

**ANALISIS PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
SEBAGAI SARANA INFORMASI DAN PROMOSI  
PROGRAM TAYANGAN TALKCATION**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

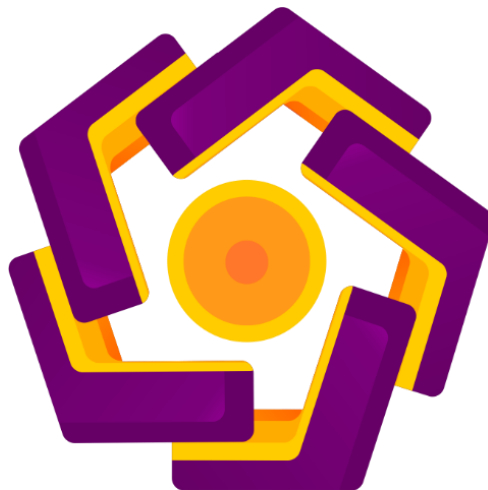
Isya Ravellyna  
21.96.2517

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

**ANALISIS PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
SEBAGAI SARANA INFORMASI DAN PROMOSI  
PROGRAM TAYANGAN TALKCATION**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi sebagai Persyaratan  
mencapai Gelar Sarjana pada  
Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh:**

Isya Ravellyna  
21.96.2517

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

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI  
SARANA INFORMASI DAN PROMOSI PROGRAM TAYANGAN  
TALKCATION**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Isya Ravellyna  
21.96.2517

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada 17 Desember 2025

Dosen Pembimbing,



Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A.  
NIK. 190302445

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI  
SARANA INFORMASI DAN PROMOSI PROGRAM TAYANGAN  
TALKCATION**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Isya Ravellyna  
21.96.2517

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 19 Juni 2025

**Nama Penguji**

Erfina Nuruss'adah, S.Kom.I., M.I.Kom  
NIK. 190302361

Angga Intueri Mahendra P.M.I.Kom  
NIK. 190302339

Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A.  
NIK. 190302445

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
15 Desember 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 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, 16 Juni 2025



A handwritten signature in black ink, appearing to read "Isya Ravellyna".

Isya Ravellyna  
21.96.2517

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT karena rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian serta Menyusun skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA INFORMASI DAN PROMOSI PROGRAM TAYANGAN TALKCATION”** ini dengan baik. Tujuan penyusunan skripsi ini diajukan untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.

Skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya arahan dan bimbingan dari pihak-pihak tertentu. Maka dari itu, penulis mengucapkan terimakasih atas bantuan yang telah diberikan kepada :

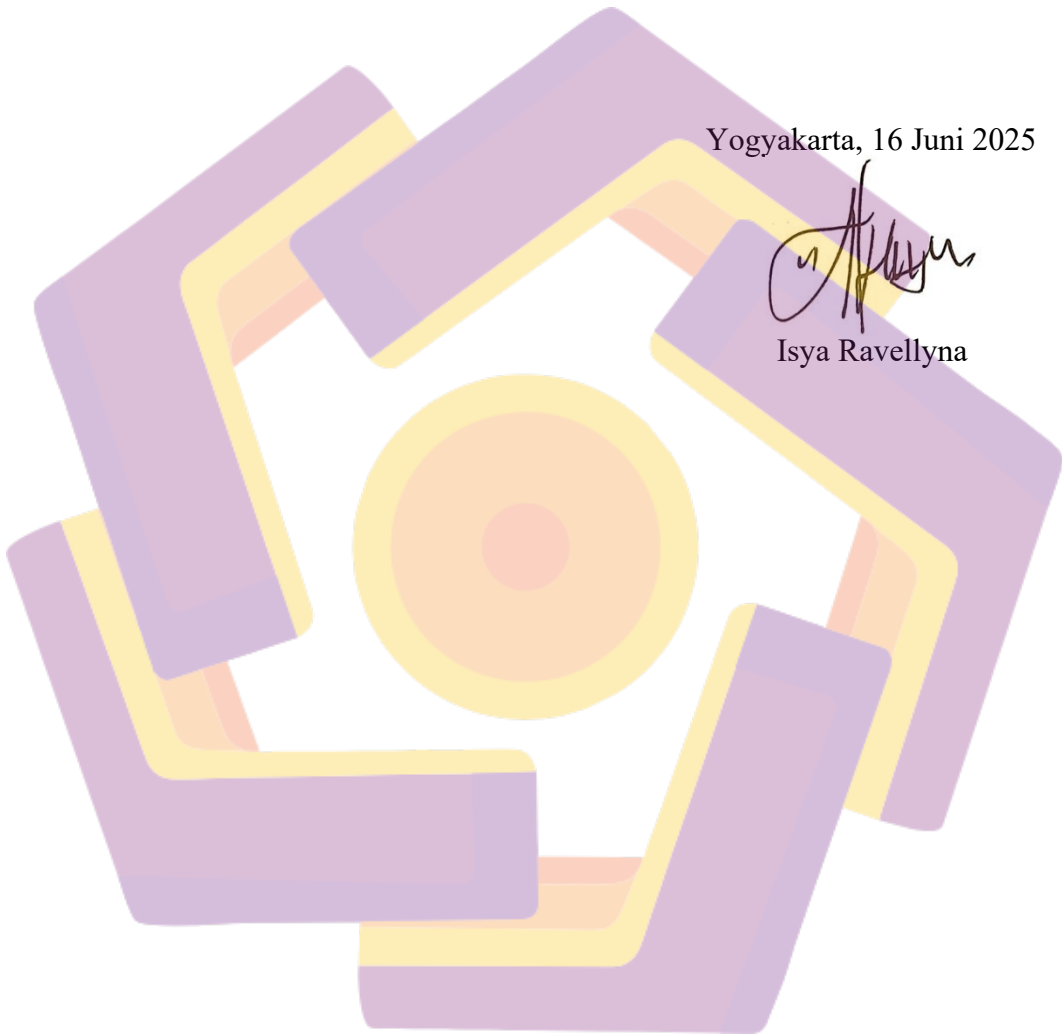
1. Prof, Dr. M. Suyanto, MM., selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi S.T., M.Kom., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng., selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Ibu Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A. selaku dosen pembimbing skripsi.
5. Ibu Sunar Handari, S.Pd. selaku pembimbing magang Talkcation RBTv.
6. Orang tua, yang telah memberi support dan doa baik materi dan non materi kepada penulis.
7. Teman, yang telah memberi support demi kelancaran penyusunan penelitian ini.

Dalam penulisan laporan ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun agar menjadi lebih baik dimasa mendatang sangat penulis diharapkan. Semoga laporan ini dapat bermanfaat baik bagi penulis maupun bagi masyarakat yang membacanya.

Yogyakarta, 16 Juni 2025



Isya Ravellyna



## DAFTAR ISI

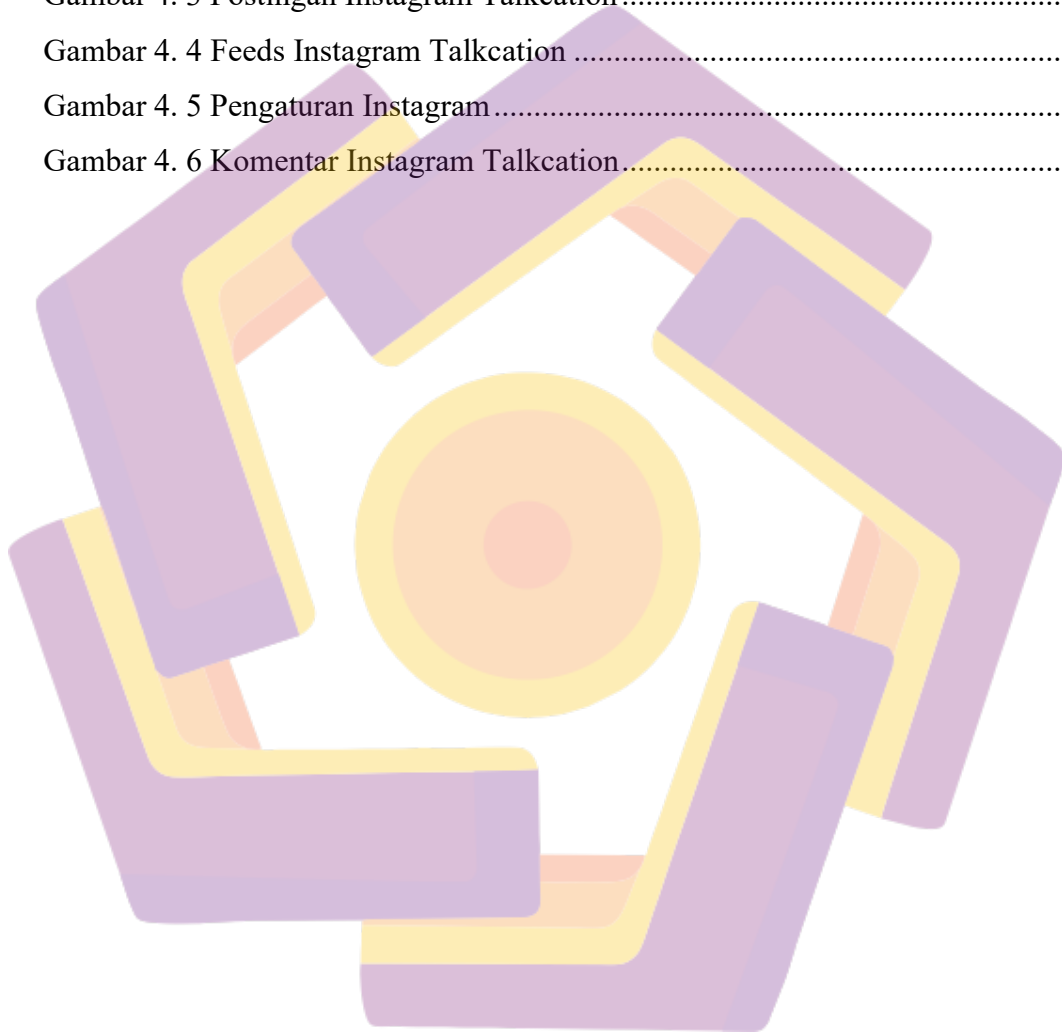
|                                 |      |
|---------------------------------|------|
| HALAMAN SAMPUL.....             | i    |
| HALAMAN JUDUL .....             | i    |
| PERNYATAAN ORISINALITAS.....    | ii   |
| KATA PENGANTAR.....             | v    |
| DAFTAR ISI.....                 | vii  |
| DAFTAR GAMBAR.....              | x    |
| DAFTAR TABEL .....              | xi   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....           | xii  |
| ABSTRAK .....                   | xiii |
| <i>ABSTRACT</i> .....           | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN.....          | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....         | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah.....        | 7    |
| 1.3 Batasan Penelitian.....     | 7    |
| 1.4 Tujuan Penelitian.....      | 7    |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....    | 8    |
| 1.5.1 Manfaat Akademis .....    | 8    |
| 1.5.2 Manfaat Praktis .....     | 8    |
| 1.6 Sistematika Penelitian..... | 9    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....    | 10   |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....  | 10   |
| 2.2 Kerangka Teori .....        | 13   |
| 2.2.1 Media Sosial.....         | 14   |

|                                               |           |
|-----------------------------------------------|-----------|
| 2.2.2 <i>The Circular Model of Some</i> ..... | 18        |
| <b>2.3 Kerangka Konsep</b> .....              | <b>20</b> |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....    | <b>21</b> |
| <b>3.1 Paradigma Penelitian</b> .....         | <b>21</b> |
| <b>3.2 Jenis Penelitian</b> .....             | <b>21</b> |
| <b>3.3 Metode Penelitian</b> .....            | <b>22</b> |
| <b>3.4 Subjek dan Objek Penelitian</b> .....  | <b>22</b> |
| 3.4.1 Subjek Penelitian.....                  | 22        |
| 3.4.2 Objek Penelitian .....                  | 23        |
| <b>3.5 Sumber Data</b> .....                  | <b>23</b> |
| <b>3.6 Teknik Pengambilan Data</b> .....      | <b>25</b> |
| 3.6.1 Data Primer .....                       | 25        |
| 3.6.2 Data Sekunder .....                     | 26        |
| <b>3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian</b> .....  | <b>27</b> |
| 3.7.1 Lokasi.....                             | 27        |
| 3.7.2 Waktu .....                             | 27        |
| <b>3.8 Teknik Analisis Data</b> .....         | <b>28</b> |
| <b>3.9 Teknik Keabsahan Data</b> .....        | <b>29</b> |
| <b>BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN</b> .....     | <b>32</b> |
| <b>4.1 Deskripsi Objek</b> .....              | <b>32</b> |
| 4.1.1 Profil RBTV Jogja .....                 | 32        |
| 4.1.2 Visi Misi RBTV Jogja.....               | 33        |
| 4.1.3 Struktur RBTV Jogja.....                | 34        |
| <b>4.2 Deskripsi Program Talkcation</b> ..... | <b>34</b> |
| <b>4.3 Profil Informan</b> .....              | <b>36</b> |
| <b>4.4 Hasil Temuan Penelitian</b> .....      | <b>37</b> |

|                                               |           |
|-----------------------------------------------|-----------|
| 4.4.1 Media Sosial.....                       | 37        |
| 4.4.2 <i>The Circular Model of Some</i> ..... | 44        |
| <b>4.5 Pembahasan Penelitian .....</b>        | <b>52</b> |
| 4.5.1 <i>Share</i> .....                      | 45        |
| 4.5.2 <i>Optimize</i> .....                   | 47        |
| 4.5.3 <i>Manage</i> .....                     | 49        |
| 4.5.4 <i>Engage</i> .....                     | 51        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                    | <b>60</b> |
| <b>5.1 Kesimpulan .....</b>                   | <b>60</b> |
| <b>5.2 Saran .....</b>                        | <b>61</b> |
| 5.2.1 Saran Akademis .....                    | 61        |
| 5.2.2 Saran Praktis .....                     | 62        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                   | <b>63</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                          | <b>65</b> |

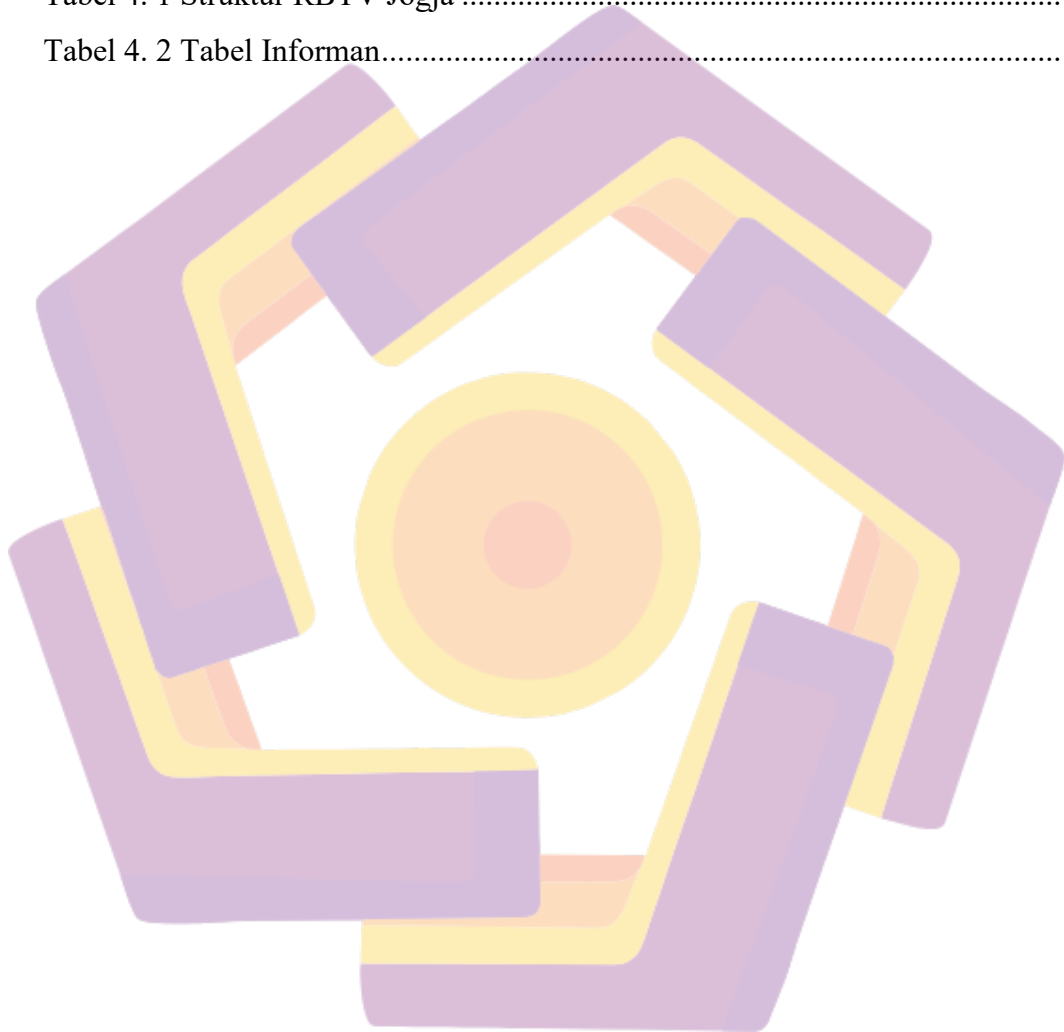
## DAFTAR GAMBAR

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| Gambar 3. 1 Lokasi RBTv Jogja.....               | 27 |
| Gambar 4. 1 Logo RBTv Jogja .....                | 32 |
| Gambar 4. 2 Logo Talkcation Generasi ke-6 .....  | 34 |
| Gambar 4. 3 Postingan Instagram Talkcation ..... | 38 |
| Gambar 4. 4 Feeds Instagram Talkcation .....     | 39 |
| Gambar 4. 5 Pengaturan Instagram.....            | 40 |
| Gambar 4. 6 Komentar Instagram Talkcation.....   | 41 |



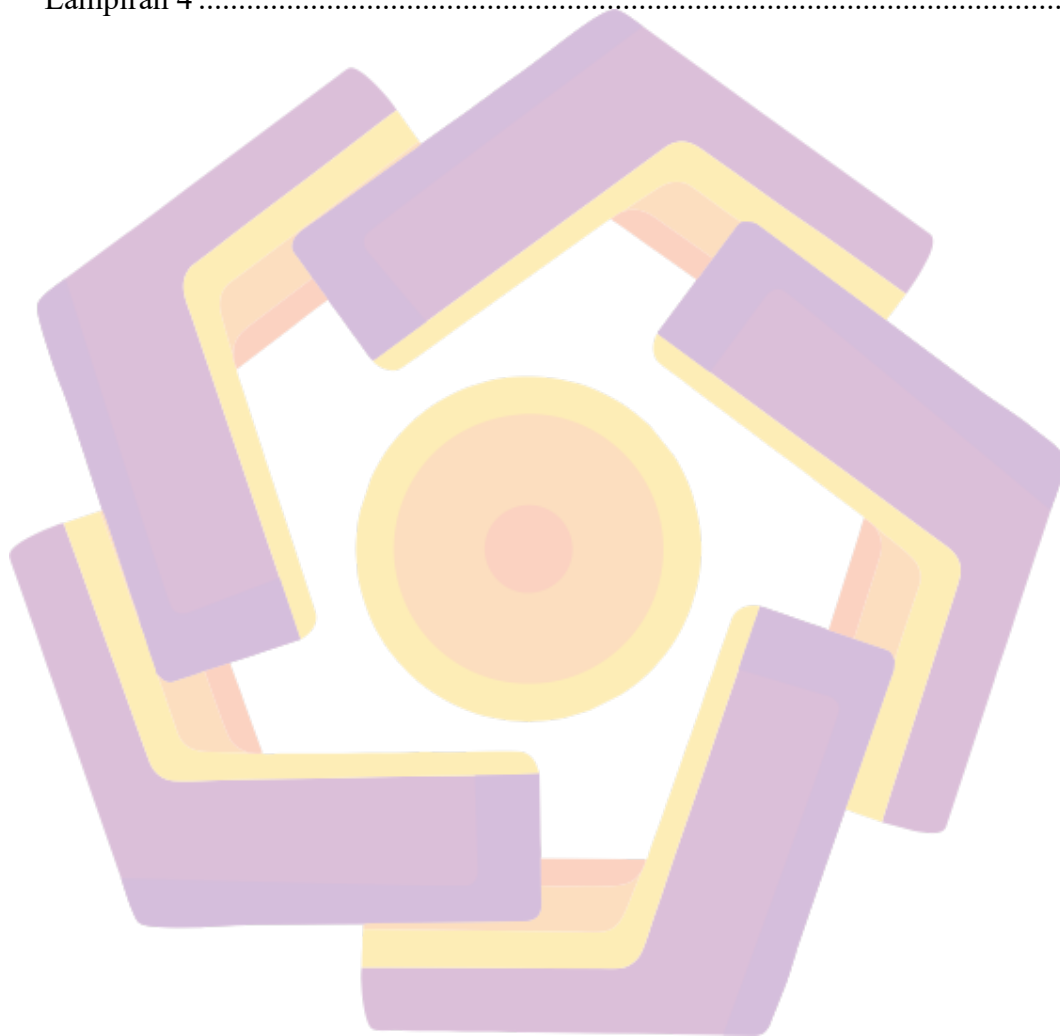
## DAFTAR TABEL

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....               | 12 |
| Tabel 2. 2 Kerangka Berpikir.....                   | 20 |
| Tabel 3. 1 Tabel Waktu Pelaksanaan Penelitian ..... | 28 |
| Tabel 4. 1 Struktur RBTJ Jogja .....                | 34 |
| Tabel 4. 2 Tabel Informan.....                      | 36 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                  |    |
|------------------|----|
| Lampiran 1 ..... | 84 |
| Lampiran 2 ..... | 85 |
| Lampiran 3 ..... | 86 |
| Lampiran 4 ..... | 88 |



## ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terus mengalami pembaharuan dan tergolong berkembang dengan begitu pesat. Talkcation merupakan salah satu program tayangan televisi lokal di Yogyakarta yaitu Reksa Birama TV atau RBTV yang menggunakan Instagram sebagai media pemasarannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana instagram menjadi sarana informasi dan promosi tayangan Talkcation. Serta mengetahui bagaimana strategi yang digunakan untuk menarik minat audience dalam menonton tayangan Talkcation. Seperti yang diketahui, media sosial Instagram termasuk media sosial yang paling banyak digunakan. Karena hal itulah Instagram banyak dimanfaatkan Perusahaan televisi local untuk sarana penyebaran informasi dan promosi. Hasil dari penelitian ini merupakan admin media sosial Instagram dari tahun ke tahun memiliki cara pengelolaan masing-masing yang dianalisis menggunakan *teori the circular model of some*. Pemanfaatan teori tersebut pada penelitian ini membantu pengelola akun instagram Talkcation agar lebih terdistribusi dengan baik. Serta dapat membantu pengelola dalam menentukan strategi keberlanjutan yang akan dijalankan.

**Kata Kunci:** Instagram, *The Circular Model of Some*, Strategi Pengelolaan

## ***ABSTRACT***

*The development of information and communication technology continues to experience renewal and is classified as developing very rapidly. Talkcation is one of the local television programs in Yogyakarta, namely Reksa Birama TV or RBTv, which uses Instagram as its marketing media. This study aims to find out how Instagram becomes a means of information and promotion of Talkcation shows. And to find out what strategies are used to attract audience interest in watching Talkcation shows. As is known, Instagram social media is one of the most widely used social media. Because of that, Instagram is widely used by local television companies as a means of disseminating information and promotion. The results of this study are that Instagram social media admins from year to year have their own management methods which are analyzed using the theory of the circular model of some. The use of this theory in this study helps the Talkcation Instagram account manager to be better distributed. And can help managers in determining the sustainability strategy that will be implemented.*

***Keywords:*** Instagram, The Circular Model of Some, Management Strategy