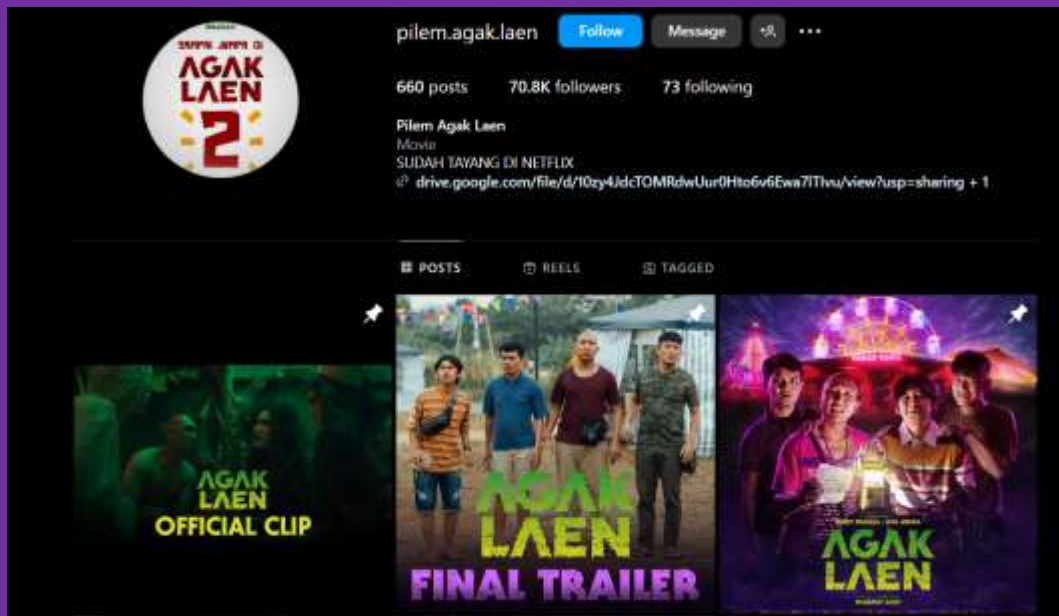




Judul Tugas Akhir Skripsi:

ANALISIS KONTEN INSTAGRAM UNTUK KOMUNIKASI PEMASARAN FILM AGAK LAEN (2024) (Studi Pada Akun Official @Pilem.Agak.Laen)

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Nuralamsah

NIM : 2110411172



PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Nuralamsah

NIM : 2110411172

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 22 Mei 2025

Yang menyatakan,

The block contains a handwritten signature in black ink over a rectangular official stamp. The stamp is pinkish-red and features the Garuda Pancasila emblem at the top. Below the emblem, the text 'METERAI' and '(TEMPEL)' is printed. At the bottom of the stamp, the alphanumeric code '370564527' is visible. Below the signature and stamp, the name '(Nuralamsah)' is printed in parentheses.

(Nuralamsah)

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nuralamsah
NIM : 2110411172
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Konten Instagram Untuk Komunikasi Pemasaran
Digital Film Agak Laen (2024): Studi Pada Akun Official
@Pilem.Agak.Laen

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,
Pada tanggal : 22 Mei 2025
Yang menyatakan,


(Nuralamsah)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nuralamsah
NIM : 2110411172
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**ANALISIS KONTEN INSTAGRAM UNTUK KOMUNIKASI PEMASARAN
DIGITAL FILM AGAK LAEN (2024): STUDI PADA AKUN OFFICIAL
@PILEM.AGAK.LAEN**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 22 Mei 2025

Yang menyatakan,



(Nuralamsah)

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Nuralamsah
NIM : 2110411172
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Analisis Konten Instagram untuk Komunikasi Pemasaran
Film Agak Laen (2024): Studi pada Akun Official
@Pilem.Agak.Laen

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Nuril Ashivah Misbah, S.IP, MA)

Penguji 1



(Windhi Tia Saputra, S.Sos. M.Si)

Penguji 2



(Ratu Nadya W., S.Ikom., MM.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 8 Juli 2025

ANALISIS KONTEN INSTAGRAM UNTUK KOMUNIKASI PEMASARAN FILM AGAK LAEN (2024): STUDI PADA AKUN OFFICIAL @PILEM.AGAK.LAEN

NURALAMSAH

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan konten pemasaran digital dalam akun @pilem.agak.laen ditinjau dari aspek komunikasi pemasaran serta kategorisasi. Data dikumpulkan dengan metode observasi dan dokumentasi dengan sumber data adalah konten-konten pada akun Instagram @pilem.agak.laen dan literatur. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Teknik analisis data menggunakan analisis konten Krippendorff (2019). Peneliti menggunakan enam tahapan analisis yaitu *unitizing*, *sampling*, *recording*, *reducing*, *inferring*, dan *narrating*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kategorisasi konten pada akun Instagram @pilem.agak.laen didominasi oleh konten emosional, lalu konten kombinasi berada di tempat kedua serta konten informatif merupakan konten yang memiliki kuantitas yang sangat sedikit. Selain itu akun Instagram @pilem.agak.laen juga mampu memenuhi semua karakteristik konten yang baik menurut kingsnorth (2016) yang menjadi bukti efektifitas dari penyebaran konten pada akun Instagram @pilem.agak.laen. Terakhir, akun Instagram @pilem.agak.laen memanfaatkan *marketing communication mix* untuk pemanfaatan komunikasi pemasaran. Meskipun tidak semua jenis *marketing communication mix* dapat dimanfaatkan namun hal tersebut tetap memberikan data dan analisis yang jelas terkait efektifitas dan keberhasilan pemasaran konten pada akun Instagram @pilem.agak.laen melalui sosial media Instagram

Kata kunci: Instagram, Kategorisasi Konten, Komunikasi Pemasaran Digital, Sosial Media,

**INSTAGRAM CONTENT ANALYSIS FOR MARKETING
COMMUNICATION OF FILM AGAK LAEN (2024): A STUDY ON THE
OFFICIAL ACCOUNT @PILEM.AGAK.LAEN**

NURALAMSAH

ABSTRACT

This research aims to analyze and describe the digital marketing content on the Instagram account @pilem.agak.laen in terms of marketing communication and content categorization. Data were collected using observation and documentation methods, with the data sources being the posts on the @pilem.agak.laen Instagram account and related literature. The method used is descriptive qualitative. The data analysis technique applies Krippendorff's content analysis (2019). The researcher followed six stages of analysis: unitizing, sampling, recording, reducing, inferring, and narrating. The results show that the content on the @pilem.agak.laen Instagram account is dominated by emotional content, followed by combined content, while informative content appears in very limited quantity. Additionally, the @pilem.agak.laen account successfully meets all the indicators of good content according to Kingsnorth (2016), which serves as evidence of the effectiveness of content distribution on the Instagram account. Lastly, the @pilem.agak.laen Instagram account utilizes the marketing communication mix in its marketing communication efforts. Although not all elements of the marketing communication mix are employed, the findings still provide clear data and analysis regarding the effectiveness and success of content marketing on the @pilem.agak.laen Instagram account through the Instagram social media platform.

Keywords: Content Categorization, Digital Marketing Communication, Instagram, Social Media,

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini adalah “Analisis Konten Instagram Untuk Komunikasi Pemasaran Film *Agak Laen* (2024): Studi Pada Akun Official @Pilem.Agak.Laen”. Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu gelar akhir dalam menyelesaikan program Studi S-1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Dalam penyusunan dan penulisan Skripsi ini, peneliti mendapatkan bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih dan rasa hormat kepada :

1. Dr. S. Bkti Istiyanto, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
2. Uljanatunnisa, S.Sos.MA. selaku Ketua Program Studi Kedokteran Program Sarjana;
3. Nuril Ashivah Misbah, S.IP, MA selaku Dosen Pembimbing Skripsi peneliti yang telah banyak memberikan saran yang bermanfaat hingga skripsi ini selesai.
4. Windhi Tia Saputra, S.Sos. M.Si. dan Ratu Nadya Wahyuningratna, S.I.Kom.MM. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran, kritik, serta masukan yang bermanfaat untuk penelitian dan juga untuk diri peneliti sendiri.
5. Kedua orang tua peneliti, mamah dan ayah serta seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan peneliti semangat dan doa.
6. Film *Agak Laen* (2024) serta para pemerannya yang telah memberikan inspirasi serta menjadi objek pada penelitian ini.
7. Rubrik Mahasiswa, Medkre SM dan teman-teman peneliti yang telah membantu serta memberikan dukungan peneliti dalam penulisan skripsi ini.
8. Vianda yang selalu memberikan dan dukungan tanpa henti selama proses penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti membuka diri terhadap segala bentuk kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pembaca maupun pihak-pihak yang berkepentingan.

Jakarta, Juli 2025

Nuralamsah

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Batasan Masalah.....	12
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Manfaat Penelitian	12
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1. Penelitian Terdahulu	15
2.2. Konsep Penelitian.....	22
2.2.1. Komunikasi Pemasaran Digital.....	22
2.2.2. Konten Digital.....	28
2.2.3. Instagram sebagai Media Pemasaran digital	30
2.3. Teori Penelitian	32
2.3.1. Content Marketing Theory	32
2.4. Kerangka Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1. Objek Penelitian	37
3.2. Jenis Penelitian.....	37
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.3.1. Observasi.....	39
3.3.2. Dokumentasi	40
3.4. Sumber Data.....	41
3.4.1. Data Primer	41
3.4.2. Data Sekunder	41
3.5. Teknik Analisis Data.....	42
3.6. Jadwal Penelitian.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	45
4.2. Hasil Penelitian	46
4.3. Pembahasan.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	119
5.1.Kesimpulan	119
5.2.Saran.....	120

DAFTAR PUSTAKA	123
BIOADATA PENULIS	129
LAMPIRAN.....	130

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Film Indonesia Terlaris Sepanjang Masa.....	6
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. Kategorisasi Jenis Konten Media Sosial.....	34
Tabel 4. Jadwal Penelitian.....	44
Tabel 5. Pembagian jenis konten di akun Instagram @pilem.agak.laen.....	45
Tabel 6. Pembagian jenis konten di akun Instagram @pilem.agak.laen berdasarkan kategorisasi dolan (2019)	47
Tabel 7. Pembagian Jenis <i>rational content</i> pada akun @pilem.agak.laen	48
Tabel 8. Pembagian sub-kategori <i>rational content</i> pada akun Instagram @pilem.agak.laen.....	50
Tabel 9. Pembagian Jenis <i>emotional content</i> pada akun Instagram @pilem.agak.laen.....	62
Tabel 10. Pembagian sub-kategori <i>emotional content</i> pada akun Instagram @pilem.agak.laen.....	62
Tabel 11. Pembagian Jenis <i>combinational content</i> pada akun Instagram @pilem.agak.laen.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Screenshot Postingan Manusia Silver Di Akun @Pilem.Agak.Laen.....	2
Gambar 2. Penayangan Reels Antara Film Agak Laen (2024)	2
Gambar 3. Engagement Postingan Antara Film Agak Laen (2024)	3
Gambar 4. Jumlah <i>Followers</i> Antara Film Agak Laen (2024)	3
Gambar 5. Statistik Pemanfaatan Internet Oleh Pelaku Usaha	7
Gambar 6. Data Statistik Platform Saluran Iklan Digital Terfavorit 2022	8
Gambar 7. Kerangka Berpikir Penelitian	36
Gambar 8. Contoh Konten-Konten dalam Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen..	37
Gambar 9. Langkah-Langkah Penelitian Analisis Konten.....	42
Gambar 10. Konten Berita pada Akun @Pilem.Agak.Laen	51
Gambar 11. Konten Informasi Penayangan pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	52
Gambar 12. Konten Informasi Penayangan pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	53
Gambar 13. Konten Poster pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	54
Gambar 14. Konten-Konten Ulang Tahun Pemeran Film dalam Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	55
Gambar 15. Konten-Konten Hari Peringatan dalam Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	56
Gambar 16. Konten Informasi Pembajakan dan Penipuan dalam Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	57
Gambar 17. Konten Informasi Event [ada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen..	58
Gambar 18. Konten Remunerative Content [ada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	59
Gambar 19. Konten Remunerative Film Agak Laen (2024) Bekerja Sama dengan Tix Id Dan Dana Instagram @Pilem.Agak.Laen	59
Gambar 20. Konten <i>Visual Art</i> pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen.....	63
Gambar 21. Konten <i>Meme</i> dan Humor pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	64
Gambar 22. Konten <i>Still Image</i> pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	65
Gambar 23. Konten <i>Behind The Scenes</i> pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	66
Gambar 24. Konten <i>Video Clip</i> pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen.....	67
Gambar 25. Konten <i>Funny Videos</i> pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	68
Gambar 26. Konten Diskusi Dengan Audiens pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	69
Gambar 27. Konten Foto Cvent pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	70
Gambar 28. Konten <i>Repost Review</i> pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen....	71
Gambar 29. Konten Games Dan Trivia pada Akun Instagram Pilem.Agak.Laen	73
Gambar 30. Konten <i>Audiens Comment Clip</i> pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	74
Gambar 31. Konten <i>Recap Event</i> pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	75

Gambar 32. Konten <i>Testimonial</i> pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	76
Gambar 33. Konten Pengenalan Karakter pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	79
Gambar 34. Konten Perhitungan Jumlah Penonton pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	80
Gambar 35. Konten Berita & Info pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	81
Gambar 36. Konten <i>Fanmade Poster</i> pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	82
Gambar 37. Konten Berita & Info pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	84
Gambar 38. Konten Perhitungan Jumlah Penonton Akun Instagram @Pilem.Agak.....	84
Gambar 39. Konten <i>Trailer Dan Teaser</i> pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen.....	86
Gambar 40. Biodata Profil Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen.....	92
Gambar 41. Konten Yang Memuat <i>Credible</i> Pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	93
Gambar 42. Konten <i>Shareable</i> pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen.....	94
Gambar 43. Jumlah <i>Share</i> pada Salah Satu Konten Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	95
Gambar 44. Konten <i>Useful And Fun</i> pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen.....	96
Gambar 45. Engagement pada Konten Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	98
Gambar 46. Bentuk Komunikasi pada Konten Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	100
Gambar 47. Bentuk Konten yang Berbeda pada Konten Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	101
Gambar 48. Penempatan Judul Film pada Konten Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	102
Gambar 49. Bentuk Poster pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	105
Gambar 50. Bentuk <i>Trailer</i> pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen.....	106
Gambar 51. Bentuk <i>Teaser</i> pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	106
Gambar 52. Bentuk <i>Teaser Countdown</i> pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	106
Gambar 53. Bentuk Poster Pengenalan Karakter pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	107
Gambar 54. Konten Final Trailer Dan Poster yang Di Pin pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	108
Gambar 55. Bukti Konten Merchandise pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	109
Gambar 56. Bukti Konten Voucher Tiket pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	109
Gambar 57. Konten <i>Live Streaming</i> Manusia Silver pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen.....	111
Gambar 58. Bentuk Konten Melawan Pembajakan yang Dilakukan Oleh Film Agak Laen (2024) pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	112
Gambar 59. Konten Kampanye Konten Manusia Silver pada Akun Instagram	

@Pilem.Agak.Laen	113
Gambar 60. Konten Kampanye Vampire pada Akun Instagram	
@Pilem.Agak.Laen	113
Gambar 61. Bentuk Dokumentasi Acara yang Dilakukan Oleh Film <i>Agak Laen</i>	
(2024) Pada Akun Instagram @Pilem.Agak.Laen	114
Gambar 62. Konten Kampanye Vampire pada Akun Instagram	
@Pilem.Agak.Laen	114