

SKRIPSI
**ANALISIS ISI *SOCIAL MEDIA MARKETING* PADA AKUN
TWITTER NCTSMTOWN_DREAM DALAM SERI
PROMOSI ALBUM BEATBOX**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Nadya Difa Svefina

NBI. 1151900061

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

SKRIPSI
**ANALISIS ISI *SOCIAL MEDIA MARKETING* PADA AKUN
TWITTER NCTSMTOWN_DREAM DALAM SERI
PROMOSI ALBUM BEATBOX**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata – I
Program Studi Ilmu Komunikasi



Nadya Difa Syefina

NBI. 1151900061

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **Nadya Difa Syefina**
NBI : **1151900061**
Judul : **Analisis Isi Social Media Marketing Pada Akun
Twitter NCTSMTOWN_DREAM dalam Seri
Promosi Album Beatbox**

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0103

Surabaya,
Disetujui Oleh Dosen
Pembimbing



**Dr. Merry Fridha Tri
Palupi, M.Si.**
NPP. 20150180789


TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Di pertahankan di depan sidang penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan di terima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana :

Dewan Penguji

1. Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si. ()

Ketua

2. Dewi Sri Andika Rusmana, ()

S.I.Kom.,M.Med.Kom.

Anggota

3. Dr. Teguh Priyo Sadono, M.Si. ()

Anggota

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120.87.0103

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadya Difa Syefina
NBI : 1151900061
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Analisis Isi Social Media Marketing Pada Akun
Twitter NCTSMTOWN_DREAM dalam Seri Promosi
Album Beatbox

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam daftar pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 26 Juni 2023

Yang Membuat Pernyataan



Nadya Difa Syefina
NBI. 1151900061



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45
SURABAYATLP. 031 593 1800
(EX 311)
EMAIL: PERPUS@UNTAG-
SBY.AC.ID.

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Nadya Difa Syefina**
NBI : **1151900061**
Fakultas : **Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
Jenis Karya : **Skripsi**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right), atas karya saya yang berjudul:

“Analisis Isi Social Media Marketing Pada Akun Twitter NCTSMTOWN_DREAM dalam Seri Promosi Album Beatbox”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif (**Nonexclusive Royalty-Free Right**), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 26 Juni 2023

Yang Menyatakan,



Nadya Difa Syefina
NBI. 1151900061

ABSTRAK

Perkembangan budaya Korea saat ini didominasi oleh adanya karya musik K-Pop. Industri musik K-Pop dikenal dengan pemasaran serta promosinya. Para agensi berlomba-lomba mengemas strategi marketing artisnya semenarik mungkin, salah satunya adalah memanfaatkan Twitter sebagai alat pemasaran media sosial atau *social media marketing* mereka. Bahkan dalam memperkenalkan produknya, mereka mengunggah image teaser, detail album ataupun poster sebelum dirilisnya album. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis isi pesan pada akun twitter @NCTsmtown_Dream dalam kegiatan seri promosi album Beatbox serta mengetahui frekuensi *social media marketing* yang ada didalamnya. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif dengan pengumpulan data melalui lembar coding (*coding sheets*) dan dokumentasi postingan Twitter. Penelitian ini menggunakan teori *Computer Mediated Communication* (CMC). Hasil dari analisis penelitian ini menunjukkan bahwa *social media marketing* pada postingan @NCTsmtown_Dream menerapkan berbagai komponen, yakni didominasi oleh penerapan karakteristik pesan caption, lalu penggunaan hashtag dan keterlibatan konten post. Adanya penggabungan komponen-komponen mempermudah penyampaian serta visualisasi *social media marketing* yang dilakukan oleh @NCTsmtown_DREAM.

Kata kunci: Analisis isi, Social media marketing.

ABSTRACT

The current development of Korean culture is dominated by K-Pop music. The K-Pop music industry is known for its marketing and promotion. Agencies are competing to pack their artists' marketing strategies as interesting as possible, one of which is to use Twitter as their social media marketing tool or social media marketing tool. Even in introducing the product, they upload teaser images, album details or posters before the release of the album. This research aims to analyze the content of messages on the @NCTtown_Dream twitter account in the activities of the Beatbox album promotion series and to identify the social media marketing frequencies in it. The research method used is quantitative content analysis with data collection via coding sheets and Twitter post documentation. This study used Computer Mediated Communication (CMC) theory. The results of this research analysis show that social media marketing on @NCTtown_Dream posts implements a variety of components, i.e. dominated by the application of caption message characteristics, and the use of hashtag and post content engagement. The incorporation of components facilitates the delivery and visualization of social media marketing done by @NCTSMTOWN_DREAM.

Keywords: Content analysis, Social media marketing.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya yang senantiasa tercurahkan kepada penulis sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Isi Social Media Marketing Pada Akun Twitter @NCTsmtown_DREAM Dalam Seri Promosi Album Beatbox**” dengan baik.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom., selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I. Terima kasih banyak atas segala bantuan, saran, ilmu, waktu, dan kesabaran yang telah beliau berikan kepada peneliti selama masa bimbingan.
4. Ibu Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., M.A selaku Dosen Pembimbing II. Terima kasih banyak atas segala bantuan, saran, ilmu, waktu, dan kesabaran yang telah beliau berikan kepada peneliti selama masa bimbingan.
5. Segenap dosen dan seluruh civitas akademik yang senantiasa telah membantu peneliti dalam memberikan ilmu yang sangat bermanfaat serta dalam membantu pelayanan administrasi.
6. Kedua orang tua peneliti cintai Bapak Sari Alek dan Ibu July Eko Sulistary yang tidak pernah lelah untuk memberikan dukungan semangat dalam bentuk materi maupun non materi, serta doa dan kasih sayang kepada peneliti, serta terima kasih juga kepada kakak peneliti Yusril Ihza Fanani yang selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini serta doa dan kasih sayang kepada peneliti. Serta segenap keluarga yang telah mendukung serta mendoakan peneliti.
7. Terima kasih kepada member BTS, RM, Jin, Suga, J-Hope, Jimin, V dan Jungkook yang telah menjadi penyemangat peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Terima kasih kepada inspirasi penelitian ini, yakni NCT Dream. Terima kasih kepada Lee Mark, Huang Renjun, Lee Jen0, Lee Haechan, Na Jaemin, Zhong Chenle dan Park Jisung yang telah menjadi inspirasi peneliti dan membuat peneliti tetap semangat.

9. Terima kasih juga kepada seluruh member NCT 127, NCT Dream, Way V, Enhypen, Seventeen. Terima kasih sudah selalu menemani dan menjadi semangat.
10. Kepada Lee Donghyuck, Lee Jen0, Johnny suh, Lee Taeyong, Jung Jaehyun, Nakamoto Yuta, Hendery, Kim Mingyu, Jay, Jungwon peneliti ucapkan banyak terima kasih karena telah menjadi penyemangat peneliti serta menghibur peneliti.
11. Teman-teman seperjuangan sekaligus sahabat dari awal perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih peneliti sampaikan kepada Olivia, Fida, Feny, Marisa, Athaya. Terima kasih sudah bertahan mulai masuk hingga lulus kuliah, melewati senang sedih bersama serta menjadi tempat untuk berkeluh kesah bersama-sama.
12. Teruntuk teman dan sekaligus sahabat yang sudah seperti keluarga. Terima kasih peneliti sampaikan kepada Nabilu, Frensiska, Bagus, Fadilla. Bersama-sama kita sudah lewati canda tawa Bersama.
13. Kepada teman sahabat dari KKN, magang hingga saat ini. Terima kasih peneliti sampaikan kepada Raihan, Kevin, Sofia, Vawqa, Nurul, Debbie.
14. Peneliti sampaikan terima kasih juga kepada Putri, Sofia syahirah serta Fira. Terima kasih sudah menjadi teman yang selalu memberi semangat, menjadi teman fangirling serta menjadi tempat untuk berkeluh kesah.
15. Saya ucapkan banyak terima kasih kepada diri sendiri, Nadya Difa. Makasih sudah bertahan sampai detik ini dan melewati segala huru-hara kehidupan.
16. Dan terakhir Terima kasih untuk seluruh pihak yang sudah hadir dalam kehidupan peneliti.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II	7
KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	12
2.2. 1. Teori Computer Mediated Communication (CMC)	12
2.3 Definisi Konseptual	13
2.3.1. Social Media Marketing	13
2.4 Definisi Operasional	15
2. 4. 1. Komunikasi Pemasaran	15
2. 4. 2. Social Media Marketing	15
2. 4. 3. Media Sosial	17
2. 4. 4. Twitter	18
2.5 Kerangka Dasar Pemikiran	20
2.6 Hipotesis	20

BAB III	21
METODE PENELITIAN	21
3.1 Pendekatan Penelitian	21
3.2 Jenis Penelitian	21
3.3 Populasi dan Sampel	23
3.3.1. Populasi	23
3.3.2. Sampel	23
3.4. Pengukuran dan Instrumen Penelitian	24
3.4.1. Validitas Data	24
3.4.2. Reliabilitas Data	24
3.5. Teknik Pengumpulan Data	25
3.6. Teknik Analisis Data	26
3.7. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Variabel	27
BAB IV	29
HASIL PENELITIAN	29
4.1 Gambaran Objek Penelitian	29
4.1.1. Gambaran Umum Album Beatbox NCT Dream	29
4.1.2. Profil Coder	30
4.2 Penyajian Data	31
4.3 Pembahasan	59
BAB V	71
PENUTUP	71
5.1. Kesimpulan	71
5.2. Saran	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2 Kategori Social Media Marketing	26
Tabel 3 Postingan @NCTsmtown_DREAM tentang promosi album Beatbox .	32
Tabel 4 distribusi Frekuensi Sub Kategori Konten Post	52
Tabel 5 Distribusi Frekuensi Sub Kategori Karakteristik Pesan Caption	54
Tabel 6 Distribusi Frekuensi Sub Kategori Hashtag	56
Tabel 7 Distribusi Frekuensi Kategori Social Media Marketing	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Dasar Pemikiran	20
Gambar 2 Rumus Stephen Isaac dan William B. Michael	24
Gambar 3 Rumus Holsti	25
Gambar 4 Profil Akun @NCTsmtown_DREAM	29
Gambar 5 Profil Album @NCTsmtown_DREAM	30
Gambar 6 Twitter Advance Search	31
Gambar 7 Contoh Postingan yang menunjukkan sub kategori postingan berupa foto	53
Gambar 8 Contoh Postingan yang menunjukkan sub kategori postingan berupa Video	54
Gambar 9 Contoh Postingan yang menunjukkan sub kategori call to action (CTA)	55
Gambar 10 Contoh Postingan yang menunjukkan sub kategori hard selling	56
Gambar 11 Contoh Postingan yang menunjukkan sub kategori Content-based hashtags	57
Gambar 12 Contoh Postingan yang menunjukkan sub kategori Attribute hashtags	57
Gambar 13 Contoh Postingan @NCTsmtown_DREAM	61
Gambar 14 Contoh Postingan Twitter @NCTsmtown_DREAM berupa hard selling	63
Gambar 15 Trending hashtag	64
Gambar 16 Contoh Postingan Twitter @NCTsmtown_DREAM berupa Attribute hashtags	65
Gambar 17 Contoh Postingan Twitter @NCTsmtown_DREAM berupa foto atau gambar	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Turnitin	76
Lampiran 2 Lembar Revisi Ujian Skripsi.....	79
Lampiran 3 Kartu Bimbingan	82
Lampiran 4 Lembar Coding (Coding Sheets)	84