

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Oleh:

GUSTI DWI RAHAYU

(12140320325)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2025**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Gusti Dwi Rahayu
NIM : 12140320325
Judul : Analisis Strategi Komunikasi Konten Edukatif Pada Akun Instagram @ibuiramira

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 22 Januari 2025

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 31 Januari 2025



Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si
NIP. 19810313 201101 1 004

Penguji III,

Mustafa, M. I.Kom
NIK. 130 417 024

Sekretaris/ Penguji II,

Muhammad M. Pd.I
NIP. 19680513 200501 1 009

Penguji IV,

Rusyda Fauzana, M. Si
NIP. 19840504 201903 2 011

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

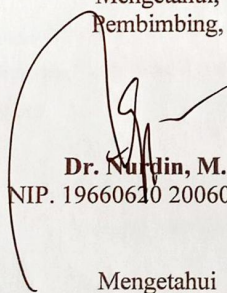
**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI KONTEN EDUKATIF PADA AKUN
INSTAGRAM @ibuiramira**

Disusun oleh :

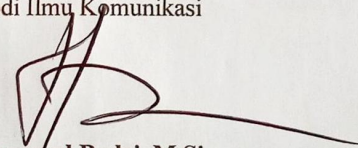
GUSTI DWI RAHAYU
NIM. 12040320325

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 15 Desember 2024

Mengetahui,
Pembimbing,


Dr. Nurdin, M.A.
NIP. 19660620 200604 1 015

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP. 19810313 201101 1 004

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 16 Januari 2025

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya terhadap Saudara:

Nama : Gusti Dwi Rahayu
NIM : 12140320325
Judul Skripsi : Analisis Strategi Komunikasi Konten Edukatif Pada Akun Instagram @ibuiramira

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk Ujian Munaqasyah guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui,
Pembimbing,

Dr. Nurdin, M.A.
NIP. 19660620 200604 1 015

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP. 19810313 201101 1 004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Gusti Dwi Rahayu
NIM : 12140320325
Tempat/Tgl.Lahir : Perawang, 08 Agustus 2002
Jurusan/Semester : Ilmu Komunikasi/ 7
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Lulus Munaqasah : 22 Januari 2025
Judul Skripsi : Analisis Strategi Komunikasi Konten Edukatif Pada Akun Instagram @ibuiramira

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan akal sehat.

Pekanbaru, 3 Februari 2025

Yang membuat pernyataan




Gusti Dwi Rahayu

NIM 12140320325

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

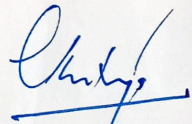

Nama : Gusti Dwi Rahayu
NIM : 12140320325
Judul : Analisis Strategi Komunikasi Konten Edukatif Akun Instagram @Ibuiramira

Telah Diseminarkan Pada:
Hari : *Jum'at*
Tanggal : *27 September 2024*

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, *27 September* 2024

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,	Penguji II,
 Dr. Toni Hartono, M.Si NIP. 19780605200701 1 024	 Rohavati, M.I.Kom NIP.

ABSTRAK

Nama : Gusti Dwi Rahayu
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Analisis Strategi Komunikasi Konten Edukatif Pada Akun Instagram @ibuiramira

Instagram merupakan platform yang kuat untuk berbagi konten visual dan berinteraksi dengan audiens, serta memainkan peran penting dalam strategi pemasaran digital dan komunikasi di era modern. Seperti pada akun @ibuiramira yang menggunakan Instagram sebagai tempat menyalurkan motivasi dan edukasi kepada audiens. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi konten edukatif pada akun Instagram @ibuiramira dengan menggunakan pendekatan paradigma konstruktivisme dengan metode penelitian kualitatif dan menggunakan konsep strategi komunikasi Effendy (2015). Dalam melakukan penelitian ini. Pemilik akun @ibuiramira memiliki strategi pendekatan yang responsif dan adaptif terhadap kebutuhan audiensnya. Meskipun tidak menerapkan strategi komunikasi yang kaku, ia berhasil menciptakan konten yang relevan dan bermanfaat bagi siswa. Dengan memperhatikan umpan balik dan tren terkini, Ibu Ira Mira terus berinovasi dalam menyajikan konten edukatif yang menarik dan mudah dipahami. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya strategi komunikasi untuk memenuhi ekspektasi audiens di era digital.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Konten Edukatif, Instagram

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : *Gusti Dwi Rahayu*
Department : *Communication Sciences*
Title : *Analysis of Educational Content Communication Strategy on Accounts Instagram @ibuiramira*

Instagram is a powerful platform for sharing visual content and interacting with audiences, and plays an important role in digital marketing and communications strategies in the modern era. Like the @ibuiramira account which uses Instagram as a place to channel motivation and education to its audience. This research aims to analyze the communication strategy for educational content on the @ibuiramira Instagram account using a constructivist approach with qualitative research methods and using the communication strategy concept of Effendy (2015). In conducting this research. The account owner @ibuiramira has a strategic approach that is responsive and adaptive to the needs of his audience. Even though he does not employ a rigid communication strategy, he succeeds in creating content that is relevant and useful for students. By paying attention to feedback and the latest trends, Mrs. Ira Mira continues to innovate in presenting educational content that is interesting and easy to understand. This research provides insight into the importance of communication strategies to meet audience expectations in the digital era.

Keywords: *Communication Strategy, Educational Content, Instagram*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah penulis ucapkan puji syukur bagi Allah atas nikmat dan karunia yang telah Allah berikan, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Komunikasi Konten Edukatif pada Akun Instagram @ibuiramira”. Sholawat dan salam tidak lupa penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai suri teladan bagi seluruh umat Islam. Sholawat beserta salam yang tak lupa pula kita curahkan kepada beliau dan para sahabatnya dan semoga kita termasuk orang-orang yang berhak mendapat tempat di surga. Aamiin.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Selama menyelesaikan penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu, dengan penuh rendah hati, saya ingin mengucapkan terimakasih yang sangat besar kepada keluarga tersayang, Ayahanda Sulyono, Ibunda Aizar dan Kakak Mayyasa Melawati yang tidak berhenti memberikan dukungan serta doa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan di jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Semoga perjuangan ayah dan ibu serta adik mendapatkan balasan oleh Allah Subhanahuwa Ta'ala. Serta penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Prof. Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Firdaus El Hadi, S.Sos, M.Soc.Sc, Ph.D selaku Wakil Dekan II Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Dekan III.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
10. Bapak Artis, M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi.
11. Bapak Dr. Nurdin, MA selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA). Dan juga Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu serta pikiran dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi yang baik hati dan telah memberikan ilmu pengetahuan yang luar biasa kepada penulis.
13. Seluruh Civitas Akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
14. Informan pendukung yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
15. Penulis berterima kasih kepada diri sendiri, Gusti Dwi Rahayu yang sudah bertahan dan tidak menyerah dalam melewati kesulitan, kemudahan, rintangan dan tantangan di berbagai keadaan sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penulisan skripsi ini.
16. Teman-teman seperjuangan kelas Broadcasting A yang senantiasa mewarnai hari-hari penulis baik belajar di dalam kelas maupun di luar kelas. Diskusi dan keseruan yang tidak akan terlupakan dan saling mendukung satu sama lain.
17. Teman-teman seperjuangan dari semester I hingga saat ini Al Ansari, Apridayanti, Inda Trijuliani, Lia Oktari yang senantiasa merangkul penulis disaat sedang kebingungan dan senantiasa mewarnai hari-hari penulis dengan canda dan tawa.
18. Teman-teman sekampung halaman Yustika Laras Shanty, Nurbaiti Mutia, Nida Alfiana Choir, Tasya Nur Ajizah dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang terus memberikan dukungan dan semangat yang tak henti-hentinya. Terima kasih atas dukungan dan doanya selama ini.



DAFTAR ISI

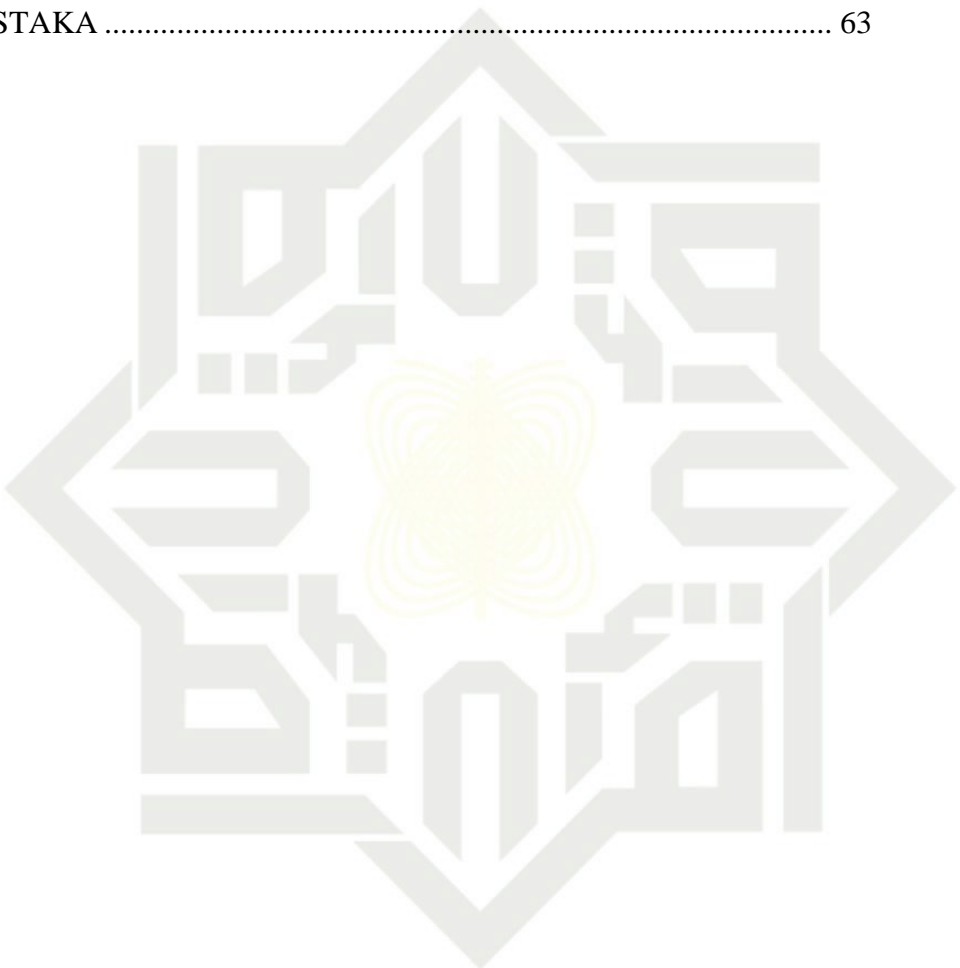
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penegasan Istilah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Tinjauan Teoritis	11
2.3 Konsep Operasional	21
2.4 Kerangka Berpikir	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	25
3.3 Sumber Data Penelitian	26
3.4 Informan Penelitian	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data	27
3.6 Validitas Data	28
3.7 Teknik Analisis Data	29
BAB IV GAMBARAN UMUM	30
4.1 Deskripsi Profil	30
4.2 Deskripsi Akun Instagram @ibuiramira	32
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
5.1 Data Informan	35
5.2 Strategi Komunikasi Konten Edukatif pada Akun Instagram @ibuiramira	

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

.....	36
5.3 Pembahasan	48
BAB VI PENUTUP	61
6.1 Kesimpulan.....	61
6.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Konten edukasi @ibuiramira pertama di Instagram	31
Gambar 4.2 Saluran pesan akun @ibuiramira	33
Gambar 5.1 Kolom komentar pada postingan @ibuiramira	38
Gambar 5.2 hook positif pada postingan @ibuiramira di Instagram	40
Gambar 5.3 hook negatif pada postingan @ibuiramira di Instagram	41
Gambar 5.4 Insight reels konten @ibuiramira	43
Gambar 5.5 postingan humor konten @ibuiramira di Instagram	44
Gambar 5.6 feedback partisipan dan Ibu Ira Mira pada postingan @ibuiramira..	46
Gambar 5.7 Konten edukatif up-to-date @ibuiramira di Instagram	47
Gambar 5.8 Insight reels konten @ibuiramira	53
Gambar 5.9 Feedback Ibu Ira kepada audiens	55

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1 Data Informan	35
-------------------------------	----



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena yang terjadi pada akun Instagram @ibuiramira adalah menyajikan konten edukatif seputar perkuliahan dan tips bagaimana membuat skripsi, ibu ira mira mulai menggunakan media sosial Instagram pada bulan Oktober tahun 2013, namun ibu ira mira baru mulai membuat konten edukasi pada tahun 2020 yang mengedukasi audiensnya terutama mahasiswa. Ibu Ira Mira mengunggah konten skripsi terlebih dahulu pada media sosial TikTok dan menjadi *trending*, sehingga Ibu Ira juga mengunggah konten skripsi dan edukasi pada akun Instagram. Berdasarkan hasil survei yang peneliti lakukan melalui media sosial Instagram, hingga tanggal 8 oktober 2024, *followers* @ibuiramira berjumlah 416rb, namun jumlah audiens yang melihat dan merespon konten ibu ira mira tidak sampai 50%. Hal ini dilihat dari postingan Instagram yang di unggah oleh ibu ira mira. Melihat hal ini tentu diperlukan strategi komunikasi yang baik dan tersusun, kreator bisa menggunakan strategi komunikasi khusus untuk membuat konten yang lebih kreatif dan ter update. Konten harus di buat sekreatif mungkin agar audiens tertarik untuk melihat, sehingga mereka akan mengikuti akun tersebut dan menjadi pengikut tetap dari akun konten edukatif tersebut. Komunikasi dunia maya merupakan model komunikasi massa yang melibatkan banyak manusia pada prosesnya. “Harold D. Lasswell” mengatakann bahwa komunikasi massa adalah proses di mana suatu pesan disampaikan dari pengirim ke penerima melalui media, fokus pada pengaruh pesan terhadap audiens. Komunikasi massa mencakup berbagai bentuk media seperti televisi, radio, surat kabar, dan internet, yang semuanya berperan dalam menyebarkan informasi dan memengaruhi masyarakat secara luas. Dapat dikatakan, hubungan komunikasi dan dunia maya bagaikan bahan dan wadah media (Wulandari, 2024).

Dari fenomena diatas, Ibu Ira mira memiliki strategi komunikasi untuk meningkatkan kualitas konten dengan keterlibatan audiens pada setiap postingan yang diunggah oleh individu atau kelompok, yaitu menggunakan bahasa yang sederhana, disertai elemen humor dan storytelling untuk membuat informasi lebih menarik. Menggunakan teks dalam video untuk meningkatkan pemahaman audiens, dan elemen visual seperti background, teks, serta emoticon untuk menambah daya tarik. Dapat secara langsung dipahami isi dari konten tersebut baik dari informasi, pengetahuan, tips-tips seputar skripsi, perkuliahan dan teknologi yang memudahkan mahasiswa dalam menyusun skripsi, fakta, dan sebagainya yang dapat mengedukasi audiens atau pengikutnya. Penggunaan media sosial membawa dampak positif yaitu memberikan banyak kemudahan bagi remaja, seperti sebagai

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan Praktek, mengatakan bahwa “Strategi komunikasi yaitu panduan perencanaan komunikasi (communication planning) dengan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan” (Effendy, 2015: 32).

Berdasarkan permasalahan yang terjadi, relevansi peneliti memilih akun Instagram @ibuiramira sebagai tempat penelitian karena terdapat masalah yang diteliti mengenai strategi komunikasi yang dilakukan pada akun Instagram @ibuiramira. Melalui pemahaman yang lebih baik tentang strategi komunikasi akun Instagram @ibuiramira ini dalam memanfaatkan media sosial Instagram sebagai tempat untuk berbagi informasi yang mengedukasi khususnya mahasiswa, dapat diidentifikasi potensi untuk perbaikan, pemberian dukungan, serta pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif untuk membantu kreator dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di media sosial. Karena penelitian ini merupakan penelitian analisis strategi komunikasi konten dimedia sosial, penelitian tidak turun kelapangan seperti penelitian yang semestinya, namun dilakukan secara online melalui *Dirrect Message* di akun Instagram ibuiramira dengan melibatkan langsung informan utama yaitu ibu ira mira dan melibatkan audiens atau pengikut Instagram @ibuiramira.

1.2 Penegasan Istilah

Penulis merasa perlu untuk menjelaskan istilah-istilah yang terdapat didalam penelitian ini, tujuannya agar menghindari kesalah pahaman oleh pembaca.

1.2.1 Konten Edukatif

Konten edukatif adalah informasi yang disampaikan melalui berbagai media sosial dengan tujuan untuk mendidik dan memberikan pengetahuan kepada audiens. Craven dan Hirnle dalam Nurbaiti (2018) menyatakan bahwa, konten edukasi adalah penambahan pengetahuan dan kemampuan seseorang maupun kelompok melalui praktek belajar ataupun yang disajikan dalam bentuk data, desain, fakta ataupun bentuk lainnya berdasarkan pengalaman atau hasil pemikiran manusia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.2.2 Audiens

Audiens adalah orang-orang yang menerima, mengonsumsi, dan berinteraksi dengan orang lain melalui suatu pesan, informasi, atau konten yang disampaikan melalui media sosial. Menurut Effendy (2013) menyatakan audiens merupakan kumpulan dari anggotamasyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju dan bersifat heterogen. Oleh karena itu, khalayak sasaran dapat dikatakan sebagai audiens, penerima, pembaca, atau sejumlah orang yang terlibat dalam proses komunikasi massa yang akan diubah persepsinya dengan tujuan untuk menarik minat terhadap sebuah produk.

1.2.3 Followers

Followers adalah istilah pada individu atau akun yang memilih untuk mengikuti akun lain di platform media sosial. Ketika seseorang menjadi pengikut, mereka akan menerima pembaruan, konten, dan informasi yang dibagikan oleh akun yang mereka ikuti. Menurut LJH van Zoonen dalam *The Influence of Social Media* menyebutkan bahwa pengikut tidak hanya berfungsi sebagai audiens pasif, tetapi juga dapat berperan aktif dalam membentuk konten melalui interaksi, umpan balik, dan partisipasi. Interaksi ini sangat penting untuk membangun komunitas dan meningkatkan keterlibatan antara pengelola akun dan pengikut.

1.2.4 Upload

Upload adalah proses untuk mentransfer atau mengunggah file dari perangkat lokal (seperti komputer atau smartphone) ke platform online, seperti web, aplikasi, atau layanan penyimpanan cloud. Proses ini memungkinkan pengguna untuk membagikan konten, seperti gambar, video, dokumen, atau data lainnya, dengan orang lain atau menyimpannya secara berani untuk mengakses di kemudian hari. Menurut Ralph H. Johnson dalam bukunya *Managing Information Technology* upload adalah bagian dari manajemen informasi yang melibatkan pengiriman data ke sistem yang lebih besar, yang memungkinkan kolaborasi dan berbagi secara efektif. Johnson menyatakan bahwa proses upload berperan penting dalam komunikasi digital, di mana individu atau organisasi bisa menyebarkan informasi secara cepat dan efisien.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi komunikasi konten edukatif akun Instagram @ibuiramira dalam menyampaikan konten edukatif kepada audiens?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi akun Instagram @ibuiramira dalam menyampaikan konten edukatif kepada audiensnya.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan strategi komunikasi konten edukatif di akun Instagram Ibu Ira Mira. Dan diharapkan dapat memberikan nilai lebih kepada audiens, memberikan kontribusi dalam penelitian selanjutnya sehingga dapat digunakan sebagai pengembangan ilmu karya ilmiah yang dapat dijadikan sebagai literatur atau sumber acuan dalam penelitian yang relevan sehingga dapat menjadi referensi bagi yang ingin mendapat informasi tentang strategi komunikasi konten edukatif.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan bacaan dan gambaran bagi masyarakat dan peneliti selanjutnya untuk menganalisis strategi komunikasi konten di media sosial.
2. Penelitian ini diharapkan dapat membuka wawasan penulis dan pembaca mengenai manfaat strategi komunikasi terhadap konten di media sosial saat ini.
3. Dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap efektivitas konten edukatif di akun Instagram @ibuiramira. Dengan menerapkan hasil analisis, diharapkan akun ini dapat mencapai tujuan pendidikan yang lebih baik dan memperkuat hubungan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung permasalahan terhadap bahasan yang diteliti, penulis berusaha mencari berbagai literatur yang masih relevan dan menjadi objek penelitian saat ini. Sepanjang penelusuran referensi yang penulis lakukan, yang berkaitan dengan topik yang dibahas, telah ditemukan beberapa penelitian, yaitu:

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ria Listianingrum, Ana Fitriana Poerana dan Weni A. Arindawati tentang “**Strategi Komunikasi Melalui Media Instagram Dalam Memberikan Informasi Kepada Mahasiswa**”, Akun instagram @fisipunsika merupakan akun instagram yang digunakan oleh admin (komunikator) sebagai media komunikasi dalam memberikan informasi kepada mahasiswa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan fisip unsika melalui media instagram dalam memberikan informasi kepada mahasiswa. Informan penelitian ditentukan secara purposive sampling berdasarkan kriteria-kriteria tertentu, menggunakan sumber data primer dan sekunder. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, sementara teori yang digunakan adalah teori lasswell. Hasil dari penelitian ini adalah (1) strategi komunikasi yang dilakukan komunikator fisip unsika melalui media intagram dalam memberikan informasi kepada mahasiswa yaitu admin berusaha mempelajari aplikasi yang mudah untuk sharing informasi dan teknik yang dilakukan oleh admin sebagai komunikator tidak terlalu rumit hanya merubah pesan dalam verbal menjadi gambar dengan menggunakan aplikasi canva, (2) strategi komunikasi menyusun pesan yang dilakukan oleh admin instagram fisip unsika dinilai mampu memberikan informasi yang sangat efektif kepada mahasiswanya dengan menentukan tema dan materi dengan orientasi agar mampu memberikan informasi kepada mahasiswa (Listianingrum et al., 2021). Persamaan penelitian ini adalah strategi komunikasi yang baik melalui media sosial pada akun Instagram mampu memberikan informasi kepada audiens. Penelitian ini bersifat kualitatif. Perbedaan pada penelitian ini yaitu tidak menganalisis lebih dalam strategi yang digunakan tetapi mencari strategi komunikasi yang digunakan pada akun tersebut.

Selanjutnya penelitian oleh Nandhita Eka Putri, tentang “**Analisis Strategi Konten Di Akun Tiktok @Daffaspeaks**”, tahun 2023. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi konten yang dilakukan oleh akun TikTok

@daffaspeaks ini dalam menyebarkan edukasi mengenai Public Speaking. Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi konten di TikTok @daffaspeaks. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif dengan menggunakan Teori Four Pillars Social Media Strategy menurut Lon Safko dan David K. Brake. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data observasi, dokumentasi dan wawancara. Rancangan analisis data pada penelitian kualitatif ini dilakukan beberapa tahap yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini adalah @daffaspeaks berhasil membuat konten edukasi yang menghibur sehingga dapat menarik audiens (Putri, 2023). Persamaan penelitian adalah untuk mengetahui strategi komunikasi dalam menyebarkan public speaking dan konten edukasi yang menarik audiens dalam menyebarkan edukasi pada mahasiswa melalui penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian ini adalah platform yang digunakan, tema konten, teori yang diterapkan dan pendekatan terhadap keterlibatan audiens. Penelitian tentang @ibuiramira lebih fokus pada dukungan akademis.

Berikutnya dari Jurnal J-SIKOM, oleh Rendi Saputra dan Fitria Yuliani tentang **“Konten Tiktok @Vmuliana Sebagai Kebutuhan Informasi Mahasiswa Akhir”**. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran konten TikTok @vmuliana sebagai sumber informasi bagi mahasiswa. TikTok adalah salah satu aplikasi media sosial yang populer di kalangan generasi muda, termasuk mahasiswa. Vina Muliana, seorang kreator konten di TikTok, membagikan konten-konten edukatif seputar informasi lowongan kerja, tips pembuatan CV, proses wawancara, rekrutmen BUMN dan CPNS, serta pengembangan keterampilan akademik dan non-akademik. Melalui konten-konten tersebut, Vina Muliana berperan penting dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa, terutama mahasiswa tingkat akhir yang sedang mencari pekerjaan atau mempersiapkan diri memasuki dunia kerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten TikTok @vmuliana menjadi sumber informasi, inspirasi, dan motivasi bagi mahasiswa dalam mengembangkan karier dan keterampilan mereka. Penelitian ini memberikan wawasan tentang potensi media sosial, khususnya TikTok, dalam mendukung kebutuhan informasi mahasiswa (Yuliani, 2024). Persamaan penelitian ini adalah menganalisis bagaimana akun TikTok @Vmuliana sebagai sumber konten edukatif bagi mahasiswa terutama mahasiswa akhir. Perbedaan penelitian ini adalah meskipun kedua penelitian bertujuan untuk menganalisis bagaimana konten edukatif dapat mendukung siswa, mereka berbeda dalam platform yang digunakan, fokus konten, metodologi, dan peran yang dimainkan oleh konten tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selanjutnya dari Silfia Rahmah Harahap tentang “**Strategi Komunikasi Persuasif Akun Tiktok @risyad_bay Dalam Berdakwah**”. Dalam melakukan dakwah diperlukannya media, yang mana salah satu cara menyebarkan dakwah adalah melalui platform TikTok, salah satu content creator yang memanfaatkan platform ini sebagai media berdakwah adalah Risyad Baya’sud, yang memiliki nama akun @risyad_bay. Penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi persuasif Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rocheach. Metodologi penelitian yang digunakan yaitu paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif serta menggunakan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan 3 cara diantaranya observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah, Risyad Baya’sud menerapkan Strategi Psikodinamika dengan membaca komentar dari penontonnya agar pesan yang disampaikan dapat dan sesuai dengan apa yang dirasakan oleh penonton. Strategi Sosiokultural memanfaatkan algoritma TikTok serta menyampaikan dakwah dengan cara yang menarik serta pesan yang disampaikan pun ringan. Strategi Konstruksi Makna dengan menggunakan bahasa kekinian agar penontonnya dapat memahami dengan jelas dan mudah (Harahap, 2023). Persamaan penelitian ini adalah mengetahui strategi komunikasi dari akun @risyad_bay dalam menyebarkan konten edukatif dakwah dan menggunakan pendekatan paradigma konstruktivisme. Perbedaan penelitian ini adalah penelitian @ibuiramira lebih terfokus pada dukungan akademis untuk mahasiswa, sementara penelitian @risyad_bay lebih pada penyampaian pesan dakwah dengan pendekatan yang menarik dan relevan. Variasi ini mencerminkan bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan informasi dan edukasi bagi audiens yang berbeda.

Selanjutnya dari Jurnal Komunikasi Pembangunan, oleh Herna, Hiswanti, Hidayaturahmi, Amanda Anindya Putri, tentang “**Strategi Komunikasi Media Sosial Untuk Mendorong Partisipasi Khalayak pada Situs Online Kitabisa.Com**”, tahun 2019. Penelitian ini memperlihatkan bahwa melalui media sosial menjadi salah satu cara berdonasi secara online di Indonesia adalah Kitabisa.com. Banyak kelebihan donasi secara online, tetapi maraknya penipuan online membuat khalayak (calon donatur) enggan berpartisipasi dalam program ini. Sehingga perlu adanya strategi komunikasi antara penggalang dana dan calon donatur untuk mendorong partisipasi khalayak (Herna et al., 2019). Persamaan dengan penelitian adalah dengan adanya media sosial menjadi salah satu cara untuk menarik partisipasi masyarakat dan mampu menggiring masyarakat dengan mudah melalui media sosial, namun hal ini juga dikuatkan dengan adanya penggunaan strategi komunikasi yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sesuai sehingga dapat menarik audiensnya untuk melihat dan merespon konten tersebut. Perbedaan penelitian ini adalah Kitabisa.com lebih pada membangun kepercayaan dan partisipasi dalam kegiatan donasi. Hal ini menunjukkan bagaimana media sosial dapat digunakan untuk berbagai tujuan edukatif dan sosial, tergantung pada konteks dan audiens yang ditargetkan.

Berikutnya jurnal skripsi oleh Marhanita Na'imatul Usriyah, tentang **"Strategi Komunikasi Akun Instagram @yukngajijogja dalam Reaktualisasi Nilai Hijrah Skripsi"**, tahun 2020. Penelitian ini menunjukkan adanya bentuk pembaruan yang dilakukan terdapat pada strategi penentuan tujuan yang merupakan dasar dari perumusan konten, segmentasi khalayak sebagai penerima pesan, penyusunan substansi dan pengemasan pesan sekaligus metode penyampaiannya, pemilihan media dan fitur yang digunakan, serta keterlibatan komunikator dalam menjalin interaksi serta memengaruhi komunikasi (Usriyah, 2020). Persamaan penelitian ini adalah strategi komunikasi yang dilakukan pada akun @yukngajijogja adalah dengan memilih media, fitur, serta menjalin interaksi yang dapat mempengaruhi khalayaknya, dengan adanya strategi penentuan tujuan yang menjadi dasar dari perumusan konten hal ini membuktikan bahwa dengan menyusun strategi komunikasi yang relevan dapat menghasilkan konten yang dapat menarik khalayak untuk melihatnya. Perbedaan penelitian ini adalah pada kontennya, @yukngajijogja lebih pada penyampaian nilai-nilai spiritual dan sosial mahasiswa melalui pendekatan yang terstruktur. Variasi ini menunjukkan cara media sosial dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan pendidikan dan inspirasi bagi audiens yang berbeda.

Selanjutnya dari Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan oleh Cindy Karina Agustin dan Dimas Satrio Wijaksono, tentang **"Analisis Strategi Komunikasi Program Internship DDB Telkom dalam Minat Mahasiswa Bergabung ke PT Telkom Indonesia"**. Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Program Internship DDB Telkom dalam minat mahasiswa untuk bergabung ke PT Telkom Indonesia. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan metode kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Hasil penelitian ini adalah strategi komunikasi yang dilakukan Program Internship DDB Telkom berhasil berjalan sesuai dengan tujuan utamanya yakni mewujudkan misi Telkom dalam mengembangkan talenta digital unggulan. Pada tahapan perencanaan, Program Internship DDB Telkom berhasil memilih sasaran dan media komunikasi yang tepat sehingga dapat maksimal mencapai tujuan program. Pada tahapan implementasi, program ini berhasil merealisasikan perencanaan yang telah dirancang yakni menjadi wadah atau platform mahasiswa dalam mengembangkan skill bekerja di

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan digital. Pada tahapan evaluasi, Program Internship DDB Telkom membuat rumusan tujuan program secara spesifik dan dapat diukur melalui metode-metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam mengambil keputusan selanjutnya (Agustin & Wijaksono, 2022). Persamaan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi yang digunakan untuk menarik minat mahasiswa dengan penelitian kualitatif dan pendekatan paradigma konstruktivisme. Perbedaan penelitian ini yaitu penelitian @ibuiramira lebih fokus pada dukungan akademis dan interaksi yang membangun, sementara penelitian Program Magang DDB Telkom lebih pada pengembangan keterampilan dan karir melalui program magang yang terstruktur. Variasi ini mewakili penggunaan media sosial untuk memenuhi kebutuhan edukasi dan pengembangan profesional bagi audiens yang berbeda.

Selanjutnya dari Musa Adhe Chandra, tentang **“Strategi Komunikasi Content Creator Rian Fahardi (Presiden Gen Z) dalam Membahas Isu-Isu Politik di Sosial Media Tiktok”**, tahun 2023. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan konten kreator Rian Fahardi dalam membahas isu-isu politik di media sosial Tiktok adalah komunikasi by narasi visual, yaitu ia selalu menampilkan visual atau wajahnya di dalam setiap unggahan video nya, hal tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan lebih banyak mengarah pada pengungkapan diri. Strategi tersebut banyak diminati Generasi Z karena dianggap relevan dengan anak millennial saat ini (Chandra, 2023). Persamaan dengan penelitian adalah dengan adanya strategi komunikasi yang digunakan yaitu ia selalu menampilkan wajahnya di dalam setiap unggahan video nya, hal tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan lebih banyak mengarah pada pengungkapan diri dan menghasilkan konten yang diminati oleh generasi Z serta dianggap relevan dalam menyampaikan informasi. Perbedaan penelitian ini adalah Rian Fahardi lebih fokus pada pengungkapan diri dan komunikasi visual dalam konteks politik. Mencerminkan pendekatan konten di media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi dan keterlibatan bagi audiens yang berbeda.

Selanjutnya jurnal dari Ricko dan Ahmad Junaidi, tentang **“Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion)”**, tahun 2019. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana penarikan audiens dilakukan melalui konten-konten yang diunggah di media sosial. Hal ini pun menarik banyak perusahaan maupun lembaga untuk terjun membuat konten di media sosial demi mencapai tujuan mereka dan kebutuhan audiens. Penelitian ini bertujuan untuk mencoba meneliti strategi konten yang dilakukan salah satu perusahaan yakni Froyonion dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

meraih engagement pada media sosial Youtube. Teori yang penulis gunakan sebagai landasan penelitian ini adalah teori new media, media sosial, konten, strategi konten dan komunikasi interpersonal (Ricko & Junaidi, 2019). Persamaan penelitian ini adalah bagaimana strategi konten atau komunikasi konten yang di unggah di media sosial mampu mempengaruhi audiens nya. Perbedaan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi strategi konten yang efektif dalam menarik audiens dan meningkatkan keterlibatan di platform media sosial, khususnya YouTube, namun konten yang diunggah untuk mencapai keterlibatan, dengan penekanan pada data dan hasil yang dapat diukur.

Selanjutnya dari Skripsi oleh Diah Wulandari, Universitas Islam Negeri Antasari, 2024, tentang “**Strategi Komunikasi Dalam Pembuatan Konten (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Ruang_Edit)**”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dalam pembuatan konten dakwah (studi kasus pada akun Instagram @Ruang_Edit). Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan komunitas @Ruang_Edit dalam pembuatan konten yang disesuaikan dengan teori strategi komunikasi Anwar Arifin diantaranya tujuan komunikasi dengan pesan didalamnya guna menarik perhatian khalayak, pemilihan dan penetapan khalayak ditujukan untuk mereka yang menyukai desain, penyusunan pesan berlandaskan pada suatu peristiwa dan penetapan metode dengan membagi empat tipe konten, pemilihan dan penggunaan media dominan Instagram, pemilihan dan peran komunikator seluruh anggota komunitas (Wulandari, 2024). Persamaan penelitian ini adalah mengetahui strategi komunikasi dalam pembuatan konten dan penggunaan media sosial. Teori yang digunakan adalah teori strategi komunikasi Anwar Arifin diantaranya tujuan komunikasi dengan pesan dakwah didalamnya. Perbedaan penelitian ini yaitu lebih terfokus pada bagaimana strategi komunikasi dapat menciptakan daya tarik dan relevansi dalam penyampaian pesan dakwah kepada audiens yang ditargetkan.

2.2 Tinjauan Teoritis

Tinjauan teoritis berisi tentang teori-teori yang relevan yang terkait dengan penelitian. berikut adalah teori yang penulis gunakan dalam melakukan penelitian.

2.2.1 Komunikasi Massa

Kata komunikasi massa berasal dari istilah Bahasa Inggris dan kependekan dari kata “mass media communication” yaitu Komunikasi yang

menggunakan media massa. Kata “massa” yang terselip dalam kata komunikasi massa memiliki perbedaan dengan massa dalam artian secara umum. Kata “massa” dalam arti umum lebih terkait secara sosiologis, yaitu kumpulan individu yang berada di suatu lokasi tertentu. Sementara kata “massa” dalam arti komunikasi massa lebih terkait dengan orang yang menjadi sasaran media massa atau penerima pesan media massa, umumnya kata “massa” bisa disebut khalayak, audiens. Para ahli komunikasi berpendapat bahwa yang dimaksudkan dengan komunikasi massa (mass communication) adalah komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan singkatan dari komunikasi media massa (mass media communication). Hal ini berbeda dengan pendapat ahli psikologi sosial yang menyatakan bahwa komunikasi massa tidak selalu dengan menggunakan media massa. Menurut mereka pidato di hadapan sejumlah orang banyak di sebuah lapangan, misalnya, asal menunjukkan perilaku massa (mass behavior), itu dapat dikatakan komunikasi massa (Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, , n.d.).

Ada beberapa definisi komunikasi massa yang diungkapkan para ahli komunikasi massa yaitu George Gerbner (1967, as cited in Jalaluddin Rakhmat, 2019, p.235) “Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies” Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi berbasis teknologi dan lembaga dari aliran pesan yang berkelanjutan serta paling luas dibagikan dalam masyarakat industri. Berikutnya adalah Janowitz (1968, as cited in Alex Sobur 2014, p.409) Komunikasi massa terdiri atas lembaga dan teknik dari kelompok tertentu yang menggunakan alat teknologi (pers, radio, film dan sebagainya) untuk menyebarkan konten simbolis kepada khalayak yang besar, heterogen dan sangat tersebar. Selanjutnya John R. Bittner (1980, as cited in Jalaluddin Rakhmat, 2019, p.235) “Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people” Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Hadi et al., 2021).

Fungsi-fungsi komunikasi dan komunikasi massa yang begitu banyak itu dapat disederhanakan menjadi empat fungsi saja, yaitu menyampaikan informasi (to inform), mendidik (to educate), menghibur (to entertain) dan mempengaruhi (to influence). Secara sederhana model ini menyatakan bahwa khalayak memiliki kebutuhan dan dorongan yang dipuaskan dengan menggunakan media. Kebanyakan media massa melancarkan kegiatannya dengan model tersebut sebagai pendekatan fungsional (Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, n.d.).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2.2 Strategi Komunikasi

Sejalan dengan Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, mengatakan bahwa “Strategi komunikasi yaitu panduan perencanaan komunikasi (communication planning) dengan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan” (Effendy, 2015: 32). Strategi komunikasi ini melibatkan pemilihan pesan, saluran komunikasi, dan metode penyampaian yang paling efektif untuk mencapai target audiens. Ada beberapa para ahli yang menjelaskan tentang strategi komunikasi, yaitu:

1. Middleton

Middleton mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua komponen komunikasi, dari komunikator, pesan, saluran atau media, penerima atau komunikan, hingga efek atau pengaruh yang dirancang agar dapat mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Cangara, 2013, 61).

2. Anwar Arifin

Menurut Anwar Arifin, strategi komunikasi adalah perhitungan kondisi dan situasi yang dihadapi dan yang akan dihadapi, untuk mencapai efektivitas (1984, 10).

Teori strategi komunikasi dikemukakan juga oleh Harold D.Lasswell yaitu cara terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi adalah menjawab pertanyaan “Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?” komponen komunikasi yang berkorelasi secara fungsional terhadap paradigma Lasswell itu merupakan jawaban pertanyaan yang diajukan (Crystallography, 2016). Untuk mantapnya strategi komunikasi, maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban dalam rumus Lasswell tersebut:

1. Who? (Siapakah komunikatornya)
2. Says what? (pesan apa yang dinyatakannya)
3. In which channel? (media apa yang digunakannya)
4. To Whom? (siapa komunikannya)
5. With what effect? (efek apa yang diharapkan)

2.2.1.1 Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang efektif membutuhkan perencanaan yang matang dan pemahaman mendalam tentang audiens, serta bagaimana

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penggunaan pesan serta saluran yang tepat. R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam buku mereka “Techniques for Effective Communication”, sebagaimana dikutip oleh Effendy, menyatakan bahwa strategi komunikasi memiliki tiga tujuan utama yaitu *To Secure Understanding* (untuk mengamankan pemahaman), *To Establish Acceptance* (menetapkan penerimaan) dan *To Motivate Action* (memotivasikan tindakan) (Effendy, 2003: 32).

Berikut tujuan adanya strategi komunikasi:

1. Memberikan informasi penting dan relevan kepada audiens.
2. Mengubah atau mempengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku audiens.
3. Menciptakan dan memelihara hubungan yang baik dengan audiens.
4. Meningkatkan kesadaran audiens tentang isu, produk, atau layanan tertentu.
5. Menyelaraskan komunikasi dengan tujuan keseluruhan organisasi atau perusahaan.

2.2.1.2 Faktor-faktor Strategi Komunikasi

Menurut Effendy dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, menyatakan bahwa: “Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam strategi komunikasi yaitu mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian media komunikasi, dan peranan komunikator dalam komunikasi” (Effendy, 2015: 35). Mengenali sasaran komunikasi sebelum melancarkan komunikasi perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi itu. Serta perlu memperhatikan faktor kerangka referensi, dan faktor situasi dan kondisi. Menurut Effendy, terdapat beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan dalam menentukan dan mengoperasionalkan analisis strategi komunikasi. Aspek-aspek ini dapat membantu merancang dan menerapkan strategi komunikasi yang efektif, serta dalam melakukan analisis untuk meningkatkan kualitas komunikasi di berbagai konteks.

Aspek-aspek tersebut, yaitu:

1. Tujuan Komunikasi
Menentukan tujuan yang jelas dan spesifik dari komunikasi yang ingin dicapai (informasi, persuasi, edukasi, dll.).
2. Target Audiens

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mengidentifikasi karakteristik audiens, termasuk demografi, psikografi, dan perilaku. Dan memahami kebutuhan dan harapan audiens untuk menyesuaikan pesan.

3. Pesan
Mengembangkan pesan yang jelas, menarik, dan relevan dengan audiens, memastikan pesan memiliki struktur yang baik dan mudah dipahami.
4. Saluran Komunikasi
Memilih media atau platform yang tepat untuk menyampaikan pesan serta menyesuaikan saluran dengan kebiasaan dan preferensi audiens.
5. Metode Penyampaian
Merancang metode penyampaian yang efektif (narasi, visual, interaktif) dengan menggunakan teknik komunikasi yang sesuai untuk meningkatkan keterlibatan audiens.
6. Feedback dan Evaluasi
Mengumpulkan umpan balik dari audiens untuk menilai efektivitas pesan, melakukan evaluasi terhadap hasil komunikasi untuk perbaikan di masa depan.
7. Konteks
Memperhatikan faktor sosial, budaya, dan situasional yang memengaruhi komunikasi, menyesuaikan strategi dengan kondisi dan isu terkini yang relevan.

2.2.3 Konten Edukatif

Konten edukatif adalah konten yang berisi informasi bermanfaat untuk menambah pengetahuan pembaca. Konten edukatif dapat membangun framing tentang perusahaan. Konten edukatif berfokus pada pengembangan dan penyampaian materi pengetahuan dengan tujuan untuk mendidik audiens secara efektif. Walaupun konten informatif dan edukatif bersifat tidak menjual, akan tetapi melalui konten ini, kepercayaan konsumen dapat dibangun dan ditingkatkan. Strategi komunikasi yang mendalam adalah kunci utama untuk mencapai tujuan edukatif sebuah konten. Dalam menyampaikan konten edukatif perlu memperhatikan elemen-elemen penting dalam strategi komunikasi konten, seperti pesan yang disampaikan harus tersusun dan jelas, menggunakan sumber-sumber yang terpercaya, menggunakan desain yang menarik, dan mengarahkan atau bisa membuat audiens tertarik untuk melakukannya (Insania & Riorini, 2021).

Menurut “Merriam-Webster” konten edukatif mencakup semua bentuk informasi yang dapat digunakan untuk mengedukasi individu atau kelompok. “Robert Gagne” seorang ahli pendidikan, menjelaskan bahwa konten edukatif mencakup pengetahuan yang harus dikuasai siswa untuk dapat menerapkan keterampilan dan memecahkan masalah di dunia nyata. Sedangkan menurut Kaplan dan Haenlein (2010) media sosial, termasuk Instagram memungkinkan individu untuk berbagi konten informasi yang dihasilkan pengguna, memfasilitasi pertukaran dengan cara yang tidak terbatas pada konteks formal.

2.2.2.1 Karakteristik Konten Edukatif

Dengan menggunakan karakteristik konten edukatif di media sosial mampu menarik perhatian audiens, beberapa karakteristik tersebut adalah sebagai berikut:

1. Informasi yang Akurat
Konten edukatif harus berdasarkan data yang valid dan terpercaya.
2. Keterlibatan Audiens
Dalam menyampaikan informasi terutama di media sosial tentu juga mengundang partisipasi dari audiens.
3. Relevansi
Mengunggah konten edukatif di media sosial juga harus melihat kebutuhan dan minat audiens dengan menggunakan informasi terbaru.
4. Interaktif
Saat ini keterlibatan audiens dan kreator sudah sangat dimudahkan dengan hanya melibatkan elemen-elemen interaksi, seperti kuis, polling, dan komentar.
5. Visualisasi
Untuk menghasilkan konten yang bervariasi dapat menggunakan gambar, video, dan grafik untuk mempermudah pemahaman audiens (Basarah & Romaria, 2020).

Konten edukatif memiliki beberapa komponen penting, yaitu gambar dan video yang menarik sangat penting untuk menarik perhatian audiens. Morris dan Lentz (2007) menyatakan bahwa representasi visual dapat memperkaya pengalaman belajar. Pesan yang disampaikan harus sederhana dan konten yang terlalu rumit dapat mengurangi efektivitas komunikasi. Instagram menyediakan fitur seperti polling, kuis, dan sesi tanya jawab yang mendorong interaksi antara pembuat konten dan audiens, meningkatkan keterlibatan dan pemahaman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut “Daniel Stufflebeam” model evaluasi CIPP (Context, Input, Process, Product) dapat diterapkan untuk menilai efektivitas konten. Teori konten edukatif di Instagram menekankan pentingnya penyampaian informasi yang menarik dan interaktif melalui platform visual ini. Dengan mempertimbangkan komponen, teori pembelajaran, dan prinsip pengembangan konten, pembuat konten dapat menciptakan pengalaman belajar yang lebih bermakna bagi audiens. Instagram, sebagai media sosial yang populer, menawarkan peluang besar untuk pendidikan informal.

2.2.2.2 Tujuan Konten Edukatif

Keberadaan media sosial tentunya memberikan dampak positif maupun negatif bagi para penggunanya. Konten yang bersifat mendidik (edukatif) yang bisa dikonsumsi oleh seluruh kalangan masyarakat. Hal tersebut bertujuan agar pengguna yang melihat konten tersebut bisa memanfaatkan untuk digunakan untuk tujuan yang positif (Basarah & Romaria, 2020).

Tujuan konten edukatif antara lain:

1. Menyampaikan dan memberi pengetahuan yang baru dan juga memperbarui informasi yang sudah ada.
2. Meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang isu-isu tertentu.
3. Mengembangkan serta melatih keterampilan tertentu yang akan digunakan dalam berbagai konteks.
4. Mendorong audiens untuk mengubah pandangan atau perilaku berdasarkan informasi yang diberikan kreator.

2.2.4 Media Sosial

Media sosial adalah sebuah platform online di mana orang berinteraksi, berbagi, dan menciptakan konten yang beraneka ragam. Menurut Henderi dkk didalam Mandala (2020:26), Media sosial adalah suatu platform jejaring sosial berbasis web dimana setiap pengguna yang sudah terdaftar dalam sistem tertentu bisa membuat profil publik atau semi-publik, yang memungkinkan mereka untuk berinteraksi dengan orang lain dan melihat daftar koneksi yang telah dibuat oleh orang lain. Dalam artikel yang ditulis oleh Manis pada tahun 2023, “Antony Mayfield” menyatakan bahwa media sosial adalah platform yang memungkinkan orang berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan identitas mereka sendiri, terutama melalui blog, jejaring sosial, wiki, ensiklopedia online, forum virtual, dan melibatkan diri didalam dunia maya dengan menggunakan avatar atau karakter 3D.

Media sosial terdiri dari beberapa komponen utama, yaitu konten, interaksi dan jaringan. Konten adalah berupa informasi yang diedarkan,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

termasuk teks, gambar, video, dan audio. Ciri-ciri media sosial, yaitu memungkinkan semua orang atau pengguna untuk dapat membuat akun, tersedianya menu profil yang memungkinkan pengguna dapat menyajikan atau menampilkan informasi tentang diri pengguna, interaksi dengan pengguna lain, tersedianya fitur untuk berinteraksi dengan pengguna lain seperti like, komentar, sharing dan sebagainya, *user generated content* fitur bagi pengguna untuk membuat konten dan menyebarkannya, pada setiap postingan terdapat tanda waktunya sehingga pengguna dapat mengetahui kapan pengguna membuat postingan, interaksi merupakan cara pengguna berkomunikasi satu sama lain, seperti berkomentar, suka, dan berbagi (Fitria, 2020).

2.2.3.2 Jenis-jenis Media Sosial

Terdapat beberapa jenis media sosial menurut Kaplan dan Haenlein dalam Manis (2023) diantaranya, yaitu:

1. Pengguna situs, jenis ini dapat mengklik semua saham konten media, seperti foto.
2. Proyek kolaborasi, pengguna dapat mengubah, menambah, atau menghapus konten yang ada di situs web. Contohnya wikipedia.
3. Blog dan microblog, pengguna dapat berkomentar tentang kebijakan pemerintah atau sistem ventilasi. Twitter adalah salah satu platform yang paling sering digunakan untuk ini.
4. Virtual game world, dalam dunia maya 3D, pengguna dapat direkam dalam bentuk yang mereka inginkan dan berinteraksi dengan orang-orang dalam dunia nyata.
5. Virtual social world, dunia virtual memberi konsumen perasaan nyata dalam dunia maya, seperti dalam dunia game virtual di mana mereka dapat berkolaborasi dengan orang lain. Namun, dunia virtual sosial lebih luas dan lebih mirip dengan kehidupan nyata.

2.2.3.3 Manfaat Media Sosial

Media sosial saat ini sudah berkembang sangat cepat dan sudah menjadi bagian dari kehidupan, hampir setiap usia, kelompok sosial di dunia. Berikut adalah beberapa manfaat media sosial bagi individu, yaitu: penggunaan pribadi orang-orang dapat menggunakan media sosial untuk tujuan mereka sendiri, seperti mengikuti perkembangan terkini, perkembangan teknologi terkini, serta berita, gosip, dan peristiwa terkini yang terjadi di seluruh dunia atau di komunitas lokal mereka.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Terdapat beberapa manfaat media sosial dalam kehidupan sehari-hari (Tarigan et al., 2023), yaitu sebagai berikut:

1. Sebagai media untuk bersosialisasi dengan orang lain karena memungkinkan orang yang jauh menjadi dekat satu sama lain.
2. Sebagai tempat curhat dan media penyimpanan yang mudah dilakukan kapan saja tanpa terbatas oleh waktu. Media sosial memberi orang-orang kesempatan untuk menyampaikan perasaan bahagiaan atau kesedihan yang mereka rasakan melalui media. Selain itu, media sosial juga berfungsi untuk alat penyimpanan, memungkinkan orang-orang untuk menyimpan foto dan video mereka sebagai dokumen.
3. Sebagai hiburan, dengan adanya platform media sosial, seseorang dapat menghilangkan kelelahan dari aktivitasnya dan menghilangkan kebosanan dengan melihat status teman, cerita menarik, dan gambar lucu.
4. Sebagai media informasi, jenis informasi yang bisa diakses melalui media sosial mencakup permintaan bantuan, menemukan orang yang hilang serta kesempatan untuk meningkatkan pengetahuan dalam berbagai bidang.
5. Media bisnis online dan promosi, berkat kemajuan teknologi, transaksi jual beli secara online sangat disukai karena dapat menghemat waktu dan tenaga serta melihat barang secara leluasa.

Media sosial bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga platform yang membentuk budaya, identitas, dan hubungan sosial di era digital. Konsep teori tentang media sosial mencakup pemahaman mendalam mengenai fungsi, dampak, dan interaksi yang terjadi di dalamnya. Dengan mempertimbangkan berbagai teori dan perspektif dapat memahami lebih jauh bagaimana media sosial mempengaruhi kehidupan individu dan masyarakat secara luas.

2.2.5 Instagram

Dalam artikel antaranews.com (Meodia, 2020) Instagram merupakan platform social media visual terbesar pada saat ini, Instagram dikatakan memiliki pengguna yang lebih dari satu miliar pengguna aktif setiap bulannya. Instagram adalah sebuah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video dengan pengikutnya. Instagram diluncurkan pada tahun 2010, awalnya Instagram hanya berfokus pada berbagi foto menggunakan filter digital yang dapat disesuaikan untuk meningkatkan keindahan gambar. Namun, seiring berjalannya waktu, platform ini telah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berkembang menjadi alat yang lebih komprehensif untuk berbagi momen kehidupan sehari-hari, kreativitas, dan interaksi sosial. Instagram adalah salah satu platform sosial media yang paling banyak digunakan oleh semua orang. Yang saat ini memiliki banyak fitur seperti Instagram Story, Direct Message, serta IGTV, dan sebagainya (Siregar et al., 2024).

Berikut adalah beberapa fitur utama Instagram:

1. Feed
Feed adalah halaman utama Instagram yang berfungsi untuk tempat pengguna bisa melihat postingan dari akun yang di ikuti. Postingan ini menampilkan foto atau video yang bisa diberi like dan komentar.
2. Stories Instagram
Stories adalah fitur yang membuat pengguna bisa untuk berbagi foto dan video yang bisa hilang setelah 24 jam di upload.
3. IGTV
IGTV adalah video panjang yang terintegrasi di Instagram. Pengguna bisa mengupload video yang menggunakan durasi hingga satu jam.
4. Reels Instagram
Reels adalah fitur yang dihadirkan untuk pengguna bisa membuat dan menemukan video pendek yang kreatif serta menghibur. Fitur ini mirip dengan TikTok dan penggunaanya bisa mengedit video dengan bermacam-macam efek dan music yang disediakan.
5. Direct Messages (DM)
Instagram memiliki fitur pesan yang memudahkan pengguna mengirimkan pesan teks, foto, video, dan melakukan panggilan suara serta video.
6. Explore Halaman
Explore membantu pengguna untuk menemukan konten dan akun baru yang menarik bagi mereka berdasarkan aktivitas mereka.

Fitur khas yang dihadirkan oleh Instagram termasuk Stories, yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video sementara yang hilang setelah 24 jam. Instagram pertama kali diluncurkan pada bulan Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Pada bulan April 2012, Facebook (Meta Platforms) membeli Instagram dengan harga sekitar \$1 miliar. Dan saat ini, Instagram telah berkembang pesat serta terus menambahkan fitur-fitur baru untuk meningkatkan pengalaman pengguna.

Media sosial ini sangat populer di berbagai kalangan kelompok usia, terutama di kalangan remaja dan dewasa muda. Banyak *influencer* yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bermunculan juga turut berpengaruh pada interaksi sosial bagi generasi Z, karena kecenderungan generasi Z untuk menirukan apa yang dilihat. Sebagian besar generasi Z melek informasi, artinya adalah dapat memilah informasi yang benar dan tidak benar hal ini dikarenakan teknologi yang sudah berkembang pesat dan generasi Z mampu mengoperasikannya dengan baik (Sikumbang et al., 2024).

2.3 Konsep Operasional

Konsep operasional pada analisis strategi komunikasi konten edukatif pada akun Instagram @ibuiramira melibatkan serangkaian langkah taktis dan tindakan konkret yang harus dilakukan dalam mencapai target konten edukatif yang dimengerti oleh audiens. Menurut Effendy (2015), terdapat beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan dalam menentukan dan mengoperasionalkan analisis strategi komunikasi. Aspek-aspek ini dapat membantu merancang dan menerapkan strategi komunikasi yang efektif, serta dalam melakukan analisis untuk meningkatkan kualitas komunikasi di berbagai konteks.

Aspek-aspek strategi komunikasi yang efektif tersebut, yaitu:

1. Tujuan Komunikasi

Menentukan tujuan yang jelas dan spesifik dari komunikasi yang ingin dicapai seperti informasi, persuasi dan edukasi. Menentukan tujuan yang spesifik dan terukur akan membantu dalam efektivitas komunikasi yang dilakukan.
2. Target Audiens

Mengidentifikasi karakteristik audiens, termasuk demografi, psikografi, dan perilaku. Dan memahami kebutuhan dan harapan audiens untuk menyesuaikan pesan. Komunikator dapat menyesuaikan pesan dan media yang digunakan agar lebih relevan dan efektif bagi audiens.
3. Pesan

Mengembangkan pesan yang jelas, menarik, dan relevan dengan audiens, memastikan pesan memiliki struktur yang baik dan mudah dipahami. Effendy juga menekankan pentingnya kejelasan dan daya tarik pesan untuk memastikan bahwa audiens menangkap inti dari informasi yang disampaikan.

4. Saluran Komunikasi

Effendy menyebutkan berbagai saluran, seperti media massa, media sosial, dan komunikasi langsung. Pemilihan saluran harus disesuaikan dengan preferensi audiens dan sifat pesan yang ingin disampaikan. Memilih media atau platform yang tepat untuk menyampaikan pesan serta menyesuaikan saluran dengan kebiasaan dan preferensi audiens.

5. Metode Penyampaian

Merancang metode penyampaian yang efektif (narasi, visual, interaktif) dengan menggunakan teknik komunikasi yang sesuai untuk meningkatkan keterlibatan audiens.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Feedback dan Evaluasi

Mengumpulkan umpan balik dari audiens untuk menilai efektivitas pesan, melakukan evaluasi terhadap hasil komunikasi untuk perbaikan di masa depan.

7. Konteks

Memperhatikan faktor sosial, budaya, dan situasional yang memengaruhi komunikasi, menyesuaikan strategi dengan kondisi dan isu terkini yang relevan.

Sejalan dengan Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, mengatakan bahwa “Strategi komunikasi yaitu panduan perencanaan komunikasi (communication planning) dengan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan” (Effendy, 2015: 32).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

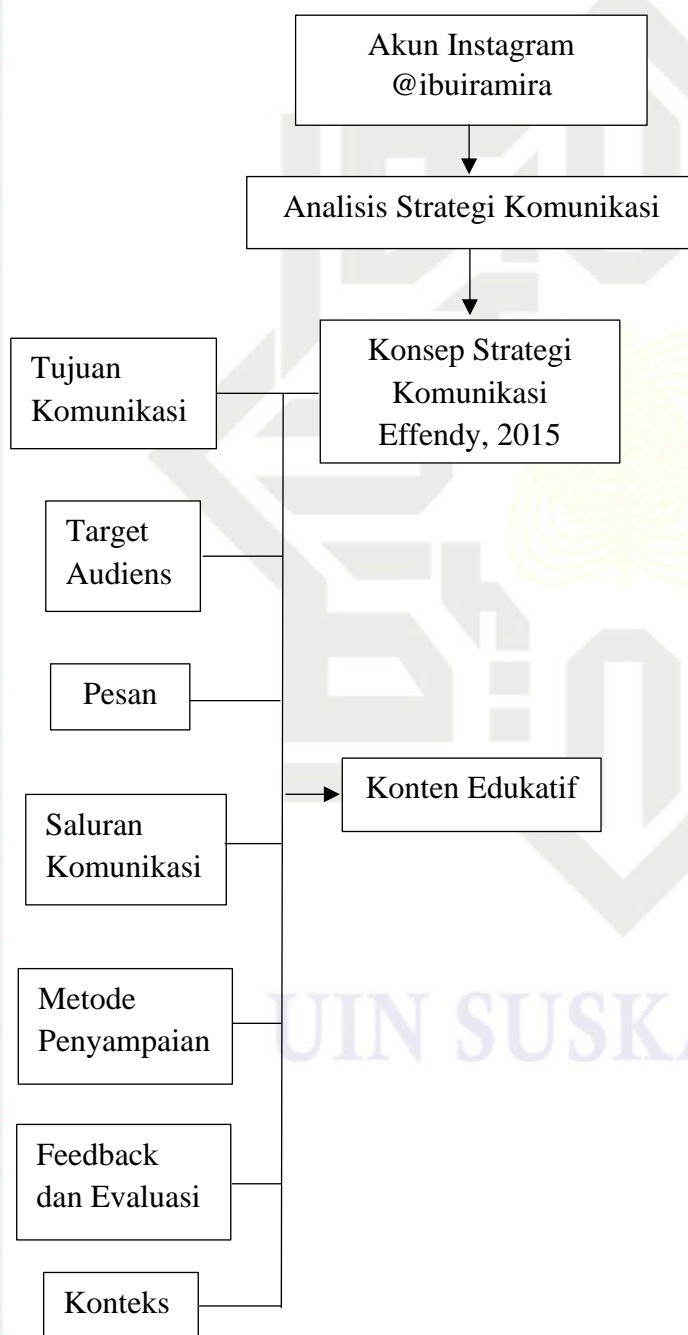
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.4 Kerangka Berpikir

Pola pikir penelitian berawal dari konten edukasi dimedia sosial Instagram oleh akun @ibuiramira yang akan dianalisis menggambarkan urutan penyelesaian masalah atau hal yang bisa menemukan jawaban penelitian. Setelah menyajikan latar belakang penelitian, kajian teori, maka kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan paradigma konstruktivisme dengan metode penelitian kualitatif. Penggunaan pendekatan ini sesuai dengan tujuan penelitian yaitu menganalisis strategi komunikasi konten edukatif, dimana data dan informasi yang diperoleh akan menyajikan kesimpulan berupa data yang digambarkan secara rinci bukan data berupa angka. Paradigma Konstruktivisme ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap socially meaningful action melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara/ mengelola dunia sosial mereka (Hidayat, 2003:3). Alasan metode kualitatif ini digunakan adalah untuk memungkinkan adanya pendekatan yang dilakukan oleh peneliti terhadap sumber informasi atau objek kajian untuk menemukan fenomena asli yang terjadi dan juga data yang diinginkan yaitu berkenaan dengan fokus masalah penelitian ini. Peneliti tidak menguji hipotesis tertentu tetapi hanya menggambarkan kondisi yang sesungguhnya yaitu tentang strategi komunikasi yang digunakan akun @ibuiramira dalam membuat konten edukatif.

Metode kualitatif yang digunakan menghasilkan data berupa perkataan lisan atau kata-kata tertulis yang berasal dari sumber informasi yang telah ditentukan yaitu orang-orang dan perilaku yang diamati. Menurut Bogdan & Taylor yang dikutip oleh (Fuadi, 2022) dalam bukunya yang berjudul “Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa”, mengatakan bahwa metode kualitatif ini juga merupakan sebuah rangkaian penelitian yang akan menyajikan data deskriptif yang berasal dari hasil wawancara beberapa narasumber baik itu berbentuk tulisan ataupun lisan.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian analisis strategi komunikasi konten dimedia sosial, penelitian tidak turun kelapangan seperti penelitian yang semestinya, namun dilakukan secara online melalui akun Instagram dan WhatsApp dengan informan utama yaitu Ibu Ira Mira dan melakukan wawancara kepada pengikut dan yang berkomentar atau partisipan di salah satu postingan @ibuiramira melalui *Direct Message* Instagram. Pemilihan tempat penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang digunakan dengan melibatkan langsung informan utama yaitu ibu ira mira dan melibatkan audiens dan pengikut Instagram @ibuiramira.

3.3 Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian kualitatif adalah berupa kata-kata, dan tindakan. Data lainnya yang dapat mendukung adalah dokumen dan lain-lain (Lofland dan Lofland dalam Moleong, 2013:157). Selain itu, menurut Arikunto (2010:172) “Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh”. Dengan menggunakan pendekatan konstruktivisme yang berarti mendapatkan data dari subjek penelitian dengan cara melakukan wawancara langsung, pengumpulan data dokumen yang dimiliki oleh subjek penelitian tersebut. Dokumen ini sering kali memberikan konteks tambahan dan bukti untuk mendukung narasi yang dikumpulkan dari wawancara.

Menurut Arikunto, 2010 sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Ini menunjukkan bahwa subjek penelitian adalah kunci untuk mendapatkan informasi yang relevan dan valid. Dalam konteks penelitian kualitatif, peneliti berinteraksi langsung dengan subjek untuk menggali informasi yang mendalam tentang pengalaman dan pandangan mereka. Peneliti akan menentukan subjek yang terlibat sebagai sumber informasi untuk mengetahui apa yang terjadi terhadap konten yang dijalani oleh narasumber tersebut. Dengan menggunakan pendekatan konstruktivisme, peneliti dapat memahami fenomena dengan cara yang lebih holistik dan kontekstual. Sumber data yang beragam berupa kata-kata, tindakan, dan dokumen memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang pengalaman individu. Melalui wawancara, peneliti tidak hanya mengumpulkan informasi, tetapi juga membangun pemahaman bersama dengan subjek penelitian, yang merupakan inti dari pendekatan konstruktivisme.

3.4 Informan Penelitian

Sampel yang diambil untuk dijadikan informan adalah audiens atau pihak-pihak yang benar-benar mengetahui tentang konten edukatif pada akun Instagram @ibuiramira. Informan yang diambil diantaranya ibu ira mira selaku kreator dan juga pemilik akun Instagram @ibuiramira, audiens akun Instagram @ibuiramira, dan juga pengikut akun tersebut.

Selain pemilihan informan, peneliti juga memiliki alasan memilih informan-informan tersebut sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Ibu Ira Mira selaku pemilik akun Instagram @ibuiramira. Merupakan salah satu sumber yang memiliki peran penting dalam menjelaskan dan mengetahuinya serta dapat dipercaya dalam memberikan informasi.
2. Nurbaiti Mutia dan Mochzaenudin selaku partisipan akun Instagram @ibuiramira. Yang merupakan penonton dan juga berkomentar di postingan Ibu Ira dan menjadi salah satu alasan strategi komunikasi terjadi melalui konten yang dilihat. Serta mengetahui bagaimana perkembangan dari strategi tersebut.
3. Yustika Laras Shanty dan Khoiriya selaku followers akun Instagram @ibuiramira, merupakan target dari terjadinya strategi komunikasi konten edukatif.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data penelitian ada beberapa teknik yang bisa digunakan sebagai acuan untuk peneliti dalam mengumpulkan data informan (sugiyono) menjelaskan bahwa teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama yang harus di capai adalah bisa mengumpulkan data yang valid. Teknik yang bisa digunakan dalam mengumpulkan data diantaranya yaitu dokumentasi dan wawancara.

3.5.1 Dokumentasi

Menurut Sugiyono, dokumentasi adalah cara untuk mendapatkan data dan informasi yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi melibatkan pengumpulan berbagai macam dokumen, catatan, laporan, dan bahan tertulis lainnya yang dapat memberikan bukti atau informasi untuk mendukung penelitian. Metode ini dilakukan dengan mengkaji dan mengolah data dari dokumen informan yang bisa mendukung data penelitian. Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri historis (Burhan, 2008: 122). Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data bagaimana model konten yang diunggah, untuk mendukung analisis yang dilakukan dalam penelitian, memberikan bukti yang kuat untuk argumen atau temuan strategi, penghasilan strategi komunikasi konten edukatif, dan mengumpulkan data profil dari Instagram @ibuiramira.

3.5.2 Wawancara

Sugiyono, 2017 menjelaskan bahwa wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dan interaktif antara peneliti dan responden. Ia menekankan bahwa wawancara memungkinkan

peneliti untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam dan pribadi. Wawancara dalam penelitian terjadi dimana peneliti sedang berbincang dengan narasumber dengan tujuan untuk menggali informasi melalui pertanyaan-pertanyaan dan menggunakan teknik tertentu. “Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dua orang, pewawancara sebagai yang mengajukan pertanyaan dan narasumber yang memberikan jawaban”, (Moleong, 2007: 186). Adapun wawancara yang akan ditanyakan peneliti yaitu media apa yang informan gunakan untuk melakukan digital marketing dan bagaimana strategi komunikasi yang informan gunakan.

3.6 Validitas Data

Pemeriksaan terhadap validitas data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif. Validitas data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh.

Untuk menjaga validitas data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi yaitu menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Disini jawaban subjek di *check* dengan dokumen yang ada (Kriyantono,2007:70).

Peneliti bermaksud menguji data primer yang diperoleh dari satu sumber (untuk dibandingkan) dengan data dari sumber lain. Peneliti akan sampai pada salah satu kemungkinan, data yang diperoleh ternyata konsisten, tidak konsisten, atau berlawanan (Pawito,2007:99).

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang secara umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan prespektif seseorang dengan berbagai pendapat.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.7 Teknik Analisis Data

Metode analisis data penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan konstruktivisme. Presentasi rinci dan interpretasi digunakan untuk menganalisis data lapangan, pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan merupakan bagian dari analisis data ini.

Metode analisis data penelitian ini adalah:

1. Pengumpulan data
Sugiyono menyatakan bahwa teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan dalam penelitian. Ia menekankan pentingnya memilih teknik yang sesuai dengan jenis penelitian dan tujuan yang ingin dicapai. Data pertama masih bersifat mentah yang diperoleh dari hasil wawancara, penelitian kepustakaan serta dokumentasi dan data sekunder lainnya yang berhasil diperoleh.
2. Reduksi Data
Moleong, 2017 menyatakan bahwa reduksi data adalah proses seleksi, pemfokusan, dan pengorganisasian data yang akan dianalisis. Ia menekankan bahwa reduksi data diperlukan untuk menghilangkan data yang tidak penting dan untuk menonjolkan informasi yang penting dalam penelitian. Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan, keluasan, kedalaman, dan wawasan yang tinggi. Peneliti dapat mendiskusikan dengan responden melalui diskusi tersebut.
3. Penyajian Data
Moleong, 2017 menjelaskan bahwa penyajian data adalah tahapan di mana peneliti menyusun data yang telah dikumpulkan dalam bentuk yang terstruktur dan sistematis. Ia menekankan bahwa penyajian yang baik harus mencakup aspek-aspek penting dari data dan memudahkan pembaca untuk memahami hasil penelitian. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Data yang paling digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah data berupa teks yang bersifat naratif. Peneliti menyajikan data data dlm bentuk uraian singkat untuk menggambarkan strategi komunikasi konten edukatif di media sosial Instagram.
4. Kesimpulan
Moleong, 2017 mendefinisikan kesimpulan penelitian sebagai pernyataan yang merangkum hasil penelitian dan memberikan interpretasi terhadap data yang telah dianalisis. Ia menekankan bahwa kesimpulan harus relevan dengan tujuan penelitian dan dapat memberikan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya. Penarikan kesimpulan, dalam penelitian kualitatif merupakan deskripsi atau gambaran objek yang diteliti menjadi lebih jelas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM

4.1 Deskripsi Profil

Dr. Ira Mirawati, M.Si atau yang lebih akrab dipanggil Ibu Ira. Ibu ira merupakan seorang dosen di salah satu universitas Padjajaran Bandung, Fakultas Ilmu Komunikasi. Ibu Ira Mira dikenal sejak ia mengunggah konten di aplikasi TikTok tentang edukasi perkuliahan, ia bergabung ke Instagram sejak tahun 2013 dan mulai mengunggah konten edukasi di Instagram sejak tahun 2020. Dosen Fikom Unpad dengan nama asli Dr. Ira Mirawati, M.Si. rutin membagikan konten mengenai penyusunan tugas akhir atau pelaksanaan sidang skripsi, dari seluruh konten yang dibuat per (18/10/21) konten yang mendominasi adalah konten dengan kategori Skripsi/Tugas Akir sebanyak 167 Video atau 52% dari jumlah keseluruhan Konten yang terdapat di akun TikTok @buiramira. Ibu Ira Mira memberikan solusi kepada para mahasiswa, dan ia pun bergabung kepada komunitas “sobatmudotcom” untuk membagikan beberapa solusi.

Konten yang disajikan Ibu Ira menggunakan bahasa yang ringan karena ia membahas hal-hal yang berkaitan dengan keseharian mahasiswa, misalnya fakta-fakta tentang skripsi yang menjadi hal menakutkan bagi sebagian mahasiswa, tips berhadapan dengan skripsi, cara meningkatkan interaksi saat kuliah, fakta tentang dosen pembimbing, serta sidang akhir skripsi, dan masih banyak lagi. Mahasiswa akhir sering menghadapi tekanan besar, baik dalam hal tuntutan waktu, tuntutan akademik, maupun ekspektasi dari dalam diri sendiri. Berkat konten-konten edukasinya yang kreatif, Ibu Ira mendapat nominasi “*Best of Learning Education*” di Tiktok Awards pada tahun 2020. Konten yang dibagikan akun @buiramira ini penyampainnya dinilai menarik dan relate dengan kehidupan mahasiswa dan membuat orang yang mengikuti akunnya ingin mengenal lebih jauh tentang dunia perkuliahan (Vidyana & Atnan, 2022).

Berdasarkan hasil pengamatan yang penulis lakukan dimedia sosial Instagram @ibuiramira, Ibu Ira terlebih dahulu aktif di akun media sosial TikTok dan dianggap menjadi dosen online mahasiswa, karena konten yang di unggah dianggap *relate* oleh audiens atau mahasiswa online, hingga mendapatkan medali silver dari TikTok karena salah satu konten yang berisi edukasi. Terhitung pada tanggal 12 Desember 2024 pengikut Instagram Ibu Ira sudah mencapai 443RB dan pada akun TikTok sudah mencapai 1,1JT pengikut. Berikut adalah postingan Ibu Ira yang mendapat penghargaan dari

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TikTok dan juga menjadi langkah awal Ibu Ira untuk mengunggah konten edukasi di Instagram.



Gambar 4.1 Konten edukasi @ibuiramira pertama di Instagram

Sumber: akun Instagram @ibuiramira

Gambar tersebut merupakan salah satu konten yang berhasil membuat Ibu Ira mendapatkan medali silver dari media sosial TikTok yaitu konten yang membahas tentang “Fakta tentang dosen pembimbing skripsi”, hal ini menunjukkan bahwa konten yang dihasilkan memiliki daya tarik yang kuat dan relevansi tinggi bagi audiens. Sehingga Ibu Ira juga mulai mengupload konten edukatif di media sosial Instagramnya. Setelah sukses di TikTok, Ibu Ira mulai mengalihkan fokus ke Instagram untuk memperluas jangkauan audiens. Instagram memungkinkan Ibu Ira menyajikan konten dengan cara yang lebih menarik secara visual. Transisi ini mencerminkan strategi adaptasi yang baik, di mana Ibu Ira berusaha menjangkau mahasiswa di berbagai platform yang mereka gunakan. Hingga saat ini Ibu Ira terus mengunggah konten edukatif di media sosial TikTok, Instagram dan YoutubeShort yang ditujukan khusus untuk mahasiswa, terutama untuk mahasiswa semester akhir. Konten yang diunggah Ibu Ira saat ini menggunakan bahasa yang lebih ringan, sehingga lebih diterima oleh mahasiswa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2 Deskripsi Akun Instagram @ibuiramira

Ibu Ira Mira bergabung ke Instagram pada tahun 2013 dan mulai mengunggah konten edukatif di Instagram pada tahun 2020 setelah ia sebelumnya banyak dikenal melalui media sosial TikTok. Akun Instagram @ibuiramira dikelola sendiri olehnya dan menjadikan salah satu platform edukatif yang menjadi sumber inspirasi bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa yang berada di tahap akhir studi. Setiap unggahannya, menyajikan konten yang relevan dan mendalam tentang perjalanan akademik, mulai dari tips menyelesaikan skripsi hingga strategi menghadapi sidang akhir. Melalui pendekatan yang humanis dan informatif, @ibuiramira berhasil menciptakan ruang diskusi yang bermanfaat bagi para pengikutnya.

Mahasiswa akhir sering menghadapi tekanan besar, baik dalam hal waktu, tuntutan akademik, maupun ekspektasi personal. Dalam hal ini, akun seperti @ibuiramira menciptakan dukungan moral hingga panduan praktis. Contohnya, postingan tentang cara memilih topik penelitian, diikuti dengan langkah-langkah dan contoh kasus yang mudah dipahami. Selain itu, tips komunikasi dengan dosen pembimbing juga menjadi salah satu highlight di akun Ibu Ira, membantu mahasiswa memahami cara membangun hubungan yang produktif.

Setiap unggahan disampaikan Ibu Ira dengan bahasa yang mudah dipahami, dan disertai dengan ilustrasi visual atau kutipan inspiratif. Hal ini membuat akun ini menjadi platform edukasi dan menjadi komunitas virtual tempat mahasiswa dapat merasa didengar dan didukung. Selain manfaat akademis, akun Ibu Ira juga memberikan wawasan tentang pentingnya pengembangan diri dan keseimbangan emosional selama menjalani proses skripsi. Ada beberapa unggahan yang menyentuh tingkat stres mahasiswa, menjaga kesehatan mental, dan pentingnya istirahat di tengah tekanan akademik. Hal ini menegaskan bahwa keberhasilan akademik tidak hanya ditentukan oleh kerja keras, tetapi juga oleh kemampuan untuk menjaga keseimbangan hidup.

Akun @ibuiramira sudah meningkatkan interaksinya dengan pengikut melalui penggunaan bahasa yang semakin mudah dimengerti. Akun Ibu Ira juga mulai aktif dengan meluncurkan saluran pesan dengan nama “Behind the screen” untuk mendukung komunikasi yang lebih personal antara Ibu Ira sendiri dengan para mahasiswa online dan memberikan tips-tips saat sidang skripsi. Melalui saluran ini dapat menjadi strategi yang relevan dan bermanfaat. Ibu Ira tidak hanya membantu mereka mempersiapkan diri tetapi juga menunjukkan empati terhadap tantangan yang dihadapi mahasiswa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.2 Saluran pesan akun @ibuiramira

Sumber: Instagram @ibuiramira

Gambar diatas merupakan salah satu strategi komunikasi yang dilakukan Ibu Ira, yaitu dengan membuat saluran pesan di Instagram. Hal ini memperkuat peran akun sebagai pendamping virtual yang nyata dalam perjalanan mahasiswa semester akhir. Dengan pendekatan yang lebih personal, Ibu Ira berpotensi meningkatkan pengikutnya. Mahasiswa yang merasa didukung dan terhubung dengan pembicara atau mentor cenderung kembali untuk mencari informasi lebih lanjut dan terlibat lebih aktif. Dengan kontennya yang konsisten dan bermanfaat, @ibuiramira telah membuktikan diri sebagai sumber daya yang berharga bagi mahasiswa akhir, tidak hanya bantuan dalam menyelesaikan tugas akademik, tetapi juga dukungan emosional dan motivasi.

Dalam konteks pendidikan, peran seperti ini sangat penting karena membantu mahasiswa merasa lebih siap menghadapi tantangan yang akan datang. Akun ini tidak hanya membantu menyelesaikan tantangan akademik, tetapi juga memotivasi para pengikutnya untuk terus berkembang dan percaya diri menghadapi masa depan. Dalam dunia yang semakin digital, platform seperti ini menjadi contoh bagaimana media sosial dapat digunakan untuk mendukung pendidikan dan pengembangan pribadi. Dengan menciptakan saluran pesan yang interaktif dan mendukung, Ibu Ira tidak hanya

menyampaikan informasi, tetapi juga menciptakan pengalaman belajar yang kolaboratif dan bermakna.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Konten edukatif berperan penting dalam proses pembelajaran dan pengembangan pengetahuan. Dengan pendekatan yang tepat, dapat membantu audiens memahami konsep yang kompleks dan mendorong pembelajaran yang lebih mendalam. Ibu Ira mira memiliki strategi komunikasi untuk meningkatkan kualitas konten dengan keterlibatan audiens pada setiap postingan yang diunggah oleh individu atau kelompok, yaitu menggunakan bahasa yang sederhana, disertai elemen humor dan storytelling untuk membuat informasi lebih menarik. Menggunakan teks dalam video untuk meningkatkan pemahaman audiens, dan elemen visual seperti background, teks, serta emoticon untuk menambah daya tarik. Dapat secara langsung dipahami isi dari konten tersebut baik dari informasi, pengetahuan, tips-tips seputar skripsi, perkuliahan dan teknologi yang memudahkan mahasiswa dalam menyusun skripsi, fakta, dan sebagainya yang dapat mengedukasi audiens atau pengikutnya.

Akun Instagram @ibuiramira melibatkan serangkaian langkah taktis dan tindakan konkret yang harus dilakukan dalam mencapai target konten edukatif yang dimengerti oleh audiens. Hasil analisis strategi komunikasi dengan menggunakan Paradigma Konstruktivisme tersebut menunjukkan bahwa audiens dan followers Ibu Ira mendapatkan manfaat dari konten edukatif yang diupload oleh Ibu Ira, tetapi juga mengharapkan adanya pengembangan lebih lanjut dan collab dengan kreator lain. Melalui data yang penulis analisis berdasarkan konsep dari Effendy, menunjukkan bahwa pemilik akun @ibuiramira memiliki pendekatan yang responsif dan adaptif terhadap kebutuhan audiensnya. Meskipun tidak menggunakan strategi komunikasi yang kaku, namun aspek-aspek strategi komunikasi dari Effendy digunakan Ibu Ira agar menghasilkan konten yang efektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan @ibuiramira cukup efektif dalam menjaga interaksi dengan audiens. Dengan upaya Ibu Ira untuk selalu up-to-date dan menyampaikan pesan dengan cara yang sederhana, serta respons cepat terhadap komentar, ia berhasil menciptakan komunikasi yang lebih baik. Memperhatikan konteks, mengikuti tren, dan menyediakan konten yang relevan, Ibu Ira tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membangun komunitas yang interaktif antara pengikutnya. Pendekatan paradigma konstruktivisme berkontribusi pada peningkatan keterlibatan dan loyalitas

audiens, menjadikan akun @ibuiramira sebagai sumber informasi yang berharga bagi mahasiswa.

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis telah menyimpulkan beberapa hal yang dapat menjadi saran yang bermanfaat bagi penelitian berikutnya:

1. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah kepustakaan dalam penelitian kualitatif pada program studi Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau, khususnya dalam analisa strategi komunikasi konten edukatif dan dapat berperan serta dalam penelitian berikutnya untuk dapat dikembangkan lebih lanjut.
2. Diharapkan penelitian ini dapat membuka pemikiran masyarakat tentang konten edukatif di media sosial terutama kreator konten di media sosial untuk mengembangkan konten yang lebih menarik dan bermanfaat bagi audiens.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat memahami dengan baik pesan dari konten edukatif di media sosial. Dan Pertimbangkan untuk mengeksplorasi dampak emosional dan psikologis dari konten edukatif terhadap audiens. Ini dapat membantu dalam memahami bagaimana konten mempengaruhi motivasi dan kesejahteraan mahasiswa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Agustin, C. K., & Wijaksono, D. S. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Program Internship DDB Telkom dalam Minat Mahasiswa Bergabung ke PT Telkom Indonesia. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(9), 3320–3327. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i9.882>
- Aprilia, R., Sriati, A., & Hendrawati, S. (2020). Tingkat Kecanduan Media Sosial pada Remaja. *Journal of Nursing Care*, 3(1), 41–53. <https://doi.org/10.24198/jnc.v3i1.26928>
- Basarah, F. F., & Romaria, G. (2020). Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial. *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)*, 5(2), 22. <https://doi.org/10.22441/jam.2020.v5.i2.006>
- Chandra, M. A. (2023). Strategi Komunikasi Content Creator Rian Fahardi (Presiden Gen Z) Dalam Membahas Isu-Isu Politik Di Sosial Media Tiktok. In *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73959%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/73959/1/MUSA_ADHE_CHANDRA-FDK.pdf
- Fitria, N. (2020). *Strategi Komunikasi Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Bandung Melalui Pelayanan Publik Klinik Kemasan*. 13–46.
- Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(4), 1006–1013. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>
- Fuadi, F. H. (2022). *Kreator Dalam Upaya Mengembangkan Akun Sosial Media : Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ampel Surabaya*.
- Harahap, S. R. (2023). Strategi Komunikasi Persuasif Akun Tiktok @Risyad_Bay Dalam Berdakwah. *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*, 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Herna, H., Hiswanti, H., Hidayaturahmi, H., & Putri, A. A. (2019). Strategi Komunikasi Media Sosial untuk Mendorong Partisipasi Khalayak pada Situs Online kitabisa.com. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(2), 146–156. <https://doi.org/10.46937/17201926843>
- Listianingrum, R., Fitriana Poerana, A., & A. Arindawati, W. (2021). Strategi Komunikasi Melalui Media Instagram Dalam Memberikan Informasi Kepada Mahasiswa. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 11–23. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v4i1.1309>
- Mustikasari, A., Amelia, E., Bahri, K. N., Syamfithriani, T. S., & Budiwati, N.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(2023). Sosial Konstruktivisme Dalam Media Sosial Tiktok Untuk Tujuan Pengajaran Dan Pembelajaran. *Pedagogi: Jurnal Penelitian Pendidikan*, 10(2), 72–78. <https://doi.org/10.25134/pedagogi.v10i2.7913>

Putri, N. E. (2023). ANALISIS STRATEGI KONTEN DI AKUN TIKTOK @DAFFASPEAKS. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.

Ricko, R., & Junaidi, A. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Prologia*, 3(1), 231. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6245>

Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029–11037. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4888>

Siregar, D., Aditya, T., Purwanto, E., & Elyana, K. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Dalam Gaya Hidup Gen Z di Kota Tangerang. *Jurnal JTik (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, 8(3), 605–618. <https://doi.org/10.35870/jtik.v8i3.2060>

Tarigan, I. M., Kurnia Harahap, M. A., Sari, D. M., Sakinah, R. D., & Almaududi Ausat, A. M. (2023). Understanding Social Media: Benefits of Social Media for Individuals. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2317–2322. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/5559>

Usriyah, M. N. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI AKUN INSTAGRAM @YUKNGAJIJOGJA DALAM REAKTUALISASI NILAI HIJRAH. *SELL Journal*, 5(1), 55.

Vidyana, A. N., & Atnan, N. (2022). Pengaruh Konten Edukasi Tiktok Terhadap Pengetahuan Mahasiswa: Sebuah Kajian Sosiologi Pendidikan. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 7131–7144. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3453>

Wulandari, D. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PEMBUATAN KONTEN DAKWAH (STUDI KASUS PADA AKUN INSTAGRAM @RUANG_EDIT). In *Galang Tanjung* (Vol. 8, Nomor 2).

Yuliani, R. S. dan F. (2024). PERAN KONTEN TIKTOK @VMULIANA SEBAGAI KEBUTUHAN INFORMASI MAHASISWA AKHIR. *J-SIKOM Volume*, 5(2), 114–126.

Buku

- Crystallography, X. D. (2016). *Langkah - Langkah Dalam Menyusun Strategi Komunikasi*. 1–23.
- Dianti, Y. (2017). landasan teori. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- Effendy, O. U. (2015). Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. In Tjun Surjaman Desainer (Ed.), *Komunikasi dalam sebuah organisasi*. PT REMAJA ROSDAKARYA - BANDUNG.
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2021). Komunikasi Massa. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Nomor 1). CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciu_rbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Insania, P., & Riorini, S. V. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*.
- Rahayu, E. K., & Briandana, R. (2022). *Teknologi Komunikasi dan Pendidikan : Aplikasi E-Pasraman sebagai Bentuk Konstruksi Sosial Teknologi dalam Media Baru*. 4, 1–8.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LAMPIRAN

Hasil Wawancara pemilik akun Instagram @ibuiramira

1. Metode atau strategi apa yang Ibu gunakan untuk membuat konten edukasi?
 1. Tidak ada strategi komunikasi khusus yang digunakan.
2. Bagaimana Ibu memastikan bahwa konten tetap relevan dan menarik bagi audiens?
 1. Saya pastikan dulu kontennya itu dibutuhkan oleh mahasiswa, dengan cara lihat dikolom komentar apa yang mereka ingin tau, kemudian saya memperhatikan kejadian yang harus diketahui mahasiswa agar dijadikan pembelajaran, dan juga mempelajari konten yang trend yang terjadi di tiktok.
3. Siapa target audiens utama yang Ibu sasar melalui konten di Instagram?
 1. Target kontennya adalah mahasiswa tingkat umum dan mahasiswa tingkat akhir, jika dilihat dari insight instagram rata-rata pengikutnya umur 70% 18-24 tahun.
4. Apa yang Ibu lakukan untuk memahami kebutuhan audiens ini?
 1. Lihat melalui komentar
 2. Melakukan observasi, misalnya di FIKOM UNPAD sendiri mahasiswanya tidak mengetahui apa dan menurut saya mahasiswa diluar daerah juga harus tau, misalnya tentang AI yang mahasiswa banyak belum tau, atau habis mengikuti pelatihan ada sesuatu yang menarik yang mahasiswa harus tau, itu saya buat konten. Berdasarkan apa yang dibutuhkan mahasiswa.
5. Bagaimana Ibu menentukan pesan yang ingin disampaikan melalui konten edukatif?
 1. Pesan harus singkat dan padat, jadi berdasarkan hapalan saya namun tidak membaca teks agar tidak menggurui

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Memperhatikan hook atau yang bisa memancing mahasiswa, ada hook positif, misalnya “tips mencari judul yang diacc” dan hook negatifnya seperti “lakukan ini supaya dosen tidak menolak terus”.

6. Apakah Ibu menggunakan pendekatan tertentu dalam menyusun pesan agar lebih menarik bagi audiens?

Ya, selain menggunakan hook tadi, juga menggunakan bagian lucu atau humor.

7. Mengapa Ibu memilih Instagram sebagai saluran untuk menyampaikan konten edukatif?

Sebenarnya saya menggunakan 3 media yaitu instagram, tiktok dan youtube short. Namun di instagram jumlah audiend dan followersnya bervariasi namun tetap ada yang nonton tidak kurang dari 50RB penonton, sementara di media sosial lain bisa sampai jutaan namun kadang tidak naik. Tetapi kalau di Instagram itu udah pasti ada yang nonton.

8. Apakah instagram sebagai saluran utama untuk menyampaikan konten edukatif?

Instagram tidak menjadi saluran utama karena kadang bolak balik ke tiktok juga karena kadang naik terlebih dahulu ditiktok. Tetapi kalau diinstagram saya selalu upload dan tidak pernah melewatkan untuk tidak upload.

9. Apa kelebihan dan tantangan yang Ibu hadapi dalam menggunakan Instagram untuk komunikasi?

Kelebihannya followers atau target audiens udah pasti yaitu mahasiswa dan yang lihat tidak kurang dari 10% followernya.

Tantangannya tidak terlalu ada, namun hanya terkadang kendala disound kadang tidak ada, dan juga trendnya tidak seramai di tiktok. Sedangkan ditiktok kalau ikut trend langsung naik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Apa tujuan utama dari konten yang Ibu bagikan di akun Instagram Ibu Ira Mira?

≡ Tentunya untuk menyampaikan informasi yang berguna seputar skripsi, perkuliahan, tujuan utama saya sebenarnya agar mahasiswa itu ingat skripsinya. Ya untuk memotivasi.

11. Bagaimana cara Ibu menyajikan informasi agar mudah dipahami oleh audiens?
= Dengan bahasa yang sederhana, story telling, ada lucu atau humornya dan menggunakan teks divideo.

12. Apakah Ibu menggunakan elemen visual tertentu untuk meningkatkan daya tarik konten?

= Kadang pakai background, teks dan emoticon, lebih banyak naturalnya.

13. Bagaimana interaksi di media sosial antara Ibu dan audiens melalui konten di Instagram?

= Membalas komentar di 30 menit pertama setelah upload konten.

14. Bagaimana Ibu melakukan perbaikan berdasarkan hasil evaluasi tersebut?

≡ Melakukan perbaikan melalui evaluasi, misalnya melalui insight, misalnya kalau kontennya bagus dan ramai nanti dibanyakin konten seperti itu.

15. Bagaimana Ibu mengikuti tren terbaru dalam konten edukatif di media sosial?

≡ Mengikuti semua trend yang positif dan bisa diikuti dan tidak ada dancenya.

16. Apakah ada inovasi tertentu yang Ibu terapkan dalam strategi komunikasi?

≡ Saya ngikutin perkembangan dan update tentang sesuatu dan mencoba inovasi tertentu yang trend juga.

17. Apakah Ibu sudah memiliki rencana untuk mengembangkan strategi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komunikasi melalui instagram untuk ke depan?

Melihat semua media, dan selalu ada rencana namun mengimplementasi namun agak susah ya karena saya agak sibuk dikampus juga.

Hasil wawancara dengan Audiens (partisipan) dan Followers di akun

Instagram @ibuiramira

Audiens

- Apa yang pertama kali menarik perhatian Anda ketika melihat konten di akun @ibuiramira?

1. Nurbaiti Mutia= Akun @ibuiramira selalu memberi tips untuk mahasiswa
2. Mochzaenudin= Konten pertama yang menarik perhatian saya adalah tips mennghubungi dosen

- Bagaimana Anda menilai kualitas konten edukatif yang dibagikan?

1. Nurbaiti Mutia= Karena kontennya sangat positif, patut untuk didukung
2. Mochzaenudin= Kualitas kontennya sangat baik, karena menggunakan bahasa yang jelas dan ada contohnya juga.

- Seberapa relevan konten yang dibagikan dengan kebutuhan atau minat Anda sebagai audiens?

1. Nurbaiti Mutia= Menurut saya kontennya lebih relevan untuk mahasiswa yang lagi menyusun skripsi
2. Mochzaenudin= Sangat relevan untuk saya mahasiswa dan pasti akan dibutuhkan nanti saat semester akhir.

- Apakah ada topik tertentu yang Anda harap bisa dibahas lebih dalam?

1. Nurbaiti Mutia= Sejauh ini belum ada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2 Mochzaenudin= Saya ingin membahas lebih dalam bagaimana penggunaan teknologi canggih saat ini untuk penyusunan skripsi.

• Bagaimana Anda menilai cara penyampaian pesan dalam konten? Apakah mudah dipahami?

1 Nurbaiti Mutia= Ya, konten yang diupload sangat mudah untuk dipahami, karena durasinya juga tidak terlalu lama dan tidak membosankan.

2 Mochzaenudin= Cara penyampaiannya mudah dipahami dan sistematis.

• Apakah Anda merasa konten tersebut memberikan informasi yang bermanfaat?

1. Nurbaiti Mutia= Ya, informasinya sangat bermanfaat

2. Mochzaenudin= Kontennya memberikan informasi yang sangat bermanfaat

• Apakah Anda mengikuti akun lain yang memiliki tema serupa? Jika ya, sebutkan beberapa dan apa yang membuat Anda mengikuti mereka.

1. Nurbaiti Mutia= Tidak ada

2 Mochzaenudin= Saya juga mengikuti akun @skripsi_id dan @perkuliahan untuk menambah informasi.

Followers

• Apa yang membuat Anda tetap setia mengikuti @ibuiramira dibandingkan akun lain?

1 Karena konten @ibuiramira sangat membantu para mahasiswa didalam dunia perkuliahan.

2 Karena kontennya konsisten dan selalu update hal hal baru

• Apa saran Anda untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas konten edukatif di @ibuiramira?

1 @ibuiramira bisa collab dengan konten kreator yang lain.

2 Saran saya, mungkin bisa ditambahkan tutorial atau studi kasus untuk

pengalaman pembuatan skripsi

- Adakah fitur atau jenis konten yang Anda ingin lihat lebih banyak di akun ini?
 1. Tidak ada
 2. Tidak ada
- Apakah konten yang Anda lihat di @ibuiramira memengaruhi cara pandang atau perilaku Anda sehari-hari?
 1. Ya, mempengaruhi. Karena saya juga merupakan mahasiswa akhir.
 2. Kontennya mempengaruhi cara pandang saya terhadap penyusunan skripsi
- Pernahkah Anda membagikan konten dari akun ini ke orang lain? Jika ya, kenapa?
 1. Pernah, karena konten-kontennya sangat menginspirasi saya dan teman saya.
 2. Ya, saya pernah membagikan konten tersebut karena informasinya bisa membantu saya dan teman-teman saya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.