

**ANALISIS ISI KONTEN AKUN INSTAGRAM
@MENANTEA.TOKO DARI PERSPEKTIF AUTENTISITAS
PESAN DI MEDIA SOSIAL**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

PUSAKA TITIS HENING

0000041913

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2023

**ANALISIS ISI KONTEN AKUN INSTAGRAM
@MENANTEA.TOKO DARI PERSPEKTIF AUTENTISITAS
PESAN DI MEDIA SOSIAL**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana S.I.Kom

PUSAKA TITIS HENING

0000041913

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Pusaka Titis Hening

Nomor Induk Mahasiswa : 00000041913

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

ANALISIS ISI KONTEN AKUN INSTAGRAM @MENANTEA.TOKO DARI PERSPEKTIF AUTENTISITAS PESAN DI MEDIA SOSIAL

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 3 Juli 2023



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Pusaka Titis Hening'.

(Pusaka Titis Hening)

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS ISI KONTEN AKUN INSTAGRAM @MENANTEA.TOKO DARI PERSPEKTIF AUTENTISITAS PESAN DI MEDIA SOSIAL

Oleh

Nama : Pusaka Titis Hening
NIM : 00000041913
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 3 Juli 2023
Pukul 10.00 s.d 11.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

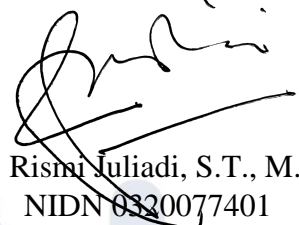
Ketua Sidang



Digitally signed by
Fakhriy Dinansyah
Date: 2023.07.18
12:15:45 +07'00'

Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M.
NIDN 2108079004

Penguji



Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si.
NIDN 0330077401

Pembimbing



Anton Binsar, S.Sos., M.Si.
NIDN 0309027705

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugerah
Bangun
2023.07.18
14:41:27 +07'00'

Cendera Rizky Anugerah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pusaka Titis Hening
NIM : 00000041913
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : *Tesis/Skripsi/Tugas Akhir (*coret salah satu)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**ANALISIS ISI KONTEN AKUN INSTAGRAM @MENANTEA.TOKO
DARI PERSPEKTIF AUTENTISITAS PESAN DI MEDIA SOSIAL**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 13 Juni 2023

Yang menyatakan,



(Pusaka Titis Hening)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi dengan judul **Analisis Isi Konten Akun Instagram @menantea.toko dari Perspektif Autentisitas Pesan di Media Sosial** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari, tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugerah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Anton Binsar, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M. selaku Ketua Sidang dan Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan pada saat sidang.
6. Bapak Eka Setiawan Permanadipa Sastradipura, S.Pt. dan Ibu Karin Melinda selaku Asisten Peneliti yang telah memberikan bantuan dalam proses analisis isi unggahan Instagram @menantea.toko.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Rekan-rekan di Universitas Multimedia Nusantara yaitu Iola Khairunnisa, Syahna Anela, Viera Amadea Evitaputri, dan Adya Dipta Simanjuntak yang telah memberikan semangat dalam proses pembuatan skripsi.

9. Sahabat terdekat saya Danendra Bimo Witjaksono, Azzahra Karin Ayadzani, dan Maryam Putri Subekti yang telah memberikan dukungan atas selesainya pembuatan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 13 Juni 2023



(Pusaka Titis Hening)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ANALISIS ISI KONTEN AKUN INSTAGRAM @MENANTEA.TOKO DARI PERSPEKTIF AUTENTISITAS PESAN DI MEDIA SOSIAL

(Pusaka Titis Hening)

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji isi pesan pada akun Instagram @menantea.toko di tengah era *Authentic Marketing. Brand* yang dimiliki oleh *influencers* Jerome Polin dan Jehian Panangian ini dinilai memiliki keunikan dalam melakukan proses pemasaran yaitu lebih transparan dan berorientasi pada pelanggan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk membahas lebih dalam mengenai upaya pendekatan autentisitas dalam media sosial oleh Menantea dalam memasarkan produknya. Konsep utama yang digunakan adalah *Authentic Marketing* berdasarkan era evolusi *marketing* menurut Larry Weber yang di dalamnya terdapat enam dimensi upaya pendekatan autentisitas yang akan menjadi bahasan pada penelitian ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode analisis isi pada 103 konten Instagram @menantea.toko terhitung sejak 3 April 2021 sampai dengan 29 September 2021, tepat saat Menantea berhasil membuka 100 cabang di Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Menantea mendapatkan perolehan nilai sebesar 115,5% atas upaya pendekatan autentisitas pesan di media sosial dengan upaya tertinggi ada pada menunjukkan nilai perusahaan yang konsisten dan upaya terendah ada pada karyawan sebagai *brand advocates*. Dapat disimpulkan bahwa Menantea telah menyadari akan pentingnya autentisitas dalam melakukan pemasaran di tengah *Authentic Marketing Era* yang memungkinkan Menantea dapat menjalin hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Kata kunci: Analisis Isi, *Authentic Marketing*, Menantea

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

**CONTENT ANALYSIS OF INSTAGRAM ACCOUNT
@MENANTEA.TOKO FROM THE PERSPECTIVE OF
MESSAGE AUTHENTICITY IN SOCIAL MEDIA**

(Pusaka Titis Hening)

ABSTRACT (English)

This research examines the message content on the Instagram account @menantea.toko amidst the era of Authentic Marketing. The brand owned by influencers Jerome Polin and Jehian Panangian is considered unique in its marketing approach, being more transparent and customer-oriented. The aim of this study is to delve deeper into Menantea's efforts in approaching authenticity on social media to market their products. The main concept used is Authentic Marketing based on the evolution marketing according to Larry Weber which includes six dimensions of authenticity approach that will be discussed in this research. This research utilizes a descriptive quantitative approach using content analysis method on 103 Instagram posts from @menantea.toko, starting from April 3, 2021 to September 29, 2021, precisely when Menantea successfully opened 100 branches in Indonesia. The results of this study show that Menantea achieved a score of 115.5% in its efforts to approach authenticity in social media messages, with the highest effort observed in demonstrating consistent company values and the lowest effort observed in employee role as a brand advocates. We concluded that Menantea has recognized for its awareness of the importance of authenticity in the midst of the Authentic Marketing Era, enabling the establishment of long-term relationships with their customers.

Keywords: *Authentic Marketing, Content Analysis, Menantea*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT (English)	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Kegunaan Penelitian	11
1.5.1 Kegunaan Akademis	11
1.5.2 Kegunaan Praktis	11
1.5.3 Keterbatasan Penelitian	11
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Konsep	20
2.2.1 Authentic Marketing	20
2.2.2 Social Media Marketing	25
2.2.3 Instagram	31
2.3 Alur Penelitian	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	37
3.2 Metode Penelitian	37

3.3	Populasi dan Sampel	38
3.4	Operasionalisasi Variabel/Konsep	39
3.5	Teknik Pengumpulan Data	41
3.6	Teknik Pengukuran Data (Uji Reliabilitas)	42
3.7	Teknik Analisis Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Objek Penelitian	45
4.2	Hasil Penelitian	47
4.2.1	Menunjukkan Nilai Perusahaan yang Konsisten	50
4.2.2	Menunjukkan Moral Purpose dengan Tindakan	52
4.2.3	Penempatan Visual	53
4.2.4	Mendengarkan dan Menanggapi	55
4.2.5	Personalisasi Konten.....	56
4.2.6	Karyawan Sebagai Brand Advocates atau Pendukung Merek	56
4.3	Pembahasan	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		68
5.1	Simpulan.....	68
5.2	Saran.....	69
5.2.1	Saran Akademis	69
5.2.2	Saran Praktis.....	69
DAFTAR PUSTAKA		71
LAMPIRAN.....		77



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Upaya Pendekatan yang Menunjukkan Autentisitas dalam Media Sosial	40
Tabel 4.1 Informasi Akun Instagram Menantea	47
Tabel 4.2 Hasil Analisa Tipe Upaya Pendekatan yang Menunjukkan Autentisitas dalam Media Sosial oleh 2 <i>Coder</i> dari 103 Konten	48
Tabel 4.3 Kesepakatan Antara 2 <i>Coder</i>	49
Tabel 4.4 Urutan Dimensi Upaya Pendekatan Autentisitas Pesan yang Dilakukan oleh Menantea Berdasarkan Presentase	66

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Promosi pada Usaha Penyedia Makanan dan Minuman.....	1
Gambar 1.2 Gambaran Pengguna Media Sosial di Indonesia.....	2
Gambar 1.3 <i>Most-Used Social Media Platforms 2021</i>	3
Gambar 1.4 Eksperimen Campur Minuman Dengan Bahan Teraneh dan Ekstrim!5	
Gambar 1.5 Jumpa Pers Virtual Menantea Bersama Jehian Panangian, Jerome Polin, Sylvia Surya, Bisma Adi Putra, dan Hendy Setiono (dok. Menantea)	6
Gambar 1.6 Unggahan Instagram @menantea.toko	7
Gambar 1.7 <i>Thread</i> Akun @pirakk_ Mengenai Proses Berdiri Menantea.....	8
Gambar 2.1 <i>The King of Pop</i> , Michael Jackson, pada Iklan Pepsi	21
Gambar 2.2 <i>Impact Social Media on Marketing</i>	26
Gambar 2.3 Fitur Instagram Reels	32
Gambar 2.4 Penelitian Instagram for Business	33
Gambar 2.5 Alur Penelitian.....	36
Gambar 3.1 Lembar Kerja <i>Coding</i>	43
Gambar 3.2 Dimensi, Deskripsi, dan Contoh sebagai Pedoman Pengisian Lembar Kerja <i>Coding</i>	44
Gambar 4.1 Logo Menantea.....	45
Gambar 4.2 Akun Resmi Instagram Menantea	46
Gambar 4.3 Contoh Konten yang Menampilkan Produk Menantea	50
Gambar 4.4 Contoh Konten Informasi Toko Menantea	51
Gambar 4.5 Komentar Neteazen Mendorong Menantea untuk Membuka Cabang	51
Gambar 4.6 Contoh Konten <i>Memorial Days</i> dalam Upaya Menunjukkan <i>Moral Purpose</i> dengan Tindakan.....	52
Gambar 4.7 Contoh Konten Penempatan Visual Berbentuk Video.....	53
Gambar 4.8 Contoh Konten Penempatan Visual Berbentuk Foto	54
Gambar 4.9 Contoh Konten Upaya Mendengarkan dan Menanggapi	55
Gambar 4.10 Contoh Konten Upaya Karyawan Sebagai <i>Brand Advocates</i> atau Pendukung Merek	57
Gambar 4.14 Konten yang Dinilai Tidak Memiliki Unsur Upaya Pendekatan Autentisitas Menurut <i>Coder 1</i>	58
Gambar 4.15 Konten Pertama yang Dinilai Tidak Memiliki Unsur Upaya Pendekatan Autentisitas Menurut <i>Coder 2</i>	58
Gambar 4.16 Konten Kedua yang Dinilai Tidak Memiliki Unsur Upaya Pendekatan Autentisitas Menurut <i>Coder 2</i>	59
Gambar 4.11 Konten dengan Jumlah Penanda Suka Terbanyak	60
Gambar 4.12 <i>Caption</i> pada Konten dengan Jumlah Penanda Suka Terbanyak....	61
Gambar 4.13 Konten dengan Jumlah Komentar Terbanyak.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Formulir Konsultasi Skripsi.....	77
Lampiran B Pedoman Pengisian Lembar Kerja <i>Coding</i>	81
Lampiran C Hasil <i>Coding</i> - Uji Reabilitas <i>Coder</i> 1 (Eka Setiawan)	83
Lampiran D Hasil <i>Coding</i> - Uji Reabilitas <i>Coder</i> 2 (Karin Melinda)	108
Lampiran E Bukti <i>Online Meeting</i> dengan Kedua <i>Coder</i>	133
Lampiran F Hasil Uji Turnitin	134



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA