

**EFEKTIVITAS *SOCIAL MEDIA* SEBAGAI SARANA
PEMBENTUKAN *ENGAGEMENT* ANTARA *BRAND* DENGAN
*TARGET AUDIENCE***

**(Pengukuran *Engagement* berdasarkan IPM (*Interactions per Thousand*)
formula pada *Target Audience Account Twitter @GamelanLovers* dan
Account Facebook Yogyakarta Gamelan Lovers Periode Bulan Agustus 2012)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh :

Albertus Eko Dibyoning Putra

0509 02769 / Komunikasi

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2012**

HALAMAN PERSETUJUAN

EFEKTIVITAS *SOCIAL MEDIA* SEBAGAI SARANA PEMBENTUKAN *ENGAGEMENT* ANTARA *BRAND* DENGAN *TARGET AUDIENCE*

(Pengukuran *Engagement* berdasarkan IPM (*Interactions per Thousand*) formula
pada *Target Audience Account Twitter @GamelanLovers* dan *Account Facebook*
Yogyakarta Gamelan Lovers Periode Bulan Agustus 2012)

Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata 1 (satu)
pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh : Albertus Eko Dibyoning Putra

NIM : 0509 02769 / Komunikasi

Disetujui oleh :



F. Anita Herawati, M.Si.

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2012

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi :

EFEKTIVITAS *SOCIAL MEDIA* SEBAGAI SARANA PEMBENTUKAN
ENGAGEMENT ANTARA *BRAND* DENGAN *TARGET AUDIENCE*

(Pengukuran *Engagement* berdasarkan IPM (*Interactions per Thousand*) formula
pada *Target Audience Account Twitter @GamelanLovers* dan *Account Facebook*
Yogyakarta Gamelan Lovers Periode Bulan Agustus 2012)

Penyusun : Albertus Eko Dibyoning Putra

NIM : 0509 02769

Telah diuji dan dipertahankan pada sidang ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada :

Hari / Tanggal : Selasa, 9 Oktober 2012

Pukul : 09.30 WIB

Tempat : Ruang Ujian Skripsi FISIP UAJY

Tim Penguji

F. Anita Herawati, M.Si.

Penguji Utama

Y. Bambang Wiratmodjo. MA

Penguji I

Dhyah Ayu Retno Widyastuti, M.Si.

Penguji II



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Albertus Eko Dibyoning Putra

NIM : 0509 02769

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi :

EFEKTIVITAS *SOCIAL MEDIA* SEBAGAI SARANA PEMBENTUKAN
ENGAGEMENT ANTARA *BRAND* DENGAN *TARGET AUDIENCE*

(Pengukuran *Engagement* berdasarkan IPM (*Interactions per Thousand*) formula
pada *Target Audience Account Twitter @GamelanLovers* dan *Account Facebook*
Yogyakarta Gamelan Lovers Periode Bulan Agustus 2012)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir ini benar-benar saya
kerjakan sendiri.

Tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, bukan pencurian karya
milik orang lain, bukan hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya, ataupun
segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis
tugas akhir saya secara otentik dan orisinal.

Pernyataan ini sungguh saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak ada
tekanan atau paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik
dalam institusi ini.

Yogyakarta, 22 Oktober 2012

Yang menyatakan,


METERAI
TEMPEL
5C28AABF23486577
6000
DJP
Albertus Eko.

ABSTRAKSI

Social Media, merupakan salah satu produk dunia digital yang mengedepankan proses interaksi antara individu satu dengan yang lainnya, ini menciptakan sebuah keterikatan antara *Social Media* dengan individu tersebut. Gamelan Lovers, dipilih menjadi objek penelitian ini, yang merupakan sebuah pergerakan budaya yang fokus terhadap gamelan sebagai salah satu produk budaya dengan memanfaatkan *social media* Facebook Yogyakarta Gamelan Lovers dan Twitter @GamelanLovers sebagai salah satu media gerakan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur efektivitas *social media* untuk pembentukan *engagement*.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori media effect dari (Glenn G. Sparks dan Cheri GERAKAN. Sparks dalam J. Bryant and D. Zillman (Eds), 2002), yang kedua adalah teori *uses and gratification* serta Teori *agenda setting* menerangkan bahwa "Agenda publik, atau jenis materi yang dibicarakan orang, berpikir, dan peduli mengenai sebuah materi terbentuk dan didorong oleh apa yang media beritakan." (Larson, 1994).

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dan pengukuran efektivitas berdasarkan IPM Formula dari Agency Digital Magnivate pada tahun 2011 dengan standar efektivitas minimal 0,01 %. Objek penelitian pada penelitian ini adalah kampanye #SinauGamelan yang dilakukan oleh pergerakan budaya Gamelan Lovers, pada periode waktu 1-10 Agustus 2012, yang dilakukan pada *account* Twitter @GamelanLovers dan *account* Facebook Yogyakarta Gamelan Lovers.

Berdasarkan penghitungan IPM Formula, pesan #SinauGamelan melalui *social media* Facebook menghasilkan rata-rata presentase sebesar 2,96 %, sedangkan pada penghitungan IPM Formula pada *social media* Twitter menghasilkan rata-rata presentase sebesar 2,96 %, sehingga termasuk kategori efektif karena melebihi standar yang ditentukan oleh Agency Digital Magnivate yaitu 0,01 %. Demikian juga untuk evaluasi pesan #PitakonGamelan, presentase yang didapatkan melalui penghitungan IPM Formula menghasilkan presentase rata-rata 1,43 % sehingga termasuk kategori efektif karena melebihi standar yang ditentukan oleh Agency Digital Magnivate yaitu 0,01 %.

Pola pembentukan *engagement target audience* dibentuk dari berbagai macam faktor, dari data yang diperoleh peneliti, jumlah dan konten pesan merupakan faktor yang butuh dipertimbangkan dalam penyampaian pesan. Faktor kedua adalah sifat dan karakteristik *social media* yang digunakan sebagai media penyaluran pesan. Sedangkan faktor yang ketiga adalah mengetahui kondisi tren yang sedang terjadi pada *target audience* disesuaikan dengan karakteristik *target audience* dalam memanfaatkan *social media*.

Kata Kunci : Social media, Efektivitas, IPM Formula, Gamelan.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN



**FOLLOW THE PROCESS,
THAT'S ACTUALLY A REAL SCIENCE!**

Tugas Akhir ini kupersembahkan teruntuk Papa di Surga,
anakmu memenuhi janjinya untuk menyelesaikan tanggung jawab.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah Bapa di Surga, atas berkat dan penyertaanNya dalam proses tugas akhir skripsi yang berjudul “Efektivitas *Social Media* Sebagai Sarana Pembentukan *Engagement* Antara *Brand* Dengan *Target Audience* (Pengukuran *Engagement* berdasarkan IPM (*Interactions per Thousand*) formula pada *Target Audience Account Twitter @GamelanLovers* dengan *Account Facebook* Yogyakarta Gamelan Lovers Periode Bulan Agustus 2012)”. Sebuah pengalaman yang luar biasa bagi penulis dalam menjalani proses penyusunan Tugas akhir skripsi, karena mendapatkan sebuah pengetahuan dan ilmu baru untuk bekal melanjutkan tingkatan yang lebih tinggi.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini. Kritik dan saran sangat diperlukan penulis untuk membuat dan menyempurnakan tugas akhir skripsi ini menjadi lebih baik. Harapan terbesar penulis semoga tugas akhir skripsi ini berguna bagi penulis, pembaca, maupun semua pihak yang terlibat didalamnya.

Proses yang dilalui tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih atas segala bantuan baik moral maupun materiil, ucapan terimakasih tersebut dipersembahkan penulis kepada ;

- Allah Bapa, Putra dan Roh Kudus. Senantiasa mendampingi, memberikan jalan maupun cobaan untuk menjadikan penulis semakin dewasa dalam menjalani proses.
- Kedua orang tua penulis yang memberikan segala macam dukungan baik moral, material. Selalu menjadi motivator secara emosional dalam menjalani segala macam proses akademis.
- Kakak tercinta Danang Suto Pangarso “Penjol”. Sudah berkenan menjadi saudara, teman, sahabat dan musuh yang selalu ada disetiap aku butuhkan. Pelajaran berharga dalam hidup untuk selalu menjadikan adikmu ini belajar sabar dan kuat dalam menjalani proses apapun.

- Ibu F. Anita Herawati, SIP., M.Si sebagai dosen pembimbing dan ibu kedua di kampus. Terima kasih banyak atas kesabarannya dalam membimbing tugas akhir skripsi ini dari akhir sampai dengan terselesaikannya Laporan ini.
- Bapak Y. Bambang Wiratmodjo. MA sebagai dosen penguji. Terimakasih atas kritik dan saran selama ujian tugas akhir skripsi yang menjadikan laporan ini menjadi lebih baik.
- Ibu Dhyah Ayu Retno Widyastuti, M.Si. sebagai dosen penguji. Terimakasih atas kritik dan saran selama ujian tugas akhir skripsi yang menjadikan laporan ini menjadi lebih baik.
- GAMELAN LOVERS ; Komunitas Gayam 16 (Penceng, Japar, Nano, Tian, Raras) Ariya Damar, Hilarius Dandung, Hanz Sinelir, Gregorius Nugroho, Yosua Yanuard. Terimakasih sudah menjalani proses gerakan yang mendukung tugas akhir ini.
- Jagobisik Marketing Communication Team ; Susilo Hadi, Ariya Damar, Hilarius Dandung, Hanz Sinelir, Bernhard Awuy, Hendy Aditya (Research Team), Dema Tobing dan FingerLink (Digital Team). Terimakasih sudah menjadi keluarga kedua dan memberikan pembelajaran yang luar biasa dalam menjalani proses tugas akhir skripsi.
- Teman-teman WOMAGZ ; Didid, Kiko, Alfien, Kiki, Becak, Andre, Hagi, Jati, Noki, Mas Gede, dsb. Proses masih panjang, mari selalu berproses untuk menggapai cita-cita, matur tengkyu guys.
- MARINYANYI ; Ayah Djito Kasilo, Pungkas Riandika, Utie Respati, Citra Ivana, Natallia Eka, Yulius Marindra, Fenny Setyowati, Petra Anderson, Andin Rahmana. Biarkan anak-anak menyanyikan lagu mereka sendiri.
- Teman-teman di FISIP ; Agatta Stevia a.k.a Dheponk, aku bocahmu pongg... Kantinlovers ; Jojo, Ria, Tembel, Kencreng, dsb.
- Ovie Ermawati. Anggota keluarga baru yang akan selalu ada disampingku baik suka maupun duka. Denyutku ada di nadimu. I Love You.

Terima Kasih untuk semua bentuk dukungan yang telah diberikan kepada penulis. Mohon maaf apabila tidak bisa menyebutkan nama-nama yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi. Semoga tugas akhir skripsi ini bermanfaat bagi penulis maupun orang lain yang membacanya.

Yogyakarta,

Penulis,
Albertus Eko



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAKSI	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR GRAFIK	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kerangka Teori	9
1. Komunikasi	9
2. Media Effect	10
a. Dampak Antisosial dan Prosocial	11
b. <i>Uses and Gratification</i>	13
c. Penyusunan Agenda	14
d. Kultivasi	17
e. Dampak sosial Internet	18
3. Komunikasi Pemasaran	20
4. Komunikasi Interpersonal	21

5. Komunikasi Efektif	22
6. Komunikasi Massa	25
7. <i>Social Media</i>	26
8. <i>Engagement</i>	33
9. <i>Brand</i>	37
F. Kerangka Konsep	38
G. Definisi Operasional	42
H. Metodologi Penelitian	45
1. Jenis Penelitian	45
2. Metode Penelitian	46
3. Objek dan Subjek Penelitian	46
4. Periode Waktu Penelitian	46
5. Teknik pengumpulan data	47
6. Analisis data	49

BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

A. Gamelan Lovers	51
1. Identitas Gamelan Lovers	53
2. Struktur Gamelan Lovers	55
3. Aktivitas Gamelan Lovers	62
4. Distribusi Pesan Gamelan Lovers	65
5. Gamelan	67
B. Facebook	71
C. Twitter	76

BAB III ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi data penelitian	82
1. Deskripsi <i>social media</i> Gamelan Lovers	83
a. Facebook	83
b. Twitter	85
2. Deskripsi Rancangan Kampanye #SinauGamelan	87

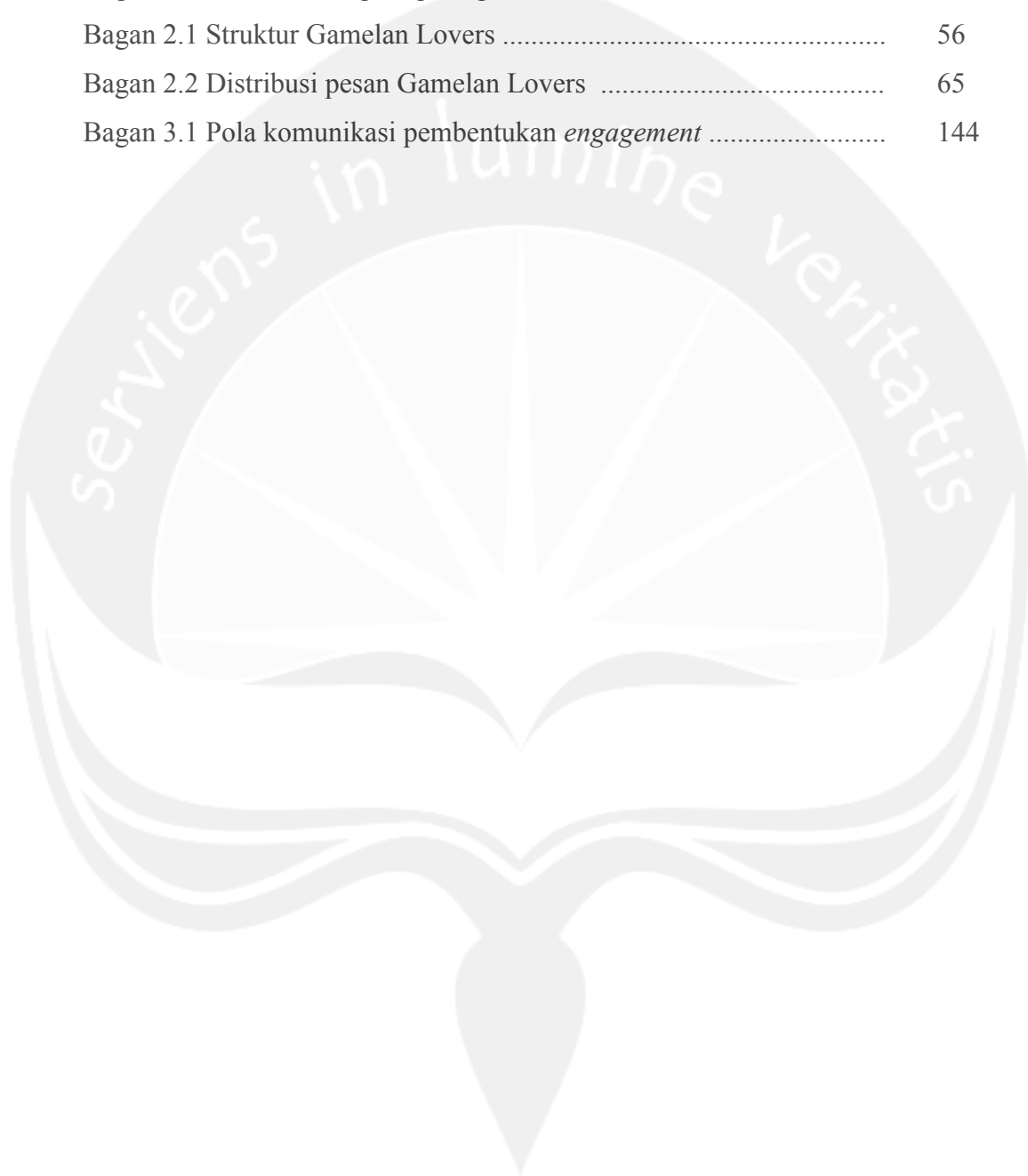
a. Periode waktu kampanye #SinauGamelan	87
b. Informasi Konten Pesan #SinauGamelan	92
c. Respon <i>Target Audience</i>	107
d. Karakteristik Responden	112
i. Data responden Facebook Gamelan Lovers	112
ii. Data responden Twitter Gamelan Lovers	119
B. Analisa Data	124
1. IPM Formula	124
2. Efektivitas Pesan	129
a. Deskripsi #PitakonGamelan	130
b. Periode waktu #PitakonGamelan	130
c. Konten Pesan #PitakonGamelan	132
d. IPM Formula #PitakonGamelan	136
C. Pembahasan	138
1. Efektivitas pesan #SinauGamelan berdasarkan IPM Formula	138
2. Karakteristik Pesan #PitakonGamelan	143
3. Analisa Teori terhadap hasil penghitungan IPM Formula pada pesan #SinauGamelan	147
 BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	156
B. Saran	157
 DAFTAR PUSTAKA	159
LAMPIRAN	163

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data pengguna Facebook di dunia	3
Tabel 3.1 Periode kampanye #SinauGamelan Facebook	89
Tabel 3.2 Periode kampanye #SinauGamelan Twitter	91
Tabel 3.3 Konten Facebook #SinauGamelan	93
Tabel 3.4 Konten Twitter #SinauGamelan.....	99
Tabel 3.5 Pertumbuhan <i>target audience</i> Facebook	108
Tabel 3.6 Pertumbuhan <i>target audience</i> Twitter	110
Tabel 3.7 Penghitungan IPM Formula <i>social media</i> Facebook	126
Tabel 3.8 Penghitungan IPM Formula <i>social media</i> Twitter	128
Tabel 3.9 Periode waktu #PitakonGamelan	130
Tabel 3.10 Konten #PitakonGamelan	131
Tabel 3.11 Penghitungan IPM Formula #PitakonGamelan	136

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Peta alur dan pola pikir penelitian	42
Bagan 2.1 Struktur Gamelan Lovers	56
Bagan 2.2 Distribusi pesan Gamelan Lovers	65
Bagan 3.1 Pola komunikasi pembentukan <i>engagement</i>	144



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Social media</i> landscape	27
Gambar 2.1 Gamelan Lovers Logotype 2010	53
Gambar 2.2 Gamelan Lovers Logotype 2011	54
Gambar 2.3 Gamelan Lovers Logotype 2012	54
Gambar 3.1 <i>Social media</i> Facebook Gamelan Lovers	84
Gambar 3.2 <i>Social media</i> Twitter Gamelan Lovers	86
Gambar 3.3 <i>Social Media</i> Facebook Responden Irma Komari	113
Gambar 3.4 Data <i>share</i> pesan #SinauGamelan Irma Komari	114
Gambar 3.5 <i>Social Media</i> Facebook Responden Ovie Ermawati	116
Gambar 3.6 Data <i>share</i> pesan #SinauGamelan Ovie Ermawati 1	117
Gambar 3.7 Data <i>share</i> pesan #SinauGamelan Ovie Ermawati 2	117
Gambar 3.8 Data <i>share</i> pesan #SinauGamelan Ovie Ermawati 3	118
Gambar 3.9 <i>Social Media</i> Twitter responden @majex_gitar	120
Gambar 3.10 <i>Social Media</i> Twitter responden @aguz_Tewe	121
Gambar 3.11 <i>Social Media</i> Twitter responden @infosenijogja	122

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Data penyebaran pengguna Twitter di Indonesia	2
Grafik 1.2 Data penyebaran pengguna Facebook di Indonesia	4
Grafik 3.1 Data pertumbuhan <i>Friends</i> Gamelan Lovers	109
Grafik 3.2 Data pertumbuhan <i>Followers</i> Gamelan Lovers	111
Grafik 3.3 Grafik efektivitas pesan #SinauGamelan <i>socmed</i> FB	140
Grafik 3.4 Grafik efektivitas pesan #SinauGamelan <i>socmed</i> Twitter	142
Grafik 3.5 Grafik evaluasi pesan #PitakonGamelan	145

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Konten Facebook Gamelan Lovers.
- Lampiran 2. Pertumbuhan *friends* Facebook Gamelan Lovers.
- Lampiran 3. Pertumbuhan *followers* Twitter Gamelan Lovers.
- Lampiran 4. Data responden penelitian.
- Lampiran 5. Posting dan Interaksi *social media* Facebook pada #SinauGamelan.
- Lampiran 6. Tweet *social media* Twitter pada #SinauGamelan.
- Lampiran 7. Interaksi *social media* Twitter pada #SinauGamelan.
- Lampiran 8. Tweet *social media* Twitter pada #PitakonGamelan.
- Lampiran 9. Interaksi *social media* Twitter pada #PitakonGamelan.