



**Judul Tugas Akhir Skripsi**

**STRATEGI KONTEN EDUKATIF INSTAGRAM RUANGGURU UNTUK  
MENDORONG MINAT BELAJAR GENERASI Z  
(Studi Deskriptif pada konten *Clash of Champions*)**

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

**Nama : Aulia Nindya Batari Devie**

**NIM : 2110411229**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN  
JAKARTA**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Aulia Nindya Batari Devie

NIM : 2110411229

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, 19 Desember 2025

Yang menyatakan,



Aulia Nindya Batari Devie

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

---

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

Nama : Aulia Nindya Batari Devie  
NIM : 2110411229  
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:

**STRATEGI KONTEN EDUKATIF INSTAGRAM RUANGGURU UNTUK  
MENDORONG MINAT BELAJAR GENERASI Z (Studi Deskriptif pada  
konten *Clash of Champions*)**

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 : 30 Januari 2026

Yang menyatakan,



Aulia Nindya Batari Devie

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : AULIA NINDYA BATARI DEVIE  
NIM : 2110411229  
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI  
JUDUL : STRATEGI KONTEN EDUKATIF INSTAGRAM RUANGGURU  
UNTUK MENDORONG MINAT BELAJAR GENERASI Z (Studi  
Deskriptif pada konten *Clash of Champions*)

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

(Virta Sevilla, S.I.P., M.I. Kom)

Penguji 1

(Drs. Anwar Sohadana, M.Pd)

Penguji 2

(Lusia Handayani, M.Si)

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 14 Januari 2026

## ABSTRAK

Berawal dari meningkatnya penggunaan media sosial khususnya Instagram, Ruangguru menghadirkan konten edukatif untuk *gameshow Clash of Champions* dengan mengombinasikan unsur hiburan dan edukasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi media sosial Instagram yang diterapkan oleh Ruangguru dalam program *Clash of Champions* sehingga menumbuhkan minat belajar Generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan dianalisis menggunakan teori *Circular Model of SoMe*. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan tim media sosial Ruangguru serta observasi non-partisipan terhadap akun Instagram @Ruangguru selama periode penayangan program dari 15 Juni hingga 17 Agustus 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ruangguru berhasil mengimplementasikan strategi yang komprehensif dengan menargetkan audiens usia 11–21 tahun melalui konten berbasis *edutainment* yang relevan dengan tren visual Generasi Z. Melalui pengelolaan interaksi yang responsif serta pembangunan emosional yang menjadikan para peserta program sebagai *organic influencers*, Ruangguru efektif mengubah persepsi belajar menjadi aktivitas yang menyenangkan, prestisius, dan inspiratif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa sinergi antara nilai edukasi dan pendekatan media baru yang autentik mampu secara signifikan meningkatkan keterlibatan serta minat belajar di kalangan generasi muda.

**Kata Kunci:** *Clash of Champions*, Generasi Z, Instagram, Minat Belajar, Strategi Media Sosial, Ruangguru.

## ABSTRACT

This research aims to analyze the Instagram social media strategy implemented by Ruangguru in the "Clash of Champions" program and its influence on fostering learning interest among Generation Z using a qualitative case study approach. Guided by Regina Luttrell's Circular Model of SoMe (Share, Optimize, Manage, Engage) framework, data were collected through in-depth interviews with Ruangguru's digital marketing team and non-participant observation of the @Ruangguru Instagram account during the program's airing period from June 15 to August 17, 2024. The findings indicate that Ruangguru successfully implemented a comprehensive strategy by targeting an audience aged 11–21 through edutainment-based content that aligns with Generation Z's visual trends. By managing responsive interactions and building emotional resonance—positioning program participants as organic influencers, Ruangguru effectively transformed the perception of learning into an activity that is enjoyable, prestigious, and inspiring. This study concludes that the synergy between educational values and authentic new media approaches can significantly enhance engagement and learning interest among the younger generation.

**Keywords:** *Clash of Champions, Generation Z, Instagram, Interest in Learning, Social Media Strategy, Ruangguru.*

## **Kata Pengantar**

Dengan penuh rasa syukur, Penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi, sehingga skripsi yang berjudul dapat selesai dengan baik. Peneliti menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada banyak pihak yang telah mengikuti dan mendukung proses dan pembelajaran Peneliti hingga saat ini. Beberapa diantaranya:

1. Uljanatunnisa, S.Sos.,MA. selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta yang telah membantu penulis dalam urusan birokrasi perkuliahan
2. Vinta Sevilla, S. IIP., M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran dan arahan kepada penulis selama penulisan skripsi.
3. Drs. Aan Setiadarma, M.Si. selaku dosen penguji 1 dan Lusia Handayani, S.Ikom, M.Si. selaku dosen penguji 2 yang turut memberikan kritik dan saran untuk penulis.
4. Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta yang sudah memberikan pengetahuan dan pembelajaran untuk penulis selama duduk di bangku perkuliahan.
5. Aulia Nindya Batari Devie, yaitu Peneliti sendiri. Terima kasih karena telah semangat berjuang sampai di titik ini. Terima kasih selalu ingin bertahan hidup, bersyukur, dan tidak pernah menyerah. Peneliti sangat hebat.
6. Kepada Ayah dan Mamah yang ada di Surga. Walaupun proses ini tidak ditemani kalian berdua, Peneliti selalu merasakan kehadiran kalian. Terima kasih banyak atas titipan yang telah kalian berikan, sehingga Peneliti dapat bertahan hidup hingga mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Semoga kalian bangga dengan Peneliti.
7. Kepada Michael Adiputera, beserta tim dari Ruangguru, yang telah mendukung dan membantu Peneliti untuk mendapatkan data narasumber.

8. Kepada seluruh keluarga. Terima kasih telah menjadi pengganti orang tua selama ini. Terima kasih telah membimbing dan mengarahkan Peneliti. Terima kasih atas doa - doa yang tidak pernah putus.
9. Kepada Silvia Ayu, Nadila Eka, Kristalensi Bunga, Reffi Kamila, Izmi Salsabila, Vika Dewi, yang telah menjadi teman semasa kuliah Peneliti. Terima kasih telah memberikan semangat dan energi positif kepada Peneliti.

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1. Manfaat Akademik .....	12
1.4.2. Manfaat Praktis .....	13
1.5 Sistematika Penulisan Sistematika .....	14
<b>BAB II .....</b>	<b>15</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	15
2.2. Konsep Penelitian.....	22
2.2.1. Strategi Media Sosial Instagram.....	22
2.2.2 Konten Edukasi .....	23
2.2.3 Minat Belajar .....	25
2.3. Teori Penelitian .....	27
2.3.1. Circular Model of SoMe for Social Communication .....	27
2.4 Kerangka Pemikiran .....	30
<b>BAB III.....</b>	<b>31</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Objek Penelitian .....	31
3.2. Jenis Penelitian.....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4 Sumber Data.....	36
3.5 Teknik Analisis Data .....	37
3.5.1. Teknik Analisis Data .....	37

3.5.2 Teknik Keabsahan Data .....	39
3.6 Tabel Rencana Waktu.....	41
<b>BAB IV .....</b>	<b>43</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	42
4.2 Hasil Penelitian .....	45
4.2.1 Analisis.....	48
4.2.2 Pembahasan .....	70
<b>BAB V.....</b>	<b>89</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>89</b>
5.1. Kesimpulan .....	89
5.2. Saran .....	90
5.2.1 Saran Akademis .....	90
5.2.2 Saran Praktis.....	90
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>92</b>

## DAFTAR GAMBAR

Grafik 1. Grafik Engagement konten promosi Clash of Champions di akun Instagram, Twitter, dan TikTok Ruangguru (4–30 Juni 2024) .....	8
Grafik 2. Grafik Jumlah Penambahan Subscriber Ruangguru dari Penayangan Clash of Champions (23 - 30 Juni 2024) .....	9
Gambar 3. Circular Model of SoMe for Social Communication .....	27
Gambar 4. Kerangka Pemikiran .....	30
Gambar 5. Peserta Clash of Champions.....	31
Gambar 6. Postingan Akun dengan Template Clash of Champions.....	32
Gambar 7. Akun Media Sosial Instagram @Ruangguru .....	43
Gambar 8. Mind Map Perencanaan Konten .....	51
Gambar 9. Project Map Sumber ide Referensi Konten.....	52
Gambar 10. Project Map Pemilihan Topik.....	54
Gambar 11. Project Map Pemilihan Format Konten .....	57
Gambar 12. Project Map Faktor Keberhasilan Konten.....	60
Gambar 13. Project Map Aspek Menciptakan Ketertarikan Minat Belajar .....	66
Gambar 14. Project Map Aspek Menciptakan Emosional Minat Belajar .....	68
Gambar 15. Project Map Aspek Menciptakan Motivasi Minat Belajar.....	70
Gambar 16. Konten Kolaborasi dengan Peserta.....	79
Gambar 17. Konten Edutainment .....	85

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbandingan Clash of Champions dengan Gameshow lain .....	5
Tabel 2. Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3. Deskripsi Informan.....	47

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi.....	99
Lampiran 2. Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi.....	101
Lampiran 3. Lembar Perbaikan Dosen Pembimbing dan Penguji.....	102
Lampiran 4. Transkrip Wawancara.....	105
Lampiran 5. Coding Data Melalui NVivo.....	129
Lampiran 6. Dokumentasi Wawancara .....	141
Lampiran 7. Bukti Olah NVivo 14 .....	142
Lampiran 8. Serifikat TOEFL .....	142
Lampiran 9. Turnitin.....	143