

ABSTRAK

EFEKTIVITAS PESAN INSTAGRAM @MAKNACREATIVE (STUDI DESKRIPTIF TENTANG POSTINGAN @MAKNACREATIVE DALAM MENINGKATKAN FOLLOWERS)

Oleh :

FITRIANI BANJAR

2014210046

Penelitian ini bertujuan untuk memahami Efektivitas Pesan Instagram @MaknaCreative (Studi Deskriptif Tentang Postingan @MaknaCreative Dalam Meningkatkan Followers). Makna Creative adalah konsultan brand di bidang kreatif. Makna Creative memanfaatkan Instagram sebagai media promosi dan informasi terhadap konsep, konten, dan ide-ide yang mereka buat. Makna Creative juga bertanggung jawab dalam menampilkan hal yang terkait dengan promosi, branding, aktivitas social, dan aktivasi konten media sosial yang positif.

Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan teori peluru dan media baru. Teknik yang dilakukan adalah dengan cara menyebarkan kuesioner ke 100 responden yang merupakan para pengikut dari Makna Creative dengan jumlah pertanyaan sebanyak 20. Uji keabsahan data menggunakan SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Front Stage* Makna Creative efektif, dilihat dari kesan positif yang diberikan para responden. Adapun *Back Stage* dari tim Makna Creative yaitu selain sebagai pekerja kreatif, mereka juga merupakan Influencer media sosial. iii

Kata kunci : Efektivitas Postingan, Instagram, Teori Media Baru iv

ABSTRACT

THE EFFECTIVITY OF @MAKNACREATIVE INSTAGRAM MESSAGES (DESCRIPTION STUDY ON @MAKNACREATIVE POSTS IN INCREASING FOLLOWERS

FITRIANI BANJAR

2014210046

This research aims to understand the effectivity of @MaknaCreative instagram messages (description study on @MaknaCreative postingan in increasing followers. Makna Creative is a branding consultant in creative sector. Makna Creative use instagram to promote and inform their concept, content, and ideas that they made. Makna Creative also responsible to shows things related to promotion, branding, social activity, and positive social media content activation.

The method used for this research is quantitative method using The Magic Bullet and New Media Theory. The data was collected by distributed the questionnaire with 20 question to 100 respondent who followed Makna Creative's Instagram account. Then, the data was validated using SPSS.

The result shows that *Front Stage* of Makna Creative is effective, based on positive answer given from the respondent. For the *Back Stage* of Media Creative team, aside from being a creative worker, they also a Social Media Influencer. v

Keywords : Post Effectiveness, Instagram, New Media Theory