

**ANALISIS STRATEGI KONTEN MEDIA SOSIAL BAR
CLIQUE GADING SERPONG**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

JERRI FERNANDIO

00000042657

PROGRAM STUDI STRATEGI KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

**ANALISIS STRATEGI KONTEN MEDIA SOSIAL BAR
CLIQUE GADING SERPONG**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

JERRI FERNANDIO

00000042657

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

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jerri Fernandio

Nomor Induk Mahasiswa : 00000042657

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

ANALISIS STRATEGI KONTEN MEDIA SOSIAL BAR CLIQUE GADING SERPONG

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 20 Desember 2024



(Jerri Fernandio)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS STRATEGI KONTEN MEDIA SOSIAL BAR CLIQUE GADING SERPONG

Oleh

Nama : Jerri Fernandio
NIM : 00000042657
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 9 Januari 2025
Pukul 14.30 s.d 16.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

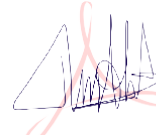
Ketua Sidang



Digitally signed by
Mujiono Sandim
Date: 2025.01.27
12:30:22 +07'00'

Mujiono Sandim, S.Ikom., M.I.Kom.
NIDN 0315108802

Penguji



Selvi Amalia, S.Pi., M.Si.
NIDN 0325108004

Pembimbing



Asep Sutresna, S.I.Kom., M.A.
NIDN 0307126303

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jerri Fernandio

NIM 00000042657

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah :

ANALISIS STRATEGI KONTEN MEDIA SOSIAL BAR CLIQUE
GADING SERPONG

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- Lainnya, pilih salah satu:
 - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 20 Desember 2024



(Jerri Fernandio)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

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

“ANALISIS STRATEGI KONTEN MEDIA SOSIAL BAR CLIQUE GADING SERPONG”

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Penulis mengucapkan terima kasih kepada bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini:

Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si, 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. Bapak Drs. Asep Sutresna, MA, selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Para informan yang telah meluangkan waktunya untuk wawancara.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Pacar dan teman-teman penulis yang memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari banyak sekali kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini bisa menjadi pembelajaran ke depannya bagi para pembaca.

Tangerang, 20 Desember 2024



Jerri Fernandio

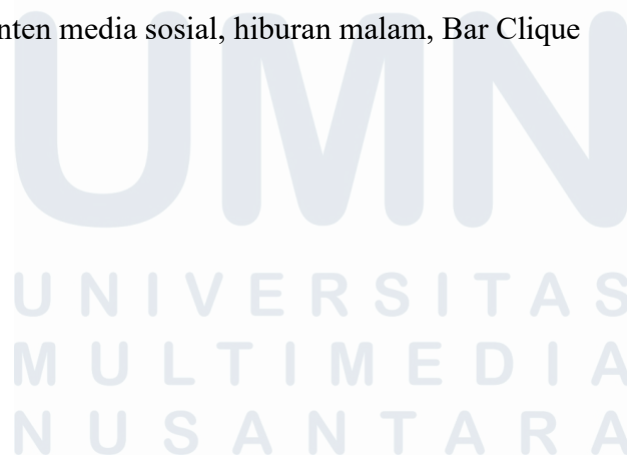
ANALISIS STRATEGI KONTEN MEDIA SOSIAL BAR CLIQUE GADING SERPONG

Jerri Fernandio

ABSTRAK

Perkembangan industri hiburan malam menjadi semakin meningkat setelah melewati masa pandemi Covid 19. Hiburan malam yang dimaksud adalah berupa bar dan hiburan malam lainnya. Salah satu bar yang cukup lama berdiri di Gading Serpong adalah Bar Clique. Dalam menjalankan komunikasi pemasarannya, dan juga menghadapi persaingan dengan bar-bar di sekitar Tangerang, Bar Clique menggunakan media sosial untuk mempromosikan dan berkomunikasi dengan pelanggan dan calon pelanggannya. Untuk itu, menjadi menarik dianalisis bagaimana strategi konten media sosial di Bar Clique. Menggunakan metode studi kasus, dalam penelitian ini data digali melalui wawancara dengan tiga key informan yang mengelola media sosial di Bar Clique. Lalu, strateginya dibandingkan dengan model pengelolaan media sosial dari Tuten dan Solomon (2015). Hasilnya, pembuatan konten media sosial di perusahaan ini masih belum sesuai dengan model rujukan. Oleh karena itu Perusahaan ini dapat meningkatkan pengelolaannya sesuai standar agar mendapatkan hasil yang lebih optimal sesuai dengan tujuan komunikasi pemasaran, yaitu minat kunjung pelanggan.

Kata kunci: konten media sosial, hiburan malam, Bar Clique



SOCIAL MEDIA CONTENT STRATEGY ANALYSIS OF BAR CLIQUE GADING SERPONG

Jerri Fernandio

ABSTRACT

The development of the nightlife industry has increased after going through the Covid 19 pandemic. The nightlife in question is in the form of bars and other nightlife. One of the bars that has been around for a long time in Gading Serpong is Bar Clique. In carrying out its marketing communications, and also facing competition with bars around Tangerang, Bar Clique uses social media to promote and communicate with its customers and potential customers. For this reason, it is interesting to analyze the social media content strategy at Bar Clique. Using the case study method, in this study the data was collected through interviews with three key informants who manage social media at Bar Clique. Then, the strategy was compared with the social media management model from Tuten and Solomon (2015). As a result, the creation of social media content in this company is still not in accordance with the reference model. Therefore, this company can improve its management according to standards in order to get more optimal results in accordance with the objectives of marketing communications, namely customer interest.

Keywords: social media content, nightlife, Bar Clique



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5.1 Kegunaan Akademis	6
1.5.2 Kegunaan Praktis	6
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Konsep yang digunakan	17
2.2.1 Media Sosial	17
2.2.2 Pemasaran Media Sosial	17
2.2.3 Alur Penelitian	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Paradigma Penelitian.....	21
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	21
3.3 Metode Penelitian.....	22
3.4 Key Informan dan Informan (Studi Kasus)/Unit Analisis (Analisis Isi) 23	
3.5 Teknik Pengumpulan Data	24
3.6 Keabsahan Data.....	24

3.7 Teknik Analisis Data.....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN	28
4.1 Subjek dan Objek Penelitian	28
4.1.1 Objek Penelitian	28
4.1.2 Subjek Penelitian.....	28
4.2 Hasil Penelitian	29
4.2.1 Analisis Situasi dan Peluang Media Sosial	29
4.2.1.1 Internal	29
4.2.1.2 Eksternal.....	30
4.2.2 Tujuan Konten Media Sosial.....	34
4.2.3 Target <i>Audience</i>	31
4.2.4 <i>Platform</i> Media Sosial.....	33
4.2.5 Strategi Konten Media Sosial.....	33
4.2.6 Rencana Aktivasi Konten Media Sosial.....	34
4.2.7 Mengukur Keberhasilan Konten Media Sosial.....	36
4.3 Pembahasan.....	37
4.3.1 Analisis Situasi dan Peluang Media Sosial	37
4.3.1.1 Internal	37
4.3.1.2 Eksternal.....	37
4.3.2 Tujuan Konten Media Sosial.....	37
4.3.3 Target <i>Audience</i>	37
4.3.4 <i>Platform</i> Media Sosial.....	37
4.3.5 Strategi Konten Media Sosial.....	38
4.3.6 Rencana Aktivasi Konten Media Sosial.....	38
4.3.7 Mengukur Keberhasilan Konten Media Sosial.....	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	39
5.1 Kesimpulan	39
5.2 Saran Akademis	39
5.3 Saran Praktis.....	39

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Pengikut di Media Sosial Instagram.....	4
Tabel 1.2 Tabel Pengikut di Media Sosial Tiktok.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.4.1 Tabel Informan.....	23



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Populasi dan tingkat penggunaan hp, internet, media sosial	3
Gambar 1.2 Sosial Media Yang Sering Digunakan.....	4
Gambar 2.1 Alur Penelitian.....	20



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Transkrip Wawancara	42
Lampiran B Form Bimbingan	67
Lampiran C Turnitin.....	68

