

**STRATEGI *CONTENT MARKETING* PADA AKUN MEDIA  
SOSIAL KOMUNITAS *ZONE 8 SOCIAL WORKOUT* DALAM  
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***



Skripsi

**Nicky Victory Sanjaya**

**0000050666**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

**STRATEGI *CONTENT MARKETING* PADA AKUN MEDIA SOSIAL  
KOMUNITAS *ZONE 8 SOCIAL WORKOUT* DALAM MENINGKATKAN  
*BRAND AWARENESS***



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Skripsi

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Nicky Victory Sanjaya**

**0000050666**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Nicky Victory Sanjaya  
NIM : 00000050666  
Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul :

STRATEGI *CONTENT MARKETING* PADA AKUN MEDIA SOSIAL  
KOMUNITAS *ZONE 8 SOCIAL WORKOUT* DALAM MENINGKATKAN  
*BRAND AWARENESS*.

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 31 Mei 2024



(Nicky Victory Sanjaya)

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

STRATEGI *CONTENT MARKETING* PADA AKUN MEDIA SOSIAL  
*KOMUNITAS ZONE 8 SOCIAL WORKOUT*  
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

Oleh

Nama : Nicky Victory Sanjaya  
NIM : 00000050666  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

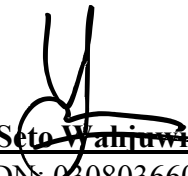
Telah diujikan pada hari Jumat 14 Juni 2024  
Pukul 14.30 s.d 16.00 dan dinyatakan  
LULUS  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



**Dian Nuranindya, S.E., M.S.i**  
NIDN: 0314128502

Penguji



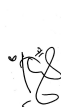
**Dr. Indiwana Seto Wahjuiwibowo, M.Si.**  
NIDN: 0308036601

Pembimbing



**Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si**  
NIDN: 0320077401

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah  
Bangun  
2024.07.02 16:32:07 +07'00'

**Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos, M.Si**  
NIDN: 0304078404

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nicky Victory Sanjaya  
NIM : 00000050666  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah : Strategi *Content Marketing* Pada Akun Media Sosial Komunitas *Zone 8 Social Workout* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia untuk memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 31 Mei 2024



(Nicky Victory Sanjaya )

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “Strategi *Content Marketing* Pada Akun Media Sosial Komunitas *Zone 8 Social Workout* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*” dengan baik dan tepat waktu. Tujuan penelitian skripsi ini dilakukan yaitu untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

Penulis berharap dapat memberikan dampak positif serta manfaat untuk orang yang membaca penelitian ini, saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak 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 Dr. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Komunikasi Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., sebagai Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si., selaku Dosen Penguji
6. Ibu Dian Nuranindya, S.E., M.Si selaku Ketua Sidang
7. Komunitas *Zone 8 Social Workout* yang telah mengizinkan peneliti untuk menjadikan komunitas sebagai objek penelitian.
8. Bapak Satrio Caesaria, selaku Founder dari *Zone 8 Social Workout*.
9. Bapak Rachman Febriansyah, selaku *Public Relation* dari *Zone 8 Social Workout*.
10. Bapak Robinson Daniel, selaku *Graphic designer* dari *Zone 8 Social Workout*.

11. Keluarga saya dan teman-teman yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis sadar akan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan kelemahan dalam penyusunan tugas akhir dikarenakan keterbatasan pengetahuan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai masukan untuk bahan evaluasi penulis. Akan tetapi, penulis tetap berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca sebagai acuan dan pihak yang memerlukan atau membutuhkan dalam menyusun skripsi.

Tangerang, 31 Mei 2024



Nicky Victory Sanjaya



**STRATEGI *CONTENT MARKETING* PADA AKUN MEDIA SOSIAL  
KOMUNITAS *ZONE 8 SOCIAL WORKOUT* DALAM MENINGKATKAN  
*BRAND AWARENESS***

Nicky Victory Sanjaya

**ABSTRAK**

Komunitas olahraga sudah banyak yang berdiri di GBK, namun untuk menjadi dikenal lebih luas karena memiliki keunggulan tertentu merupakan salah satu kelebihan dari *Zone 8 Social Workout*. Sehingga, tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui bagaimana strategi *content marketing* pada media sosial komunitas *Zone 8 Social Workout* dalam meningkatkan *brand awareness*. Penelitian ini berfokus pada penjabaran dan memahami strategi *content marketing* yang dilakukan oleh *Zone 8 Social Workout*. berdasarkan model penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus dan menggunakan konsep pemasaran media social dari Milton Kotler. Data dikumpulkan melalui wawancara secara mendalam dengan 3 partisipan *Zone 8 Social Workout*. Menggunakan Instagram dalam meningkatkan kesadaran merek. Adapun strategi di Instagram antara lain seperti menunjukkan kelebihan komunitas dan memanfaatkan fitur yang tersedia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menerapkan strategi *content marketing planning of goals* dan juga *distribution and improvement of content* komunitas *Zone 8 Social Workout* dapat meningkatkan *brand awareness* audiens.

**Kata kunci:** *Content Marketing*, Media Sosial



**STRATEGY OF CONTENT MARKETING ON ZONE 8 SOCIAL  
WORKOUT'S SOCIAL MEDIA ACCOUNT IN INCREASING BRAND  
AWARENESS**

(Nicky Victory Sanjaya)

**ABSTRACT**

*Many sports communities have been established at GBK, but to become more widely known because it has certain advantages is one of the advantages of Zone 8 Social Workout. So, the aim of this research is to find out how content marketing strategies on social media in the Zone 8 Social Workout community can increase brand awareness. This research focuses on explaining and understanding the content marketing strategy carried out by Zone 8 Social Workout. based on a descriptive qualitative research model with a case study approach and using social media marketing concepts from Milton Kotler. Data was collected through in-depth interviews with 3 Zone 8 Social Workout participants. Using Instagram to increase brand awareness. The strategies on Instagram include showing the advantages of the community and taking advantage of the available features. The results of this research show that by implementing content marketing strategies, planning of goals and also distribution and improvement of content in the Zone 8 Social Workout community, you can increase audience brand awareness.*

**Keywords:** *Content Marketing, Social Media,*

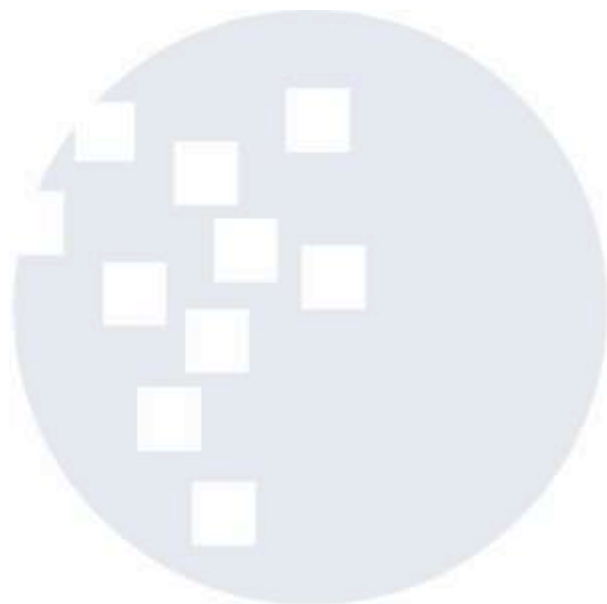
## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 Pertanyaan Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>1.5 Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>1.5.1 Kegunaan Akademis .....</b>	<b>7</b>
<b>1.5.2 Kegunaan Praktis.....</b>	<b>7</b>
<b>1.5.3 Kegunaan Sosial .....</b>	<b>7</b>
<b>1.5.4 Keterbatasan Penelitian.....</b>	<b>7</b>
<b>BAB II KERANGKA TEORI.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>8</b>
<b>2.2 Landasan Teori atau Konsep .....</b>	<b>15</b>
<b>2.2.1 Content Marketing .....</b>	<b>15</b>
<b>2.2.1.1 Strategi Content Marketing.....</b>	<b>17</b>
<b>2.2.1.2 Poin penting Content Marketing.....</b>	<b>22</b>
<b>2.2.2 Media Sosial.....</b>	<b>23</b>
<b>2.2.2.1 Jenis – jenis media sosial .....</b>	<b>23</b>
<b>2.2.2.2 Karakter media sosial .....</b>	<b>24</b>
<b>2.2.2.3 Instagram.....</b>	<b>26</b>

2.2.2.4	Fitur – fitur Instagram .....	26
2.2.3	<i>Brand Awareness</i> .....	28
2.2.3.1	Keuntungan <i>Brand Awareness</i> .....	29
2.2.4	Komunitas.....	30
2.3	Alur Penelitian.....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>34</b>
3.1	Paradigma Penelitian .....	34
3.2	Jenis dan Sifat Penelitian.....	35
3.3	Metode Penelitian.....	36
3.4	Partisipan .....	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6	Keabsahan Data.....	37
3.7	Teknik Analisis Data .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>39</b>
4.1	Objek dan Subjek Penelitian.....	39
4.1.1	Objek penelitian.....	39
4.1.2	Subjek Penelitian .....	41
4.2	Hasil Penelitian.....	42
4.2.1	<i>Strategi Content Marketing</i> .....	43
4.2.1.1	<i>Planning of goals</i> .....	43
4.2.1.2	<i>Strategy of content compilations</i> .....	49
4.2.1.3	<i>Distribution and improvement of content</i> .....	53
4.2.1.4	<i>Supply chain of content</i> .....	56
4.2.2	Brand awareness.....	57
4.3	Pembahasan .....	65
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>70</b>
5.1	Simpulan.....	70
5.2	Saran.....	71
5.2.1	Saran Akademis .....	71
5.2.2	Saran Praktis.....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>72</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>74</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 2.2 Proses Content Marketing.....	17
Tabel 4.1 Analisis SWOT .....	66



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

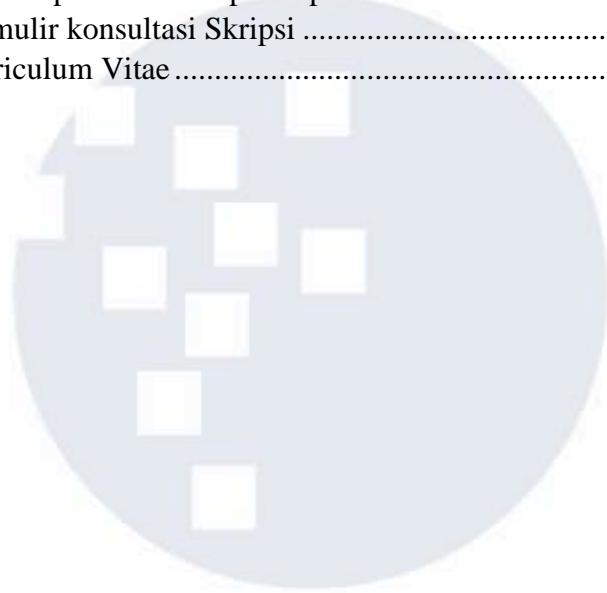
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Penelitian.....	33
Gambar 4.1 Profile Instagram Zone 8 Social Workout.....	40
Gambar 4.2 Konten Story Zone 8 Social Workout .....	41
Gambar 4.3 Dokumentasi member Zone 8 Social Workout .....	44
Gambar 4.4 Konten tutorial olahraga.....	45
Gambar 4.5 Konten tutorial olahraga.....	46
Gambar 4.6 Konten Story Instagram .....	47
Gambar 4.7 Konten level latihan di feeds Instagram .....	48
Gambar 4.8 Konten kolaborasi di feeds Instagram .....	49
Gambar 4.9 Konten olahraga dibulan ramadhan 2024.....	50
Gambar 4.10 Tema warna konten Zone 8 Social Workout.....	51
Gambar 4.11 Akun Instagram Zone 8 Social Workout.....	52
Gambar 4.12 Interaksi anggota dikolom komentar feeds Instagram .....	54
Gambar 4.13 Website Zone 8 Social Workout .....	55
Gambar 4.14 Brand awareness sebelum menerapkan strategi Content Marketing .....	57
Gambar 4. 15 Brand awareness sesudah menerapkan Strategi Content Marketing .....	58
Gambar 4.16 Konten repost story Zone 8 Social Workout.....	60



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Uji Turnitin.....	74
Lampiran 2 Pedoman wawancara .....	74
Lampiran 3 Transkrip wawancara partisipan 1 .....	77
Lampiran 4 Transkrip wawancara partisipan 2 .....	90
Lampiran 5 Transkrip wawancara partisipan 3 .....	106
Lampiran 6 Formulir konsultasi Skripsi .....	116
Lampiran 7 Curriculum Vitae .....	118



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA