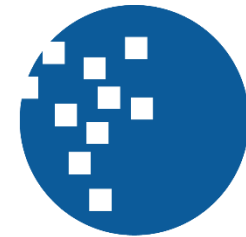


**STRATEGI PEMASARAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@IXONSOFIAESPORT DALAM MENINGKATKAN
CUSTOMER ENGAGEMENT**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Vargas Adrian

00000045845

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

2025

**STRATEGI PEMASARAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@IXONSOFIAESPORT DALAM MENINGKATKAN
CUSTOMER ENGAGEMENT**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Vargas Adrian

00000045845

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Vargas Adrian

Nomor Induk Mahasiswa 00000045845

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul : Strategi Pemasaran Media Sosial Instagram @ixonsofiaesport Dalam Meningkatkan Engagement 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, 24 Juni 2025



Vargas Adrian

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
STRATEGI PEMASARAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@IXONSOPIAESPOT DALAM MENINGKATKAN CUSTOMER
ENGAGEMENT

Oleh

Nama : Vargas Adrian
NIM : 00000045845
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 8 Juli 2025
Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

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

Dian Nuranindya, S.E., M.Si
NIDN 0314128502

Pembimbing

Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom.
NIDN 0331077503

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 : Vargas Adrian

NIM : 00000045845

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : Strategi Pemasaran Media Sosial Instagram
@ixonsofiaesport Dalam Meningkatkan Engagement

- ☐ 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, 18 Juni 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Vargas Adrian

* 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 kepada Tuhan yang Maha Esa atas semua berkat yang telah diberikan. Atas berkat Tuhan yang Maha Esa, peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Peneliti juga berterimakasih atas bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, karena peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan, peneliti kesulitan untuk menyelesaikan penelitian skripsi. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Andrey Andoko, M.Sc., PhD., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliandi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya skripsi ini.
5. Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku ketua sidang yang telah memberikan revisi pada penelitian skripsi dan memimpin jalannya sidang akhir, sehingga proses sidang berjalan dengan lancar.
6. Dian Nuranindya, S.E., M.Si, selaku dosen penguji yang telah menguji dan memberikan arahan mengenai media sosial sehingga menambah pengawasan peneliti.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Tim Ixonsofia yang telah membantu keberlangsungan skripsi ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan informasi untuk orang yang membacanya dan menjadi inspirasi untuk penelitian berikutnya.

Tangerang, 18 Juni 2025



Vargas Adrian



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

STRATEGI PEMASARAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

@IXONSOFIAESPORT DALAM MENINGKATKAN

CUSTOMER ENGAGEMENT

Vargas Adrian

ABSTRAK

Dalam dunia eSports, media sosial memiliki peran penting dalam membangun kedekatan antara tim dan penggemarnya. Salah satu tim eSports yang aktif menggunakan media sosial adalah Ixonsofia, terutama melalui platform Instagram. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya tim eSports yang memanfaatkan media sosial tidak hanya sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk membentuk komunitas dan meningkatkan *engagement*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus terhadap akun Instagram @ixonsofiaesport. Fokus penelitian ini adalah menggali bagaimana strategi konten yang dijalankan akun tersebut dapat meningkatkan interaksi dengan pengikutnya. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, diketahui bahwa konten seperti highlight pertandingan, pengumuman kemenangan, serta interaksi di kolom komentar menjadi daya tarik utama yang meningkatkan *engagement*. Selain itu, konten-konten tersebut juga mampu menarik perhatian calon penggemar dan bahkan sponsor. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa penggunaan media sosial secara konsisten, dengan konten yang relevan dan komunikatif, mampu membangun loyalitas pengikut serta membuka peluang kolaborasi dengan pihak luar, termasuk sponsor dan pemain potensial.

Kata kunci: Media Sosial, Olahraga Elektronik, *Engagement*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGY ON INSTAGRAM BY
@IXONSOFIAESPORT TO INCREASE CUSTOMER
ENGAGEMENT**

Vargas Adrian

ABSTRACT

In the world of eSports, social media plays a vital role in building a strong connection between teams and their fans. One team that actively uses social media is Ixonsofia, particularly through their Instagram account. This research is driven by the growing trend of eSports teams using social platforms not just for promotion, but also to foster community and boost engagement. Using a qualitative method with a case study approach, this study explores how the content strategy of @ixonsofiaesport helps increase interaction with its followers. Based on observations and interviews, it was found that content such as match highlights, tournament victories, and responsive interactions in the comment section significantly contribute to audience engagement. These posts not only attract new followers but also spark interest from potential sponsors. The study concludes that consistent and relevant content, combined with active communication on social media, helps build fan loyalty and creates opportunities for collaboration with sponsors and future players.

Keywords: Social Media, eSports, Engagement

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	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 Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Kegunaan Penelitian	4
1.5.1 Kegunaan Akademis	4
1.5.2 Kegunaan Praktis	4
1.5.3 Keterbatasan Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	5
2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1. Marketing Communication	13
2.3 Landasan Konsep	14
2.4 Kerangka Pemikiran	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Paradigma Penelitian	21
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	22
3.3 Metode Penelitian	23
3.4 Pemilihan Informan	24

3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.5.1.	Data Primer.....	25
3.6	Keabsahan Data.....	26
3.7	Teknik Analisis Data.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		30
4.1	Subjek dan Objek Penelitian.....	30
4.1.1.	Subjek Penelitian.....	30
4.1.2.	Objek Penelitian.....	30
4.2.2.	Interaksi Akun Instagram @Ixonsofiaesport dalam 3 bulan terakhir.....	42
4.2.3.	Tayangan konten @ixonsofiaesport dalam 3 bulan terakhir.....	43
4.2.4.	Pertumbuhan pengikut @ixonsofiaesport dalam 3 bulan terakhir.....	45
4.2.5.	<i>Engagement</i> Untuk Menarik Calon Pemain <i>eSports</i>	46
4.2.6.	<i>Engagement</i> Untuk Meningkatkan <i>Followers (Fans)</i>	48
4.2.7.	<i>Engagement</i> Untuk Daya Tarik Sponsor.....	50
4.3	Pembahasan.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		63
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Saran.....	64
5.2.1	Saran Akademis.....	64
5.2.2	Saran Praktis.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....		65
LAMPIRAN.....		68

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 TABEL

Tabel 2.1. Tabel Penelitian Terdahulu	8
Tabel 2.3.2 Tabel <i>Engagement</i>	52
Tabel 3.4.1 Tabel Daftar Informan	23
Tabel 4.3.2 Tabel Perbandingan <i>Engagement</i>	52
Tabel 4.3.4 Tabel <i>Engagement Rate</i> Bulanan @ixonsofiaesport.....	55



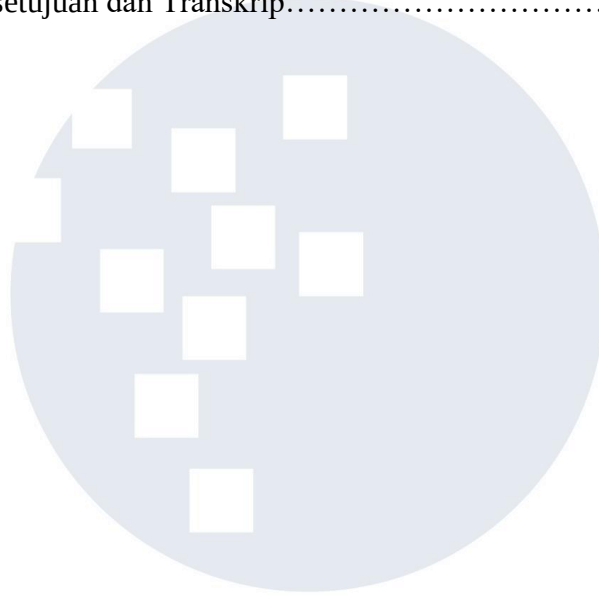
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 4.1 Instagram @ixonsofiaesport.....	31
Gambar 4.2.2. Data Interaksi 3 Bulan Instagram @ixonsofiaesport.....	42
Gambar 4.2.4.1 Data Demografi dan Lokasi 3 Bulan Instagram @ixonsofiaesport.....	45
Gambar 4.2.4.2 Data Pertumbuhan Followers 3 Bulan Instagram @ixonsofiaesport.....	46
Gambar 4.2.5 @ixonsofiaesport Partisipasi dalam Liga 2 Nasional.....	47
Gambar 4.2.6 Highlight Pertandingan @ixonsofiaesport di Liga 2 Nasional.....	49
Gambar 4.2.7 Prestasi @ixonsofiaesport.....	51
Gambar 4.3 Grafik Engagement Rate @ixonsofiaesport (18 Maret – 15 Juni).....	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Turnitin.....	68
Lampiran B Konsultasi Form.....	69
Lampiran C Pertanyaan Guidelines Wawancara.....	70
Lampiran D Persetujuan dan Transkrip.....	71



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA