

UNIVERSITAS GUNADARMA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI



PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
‘REELS’ DALAM MENDORONG *ENGAGEMENT*
PADA PROGRAM *CAMPUS AMBASSADOR*

Disusun oleh :

Nama : Jasmine Atirah Edna
NPM : 10820352
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pembimbing : Dr. Dra. Nuriyati Samatan, S.Ag., M.Ag

Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat
Dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

JAKARTA

2024

PERNYATAAN ORIGINALITAS DAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Jasmine Atirah Edna
NPM : 10820352
Prodi : S1 – Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram ‘*Reels*’ Dalam
Mendorong *Engagement* Pada Program *Campus
Ambassador*

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan dapat dipublikasikan sepenuhnya oleh Universitas Gunadarma. Segala kutipan dalam bentuk apapun, telah mengikuti kaidah dan etika yang berlaku. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Universitas Gunadarma.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran

Depok, 02/08/2024

Materai Rp.10.000

(Jasmine Atirah Edna)

LEMBAR PENGESAHAN

KOMISI PEMBIMBING

No	NAMA	KEDUDUKAN
1.	Dr. Dra. Nuriyati Samatan, S.Ag., M.Ag	Ketua
2.	Dr. Paujiatul Arifah, SIKom., MSi.	Anggota
3.	Dr. Pitoyo, SS., MIKom.	Anggota

Tanggal Sidang: 24 Agustus 2024

PANITIA UJIAN

No	NAMA	KEDUDUKAN
1.	Dr. Ravi Ahmad Salim	Ketua
2.	Prof. Dr. Wahyudi Priyono	Sekretaris
3.	Dr. Dra. Nuriyati Samatan, S.Ag., M.Ag	Anggota
4.	Dr. Paujiatul Arifah, SIKom., MSi.	Anggota
5.	Dr. Pitoyo, SS., MIKom.	Anggota

Tanggal Lulus: 24 Agustus 2024

Mengetahui,

Pembimbing

Bagian Sidang Ujian

(Dr. Dra. Nuriyati Samatan, S.Ag., M.Ag)

(Dr. Edi Sukirman, SSi., MM., M.I.Kom)

ABSTRAK

Jasmine Atirah Edna. 10820352

Pemanfaatan Media Sosial Instagram ‘Reels’ Dalam Mendorong Engagement Pada Program Campus Ambassador

Keywords: Campus Ambassador, Engagement, Media Sosial Instagram reels, New Media.

(xi + 77 + Lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram ‘reels’ dalam mendorong *engagement* pada program campus ambassador. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yakni berupa observasi, wawancara dan dokumentasi dengan enam informan peserta campus ambassador. Teknik keabsahan data yang penulis gunakan adalah triangulasi sumber. Hasil penelitian yang didapat bahwa pemanfaatan media sosial Instagram ‘reels’ untuk mendorong *engagement* yang dilakukan oleh peserta Campus Ambassador yaitu dengan membuat konten sesuai karakter dan kreatifitas yang dimiliki serta memanfaatkan banyak fitur dalam Instagram yang terkoneksi dengan reels. Hasil konten yang telah dibuat peserta juga mendapat dukungan melalui akun Instagram perusahaan, kegiatan tersebut mewujudkan terlibatnya banyak engagement yang menguntungkan bagi kedua pihak.

Daftar Pustaka (2008 – 2024)

ABSTRACT

Jasmine Atirah Edna. 10820352

Utilization of Instagram 'Reels' Social Media to Encourage Engagement in the Campus Ambassador Program

Keywords: Campus Ambassador, Engagement, Media Sosial Instagram reels, New Media.

(xi + 77 + Attachment)

This research aims to understand the utilization of Instagram 'Reels' social media in encouraging engagement in the campus ambassador program. This study uses a qualitative approach consisting of observation, interviews, and documentation with six informants who are campus ambassador participants. The data validity technique used by the author is source triangulation. The research findings indicate that the utilization of Instagram 'Reels' social media to encourage engagement by campus ambassador participants is achieved by creating content that aligns with their character and creativity and by utilizing various features on Instagram that are connected to reels. The content created by the participants also receives support through the company's Instagram account, which fosters significant engagement beneficial to both parties.

Bibliography (2008 – 2024)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena telah melimpahkan rahmat-Nya berupa kesempatan dan pengetahuan sehingga penyusunan Penulisan Ilmiah ini dapat selesai pada waktunya.

Adapun judul skripsi yang disusun peneliti yaitu “Pemanfaatan Media Sosial Instagram ‘Reels’ Dalam Mendorong *Engagement* Pada Program *Campus Ambassador*”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) Universitas Gunadarma.

Dalam penyusunan penelitian ilmiah ini, peneliti mendapat banyak bantuan, masukan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, melalui kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih yang tulus kepada:

1. Prof. Dr E.S. Margianti, SE., MM., selaku Rektor Universitas Gunadarma.
2. Prof. Dr. Tuti Widiastuti, M.Si. , MT., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma.
3. Dr. Dinda Rakhma Fitriani, S.I.Kom.,M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Komunikasi Universitas Gunadarma.
4. Dr. Edi Sukirman,SSi., MM., M.I.Kom., selaku Kepala Bagian Sidang Ujian Universitas Gunadarma.
5. Dr. Dra. Nuriyati Samatan, M.Ag selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan laporan penelitian.
6. Terima kasih tak terhingga atas doa, dukungan dan semangat yang tiada hentinya dari orang tua, yakni Mama Jauharah dan Papa Edwin tercinta.
7. Terima kasih kepada informan M Aqil Drajat, Nurul Rohmah, Muhammad Bintang, Zavenda Salsabila, Firi Firiza dan Hilda marselia.
8. Terima kasih kepada keluarga terdekat Kak Intan Baiduri, Nurul Alfath, Azizah, Rafi Fathur.
9. Terima kasih kepada teman kesayangan penulis Dianya Anugrah, Marlina Ananda, Alda Bunga, Larassinta Pribadi, Riska Rismawati, Rafli Anwari, Ramy Pratama, Adinda Kurnia, Balqis Ananda, Arum Sri, Nariyah Regina, Narrisya

Devita, Zahra Syahfia, Rizki Alya, Alex Nainal, M Al Haudy, Grace Manurung dan Adela Clearesta.

10. Terima kasih untuk teman selama perkuliahan berlangsung untuk Syarifah Fatimah, Salwa Kamilah, Najah, Oktavia Chaterina, Rani Permata, Radhita Awlia, Yuni Cahyani, Rafi Muhammad, Benediktus Januar, Natasya Najwa, Jasmine Azzahra, Fina Fauziya dan Diva Chessa.
11. Kepada Ahn Bohyun, Seventeen, Fadil jadi dan Ritsuki terima kasih karena telah menyemangati penulis.

Peneliti menyadari bahwa Penulisan Skripsi ini masih jauh dari sempurna dan perlu pendalaman lebih lanjut. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran pembaca yang bersifat konstruktif demi kesempurnaan penelitian ilmiah ini. Peneliti berharap semoga gagasan pada Penulisan Skripsi ini dapat bermanfaat bagi dunia pendidikan pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 27 Maret 2024

Jasmine Atirah Edna

LEMBAR PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

Papa dan Mama tercinta

Edwin Maolana dan Jauharah fitriah Dua insan yang telah mengasuh, mendidik, membesarkan Penulis dengan segenap doa dan cinta kasih, dua insan yang pertama kali mengkomunikasikan etika bagi kontinuitas peradaban. Untuk diri sendiri yang tiada henti memberikan dukungan dan mau bertahan hingga skripsi ini bisa selesai.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORIGINALITAS DAN PUBLIKASI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Maanfaat Akademis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Konseptual	9
2.1.1 Komunikasi.....	9
2.1.2 Komunikasi Massa.....	13
2.1.3 New Media.....	14
2.1.4 Media Sosial	16
2.1.5 Instagram	18
2.1.6 Instagram Reels	19
2.1.7 <i>Engagement</i>	20
2.1.8 Campus Ambassador	21
2.2 Landasan Teori.....	22
2.2.1 Teori Keterjangkauan (<i>Affordance Theory</i>).....	22
2.3 Penelitian Terdahulu	24

2.4	Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		30
3.1	Subjek dan Objek Penelitian	30
3.1.1	Subjek Penelitian	30
3.1.2	Objek Penelitian.....	30
3.1.3	Lokasi dan Waktu Penelitian	30
3.2	Pendekatan Penelitian	31
3.3	Paradigma Penelitian.....	31
3.4	Metode Pengumpulan Data	31
3.5	Teknik Penentuan Narasumber	33
3.6	Teknik Analisis Data.....	34
3.7	Triangulasi	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Hasil Penelitian	37
4.1.1	Gambaran Umum Penelitian.....	37
4.1.2	Profil Informan	40
4.1.3	Gambaran umum tentang program Campus Ambassador	41
4.1.4	Pemanfaatan media Instagram reels dalam program Campus Ambassador	45
4.1.5	Respon Campus Ambassador terhadap keterkaitan kampus dengan perusahaan	57
4.1.6	Kinerja sebagai peserta Campus Ambassador	59
4.1.7	Proses evaluasi pada program Campus Ambassador.....	65
4.2	Pembahasan.....	68
4.2.1	Analisis berdasarkan <i>Affordance Theory</i>	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		70
5.1	Kesimpulan	70
5.2	Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....		73
LAMPIRAN		78
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		114

DAFTAR TABEL

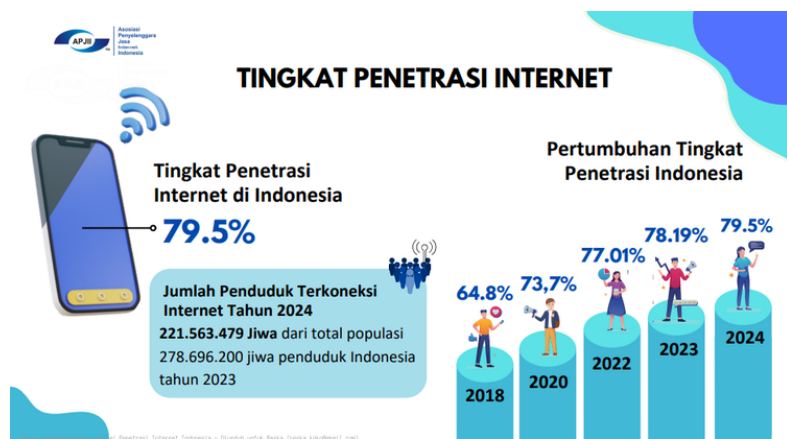
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 2.2 Kerangka pemikiran.....	29

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era teknologi digital media baru memiliki istilah yang cukup luas, karena mampu membuat, mendistribusikan dan juga menjadi tempat untuk menerima konten yang disediakan seperti situs web, blog, podcast dan salah satu diantaranya adalah media sosial. Munculnya media baru dapat merubah sifat komunikasi dan dapat membentuk aspek bagi para penggunanya (Dhiman, 2023). (Al-Areef & Saputra S, 2023) menyatakan bahwa media sosial tidak akan dapat digunakan tanpa terkoneksi dengan internet, dengan koneksi internet pengguna mampu mengakses informasi serta komunikasi dimanapun dan kapanpun.



Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet Berdasarkan Kelompok Generasi
Sumber: (APJII)

Berdasarkan Gambar 1.1 dijelaskan dari hasil survei penetrasi internet 2024 APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) bahwa pada awal tahun 2024 terdapat 221.563.479 jiwa pengguna yang terkoneksi dengan internet, angka ini konsisten tumbuh selama tiga tahun terakhir. Generasi muda di Indonesia salah satunya Generasi Z (13-18 tahun) menyumbang tingkat penetrasi internet tertinggi pada tahun 2021-2022 dan terbukti mempunyai ikatan yang cukup kuat dengan media sosial, salah satunya yaitu sosial media Instagram (Arini & Sudradjat, 2023).