

**STRATEGI PERENCANAAN PESAN PADA AKUN
@BEKASI_24_JAM MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI

Oleh:

**Irenda Aulia
(201910415287)**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Perencanaan Pesan Pada Akun
@bekasi_24_jam Melalui Media Sosial
Instagram
Nama Mahasiswa : Irenda Aulia
Nomor Pokok Mahasiswa :201910415287
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/ IlmuKomunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Jumat, 21 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing



Dr. Diah Ayu Permatasari, ST, S.IP, M.IR

NIDN. 0312077903

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Perencanaan Pesan Pada Akun
@bekasi_24_jam Melalui Media Sosial
Instagram
Nama Mahasiswa : Irenda Aulia
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415287
Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Jumat, 21 Juli 2023

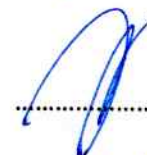
Jakarta, 01 Agustus 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Dwinarko, Drs., M.M., M.H
NIDN. 0312026604



Penguji : Dr. Diah Ayu Permatasari, S.T., S.IP., M.IR
NIDN. 0312077903



Sekretaris Penguji : Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si
NIDN. 0319059501



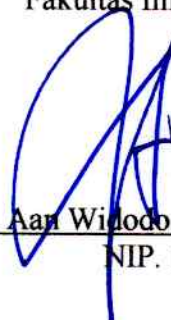
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si.
NIP. 2109527

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

Strategi Perencanaan Pesan Pada Akun @bekasi_24_jam Melalui Media Sosial Instagram ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ilmiah ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 01 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Irenda Aulia

201910415287

ABSTRAK

Irenda Aulia, 201910415287. Strategi Perencanaan Pesan Pada Akun @bekasi_24_jam Melalui Media Sosial Instagram.

Penelitian ini didasarkan pada fenomena berkembangnya media sosial khususnya Instagram yang kehadirannya mampu memberi kemudahan bagi para penggunanya untuk mencari informasi secara online. Selain itu Instagram juga memiliki berbagai fungsi mulai dari media informasi, media eksplorasi, hingga media promosi. Kehadiran berbagai akun-akun media lokal menjadikan media sosial Instagram sebagai sumber informasi bagi khalayak. Akun media lokal yang dijadikan sebagai sumber informasi adalah akun Instagram @bekasi_24_jam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi perencanaan pesan pada akun @bekasi_24_jam melalui media sosial Instagram. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan model komunikasi *The Circular Model of SoMe* Regina Luttrell dengan 4 aspek yaitu (1) *Share*, (2) *Optimize*, (3) *Manage*, dan (4) *Engage*. Hasil pada penelitian ini yaitu melalui media sosial Instagram akun @bekasi_24_jam menggunakan Instagram sebagai media untuk berbagi informasi dengan memanfaatkan berbagai fitur yang ada di dalamnya. Akun @bekasi_24_jam mampu menyajikan informasi bagi khalayak dengan menggunakan perencanaan pesan yang terstruktur dan terencana.

Kata Kunci: Strategi, Perencanaan Pesan, Instagram, Media Lokal

ABSTRACT

Irenda Aulia, 201910415287. *Message Planning Strategy for @bekasi_24_jam Account Through Instagram Social Media.*

This research is based on the phenomenon of the development of social media, especially Instagram, whose presence is able to make it easier for users to find information online. In addition, Instagram also has various functions ranging from information media, exploration media, to promotional media. The existence of various local media accounts makes Instagram social media a source of information for the public. The local media account used as a source of information is the @bekasi_24_jam Instagram account. This study aims to determine the message planning strategy on the @bekasi_24_jam account through Instagram social media. The method used is descriptive qualitative, with data collection techniques of observation, interview, and documentation. This research uses Regina Luttrell's The Circular Model of SoMe communication model with 4 aspects, namely (1) Share, (2) Optimize, (3) Manage, and (4) Engage. The results of this study are through social media Instagram account @bekasi_24_jam uses Instagram as a medium for sharing information by utilizing various features in it. The @bekasi_24_jam account is able to present information to the audience by using structured and planned message planning.

Keywords: Strategy, Message Planning, Instagram, Local Media

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya serta doa dan dukungan dari orang tua tercinta yaitu Bapak Supendi dan Ibu Rini Pancawati serta dua adik tercinta Abiasa Sultoni dan Aksya Dhiya Ulhaq, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “STRATEGI PERENCANAAN PESAN PADA AKUN @BEKASI_24_JAM MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata-1 di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo S.I.Kom, M.I.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Diah Ayu Permatasari, ST, S.IP, M.IR selaku Dosen Pembimbing skripsi dan dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Ibu Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Segenap Dosen Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti.
7. Teman-teman seperjuangan peneliti Annisa Ibanes, Mutiara Rizkyna, Rifka Nadila Damayanti, Muthia Septi Agnia, Putri Nursyifa Hepi, dan Anisha Fitriayuni yang telah bersama-sama berjuang menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman sambat yaitu Lidwina Ratri Paskalia S.Psi, Inriani Patricia Simbolon, dan Alifia Rizky Zalfa yang menjadi teman berkeluh kesah.
9. Seluruh informan penelitian yaitu Rino Fajar Setiawan, Raiza Septianto, Mustikasari, dan Surya Ramadhan.

10. Seluruh civitas akademika Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan dukungan moril kepada peneliti.
11. Akmal Fauzi selaku teman dekat peneliti yang terus memberikan dukungan dan kepercayaan kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari skripsi ini tidak lepas dari kekurangan. Peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga laporan skripsi ini dapat bermanfaat dalam bidang pendidikan dan juga di lapangan, serta dapat dikembangkan lagi lebih lanjut. Amiin.

Jakarta, 01 Agustus 2023



Irenda Aulia

201910415287



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Rumusan Masalah Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Literatur	12
2.2 Kerangka Konseptual dan Model.....	18
2.2.1 Strategi	18
2.2.2 Perencanaan	18
2.2.3 Media Sosial Instagram.....	19
2.2.4 <i>The Circular Model Of SoMe</i>	21
2.3 Kerangka Berpikir	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.3 Jenis dan Sumber Data	28

3.4	Teknik Pengumpulan Data	28
3.4.1	Observasi	28
3.4.2	Wawancara.....	28
3.4.3	Dokumentasi	29
3.5	Informan Penelitian	29
3.6	Teknik Analisis Data	31
3.7	Teknik Keabsahan Data.....	32
3.8	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		35
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	35
4.1.1	Gambaran Umum Bekasi 24 Jam	35
4.1.2	Akun Instagram @bekasi_24_jam	39
4.1.3	Struktur Organisasi.....	46
4.1.4	Sub Akun Instagram di bawah naungan Bekasi 24 Jam	47
4.2	Deskripsi Subjek Penelitian	48
4.2.1	Profil Informan Penelitian	48
4.3	Hasil Penelitian	53
4.3.1	Akun Instagram @bekasi_24_jam Dalam Membuat Konten Informasi	53
4.3.2	Akun Instagram @bekasi_24_jam dalam Melakukan Strategi Perencanaan Pesan	62
4.3.3	Pengaruh Akun Instagram @bekasi_24_jam	68
4.4	Hasil Pembahasan	70
BAB V PENUTUP		81
5.1	Kesimpulan.....	81
5.2	Saran.....	82
5.2.1	Saran Akun Instagram @bekasi_24_jam	82
5.2.2	Saran Bidang Akademik	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	30
Tabel 3.2 Timeline Penelitian.....	34
Tabel 4.1 Struktur Organisasi Bekasi 24 jam.....	46
Tabel 4.2 Profil Informan Penelitian.....	49
Tabel 4.3 Contoh dari unggahan informasi pada akun Instagram @bekasi_24_jam	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2. Profil Akun Instagram @bekasi_24_jam	2
Gambar 1.3. Informasi Kiriman Warga yang Diunggah oleh @bekasi_24_jam	3
Gambar 1.4. Feeds Instagram @bekasi_24_jam.....	4
Gambar 1.5. Promosi produk melalui feeds pada akun @bekasi_24_jam	4
Gambar 1.6. Profile akun Instagram @urbancikarang dan @infobekasi.coo.....	5
Gambar 1.7. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	6
Gambar 2.1. <i>The Circular Model of SoMe</i>	22
Gambar 4.1 Logo Bekasi 24 Jam	35
Gambar 4.2 Website Bekasi 24 Jam.....	36
Gambar 4.3 Profil YouTube Bekasi 24 Jam	37
Gambar 4.4 Profil akun Twitter Info Bekasi 24 Jam.....	38
Gambar 4.5 Profil Facebook bekasi_24_jam.....	38
Gambar 4.6 Akun Instagram @bekasi_24_jam	39
Gambar 4.7 Profile Akun Instagram @bekasii_24_jam	39
Gambar 4.8 Sorotan Merchandise.....	40
Gambar 4.9 Sorotan Grup Telegram	41
Gambar 4.10 Sorotan Konten YouTube	41
Gambar 4.11 Sorotan Kamus Bekasi	42
Gambar 4.12 Sorotan Donasi	42
Gambar 4.13 Sorotan Event Bekasi	43

Gambar 4.14 Sorotan Podcast	43
Gambar 4.15 Sorotan Cara Kirim Info.....	44
Gambar 4.16 Komentar Pengikut.....	44
Gambar 4.17 Feeds akun Instagram bekasi_24_jam	45
Gambar 4.18 Konten di akun Instagram @bekasi_24_jam	46
Gambar 4.19 Profil akun Instagram @kuliner.bekasi24jam	47
Gambar 4.20 Profil akun Instagram @bekainians	48
Gambar 4.21 Foto informan kunci	50
Gambar 4.22 Foto Informan Pendukung I	51
Gambar 4.23 Foto Informan Pendukung II	51
Gambar 4.24 Foto Informan Pendukung III.....	52
Gambar 4.25 Hasil Survey media sosial	54
Gambar 4.26 Unggahan konten informasi	55
Gambar 4.27 Fitur Followers	64
Gambar 4.28 Fitur Like.....	66
Gambar 4.29 Fitur Comment	65
Gambar 4.30 Fitur Direct Message	66
Gambar 4.31 Fitur Instagram Story	66
Gambar 4.32 Reels Instagram	67
Gambar 4.33 Sorotan Instagram	67
Gambar 4.34 Fitur Engagement Instagram	68

Gambar 4.35 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia.....	72
Gambar 4.36 Profil Akun Instagram @bekasi_24_jam.....	74
Gambar 4.37 Reels Instagram.....	75
Gambar 4.38 Komentar Pada Akun Instagram @bekasi_24_jam.....	77



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Bagan Kerangka Berpikir	24
Bagan 4.1. Bagan Alur Perencanaan Pesan Akun Instagram @bekasi_24_jam ...	24



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I: Biodata Mahasiswa

LAMPIRAN II: Surat Pengantar Penelitian

LAMPIRAN III: Reduksi Data dan Transkrip Wawancara

LAMPIRAN IV: Dokumentasi Penelitian

LAMPIRAN V: Form Perbaikan

LAMPIRAN VI: Kartu Bimbingan

