Subjek dan Objek Penelitian .....	24



## INTISARI

Pada saat ini media sosial menjadi hal yang paling penting dalam kehidupan bermasyarakat, salah satunya dalam hal penyebaran informasi. Penyebaran Informasi harus dilakukan secara efektif agar pesan atau informasi dapat diterima dengan baik dan tidak menyebabkan kesalahpahaman oleh audiens. Informasi yang akan disebarakan melalui media sosial diubah menjadi konten yang menarik agar mudah dipahami dan mudah di akses audiens. Proses pengubahan dari informasi menjadi sebuah konten dilakukan oleh seorang konten kreator. Dalam proses pengubahan informasi menjadi sebuah konten seorang konten kreator berperan dalam menciptakan dan merencanakan konten media sosial untuk dibagikan ke audiens. Karena hal tersebut Dinas Komunikasi dan Informatika DIY pada saat ini membuat konten di media sosial untuk menyalurkan informasi yang aktual dan dapat dipercaya khususnya bagi masyarakat DIY. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran konten kreator di Diskominfo DIY dalam menyebarluaskan informasi kepada masyarakat melalui media sosial instagram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi dan tinjauan pustaka. Dari observasi ini diharapkan penulis mendapatkan hasil dari bagaimana peran konten kreator di Diskominfo DIY dalam menyalurkan informasi melalui media sosial instagram.

**Kata kunci : Konten Kreator, Diskominfo DIY, Media Sosial, Instagram.**

## ABSTRACT

*At this time social media has become the most important thing in social life, one of which is in terms of disseminating information. Information dissemination must be carried out effectively so that messages or information can be received well and do not cause misunderstanding by the audience. Information will be disseminated through social media is transformed into interesting content so that it is easy to understand and easy for the audience to access. The process of converting information into content is carried out by a content creator. In the process of converting information into content, a content creator plays a role in creating and planning social media content to be shared with the audience. Because of this, the DIY Communications and Information Office is currently creating content on social media to spread actual and reliable information, especially for the DIY community. This study aims to analyze the role of content creators at Diskominfo DIY in disseminating information to the public through Instagram social media. The method used in this study is a qualitative descriptive method with data collection techniques in the form of in-depth interviews, observation and literature review. From this observation, it is hoped that the author will get results from how the role of content creators at Diskominfo DIY in disseminating information through social media Instagram.*

**Keywords: Content Creator, Diskominfo DIY, Social Media, Instagram.**