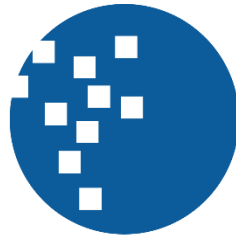


**STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM
MENINGKATKAN AWARENESS DAN ENGAGEMENT
JEMAAT GEREJA MELALUI AKUN INSTAGRAM
@NDCYOUTH**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

ALBERTA BUNNANTO

00000045274

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

2024

**STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM
MENINGKATKAN AWARENESS DAN ENGAGEMENT
JEMAAT GEREJA MELALUI AKUN INSTAGRAM
@NDCYOUTH**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

ALBERTA BUNNANTO

0000045274

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Alberta Bunnanto

Nomor Induk Mahasiswa : 00000045274

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi Berbasis Kajian dengan judul:

**STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM MENINGKATKAN
AWARENESS DAN ENGAGEMENT JEMAAT GEREJA MELALUI AKUN
INSTAGRAM @NDCYOUTH**

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 Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Juni 2024



(Alberta Bunnanto)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Kajian dengan judul

STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM MENINGKATKAN AWARENESS DAN ENGAGEMENT JEMAAT GEREJA MELALUI AKUN INSTAGRAM @NDCYOUTH

Oleh

Nama : Alberta Bunnanto
NIM : 00000045274
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 13 Juni 2024
Pukul 16.15 s.d 17.07 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Theresia Lavietha Vivrie Lolita, M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.
NIDN 0308117706

Pembimbing

Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si.
NIDN 0320079201

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

iii

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Alberta Bunnanto
NIM : 00000045274
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya Ilmiah : Skripsi

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:

**STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM MENINGKATKAN
AWARENESS DAN ENGAGEMENT JEMAAT GEREJA MELALUI AKUN
INSTAGRAM @NDCYOUTH**

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, 3 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Alberta Bunnanto)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul:

“STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM MENINGKATKAN AWARENESS DAN ENGAGEMENT JEMAAT GEREJA MELALUI AKUN INSTAGRAM @NDCYOUTH” 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 bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan 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 Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si. selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, M.I.Kom. selaku Ketua Sidang dan Bapak Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si. selaku Penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, serta memberikan motivasi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman gereja dan kampus yang telah menemani saya dalam suka maupun duka, selalu memberikan semangat kepada saya, serta

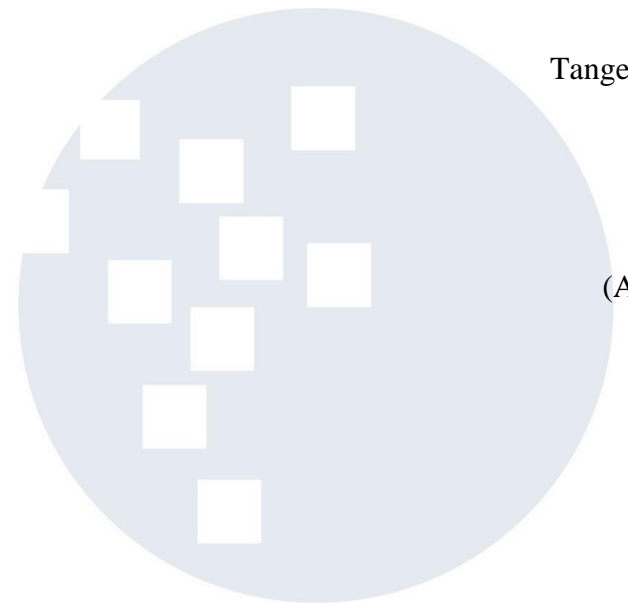
memberikan bantuan ketika saya mengalami kebingungan ataupun ada hal yang ingin ditanyakan selama pengerjaan skripsi ini.

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

Tangerang, 3 Juni 2024



(Alberta Bunnanto)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM MENINGKATKAN AWARENESS DAN ENGAGEMENT JEMAAT GEREJA MELALUI AKUN INSTAGRAM @NDCYOUTH

Alberta Bunnanto

ABSTRAK

Media sosial tidak hanya dimanfaatkan dengan baik oleh suatu merek ataupun perusahaan, tetapi digunakan juga oleh salah satu komunitas gereja. Nafiri Discipleship Church Youth, merupakan komunitas gereja yang menyediakan ibadah untuk anak-anak muda mulai dari SMP hingga kuliah. NDC Youth memanfaatkan salah satu *platform* media sosialnya yang ada di Instagram dalam mengelola dan mengembangkan konten-konten yang akan dipublikasikan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengimplementasikan penerapan strategi *social media marketing* yang telah disusun sehingga dapat meningkatkan *awareness* dan *engagement* jemaat gereja melalui akun Instagram NDC Youth. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus melalui Instagram NDC Youth. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara bersama ketiga narasumber dan observasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa NDC Youth menggunakan prinsip amati, tiru, dan modifikasi dalam pembuatan konten sehingga kontennya selalu mengikuti *trend* yang sedang viral sekarang ini, serta menyesuaikan kembali dengan ciri khas dari NDC Youth yang ingin ditonjolkan. Hasil akhir yang didapatkan adalah mendapatkan respon yang cukup positif dan mendukung dari para jemaat ataupun anak-anak muda, seperti banyak yang *like*, berkomentar, ataupun membagikan unggahan-unggahan konten yang telah dipublikasikan melalui Instagram NDC Youth ke orang lain. Dapat disimpulkan bahwa dengan semakin aktifnya publikasi konten di Instagram NDC Youth, dapat membantu meningkatkan *account reach* dan *followers*-nya.

Kata kunci: Kesadaran Merek, Keterlibatan Merek, Komunitas, NDC Youth, Pemasaran Media Sosial

***SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGY TO ENHANCE
AWARENESS AND ENGAGEMENT OF CHURCH
CONGREGATION THROUGH THE INSTAGRAM ACCOUNT
@NDCYOUTH***

Alberta Bunnanto

ABSTRACT

Social media is not only well-utilized by a brand or company but also used by a church community. Nafiri Discipleship Church Youth is a church community that provides worship services for young people ranging from junior high school to college. NDC Youth utilizes one of its social media platforms on Instagram to manage and develop content that will be published. This research aims to implement social media marketing strategy to increase awareness and engagement among church members through the NDC Youth Instagram account. This study uses a descriptive qualitative research method with a case study approach through NDC Youth Instagram. Data collection was conducted through interviews with three sources and observations. The results of this study indicate that NDC Youth uses the observe, imitate, and modify principle in content creation, ensuring that their content follows current viral trends while adapting to the unique characteristics of NDC Youth that want to highlight. The final results showed a positive and supportive response from church members and young people, such as liking, commenting, or sharing the published content on Instagram NDC Youth with others. It can be concluded that the increased activity in content publication on NDC Youth Instagram can help boost account reach and followers.

Keywords: Brand Awareness, Brand Engagement, Community, NDC Youth, Social Media Marketing

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

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	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Kegunaan Akademis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	8
1.5.3 Kegunaan Sosial	9
1.5.4 Keterbatasan Penelitian	9
BAB II KERANGKA KONSEPTUAL	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Teori atau Konsep	14
2.2.1 Social Media Marketing	14
2.2.2 Brand Awareness (Kesadaran Merek)	16
2.2.3 Brand Engagement	17
2.2.4 Media Sosial Instagram	19
2.3 Alur Penelitian	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22

3.1	Paradigma Penelitian	22
3.2	Jenis dan Sifat Penelitian	23
3.3	Metode Penelitian	24
3.4	Partisipan	25
3.5	Teknik Pengumpulan Data	26
3.6	Keabsahan Data	28
3.7	Teknik Analisis Data	29
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
4.1	Subjek/Objek Penelitian	31
4.1.1	Subjek Penelitian	31
4.1.2	Objek Penelitian	32
4.2	Hasil Penelitian	34
4.3	Pembahasan	55
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	65
5.1	Simpulan	65
5.2	Saran	66
5.2.1	Saran Akademis	66
5.2.2	Saran Praktis	67
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN		71



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	12
--	----



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

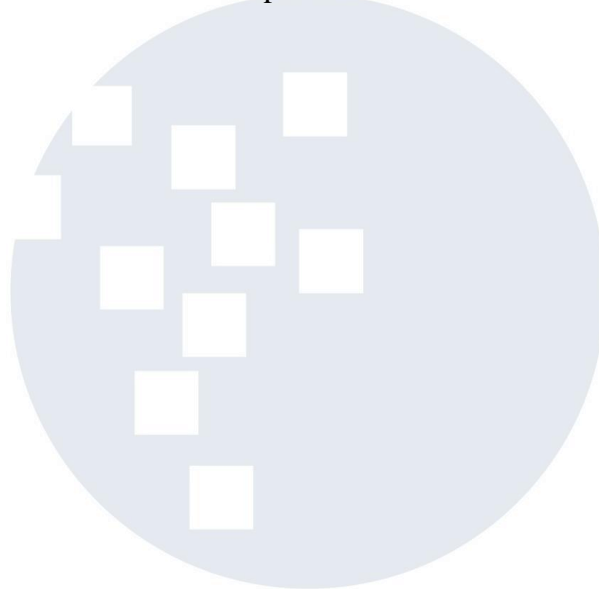
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penggunaan Telepon Seluler, Internet, dan Media Sosial di Indonesia	1
Gambar 1.2 Jangka Waktu Setiap Hari yang Dhabiskan untuk Mengakses Media2	
Gambar 1.3 Alasan Utama Menggunakan Media Sosial	2
Gambar 1.4 Platform Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan	3
Gambar 1.5 Rata-rata Tingkat Keterlibatan di Platform Instagram.....	4
Gambar 2.1 Alur Penelitian.....	21
Gambar 4.1 Story Instagram NDC Youth.....	32
Gambar 4.2 Feeds Instagram NDC Youth	33
Gambar 4.3 Reels Instagram NDC Youth.....	33
Gambar 4.4 Konten Interaktif NDC Youth.....	57
Gambar 4.5 Konten Instagram NDC Youth.....	58
Gambar 4.6 User Statistik NDC Youth.....	60
Gambar 4.7 Reply Komentar Jemaat	62
Gambar 4.8 Repost Story NDC Youth.....	62
Gambar 4.9 Engagement Rate Instagram NDC Youth	64
Gambar 4.10 Konten Reels NDC Youth.....	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Coding Pattern Matching	71
Lampiran B Draft Pertanyaan Wawancara	72
Lampiran C Transkrip Wawancara	75
Lampiran D Turnitin	95
Lampiran E Form Bimbingan Skripsi	96
Lampiran F Formulir Konsultasi Skripsi	98



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA