



**STRATEGI PROGRAM *INSTAGRAM HACK* DALAM  
MENCIPTAKAN KREATOR MUDA DI *CONTENT ACADEMY***

**SKRIPSI**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**Oleh :**

**Nur Ikhsan Adhitama P.**

**NIM. D20191100**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
TAHUN 2023**



**STRATEGI PROGRAM *INSTAGRAM HACK* DALAM  
MENCIPTAKAN KREATOR MUDA DI *CONTENT ACADEMY***

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Fakultas Dakwah  
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh :  
**Nur Ikhsan Adhitama P**  
**NIM. D20191100**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
TAHUN 2023**



**STRATEGI PROGRAM *INSTAGRAM HACK* DALAM  
MENCIPTAKAN KREATOR MUDA DI CONTENT ACADEMY**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Fakultas Dakwah  
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Oleh :

J E M B E R

Nur Ikhsan Adhitama P  
NIM. D20191100

Disetujui Pembimbing

Firdaus Dwi Cahyo Kurniawan, S.E., M.I.Kom.  
NUP. 201601109



**STRATEGI PROGRAM *INSTAGRAM HACK* DALAM  
MENCIPTAKAN KREATOR MUDA DI CONTENT ACADEMY**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Fakultas Dakwah  
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

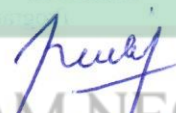
Hari : Kamis  
Tanggal : 14 Desember 2023

**Tim Penguji**

**Ketua**

**Sekretaris**

  
**David Ilham Yusuf, M.Pd.I**  
NIP. 198507062019031007

  
**Drs. H. Abdul Choliq, M.I.Kom**  
NUP. 201603110

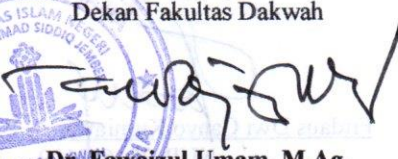
**Anggota :**

1. **Dr. Hj. Siti Raudhatul Jannah, M.Med.Kom** (..........)

2. **Firdaus Dwi Cahyo Kurniawan, S.E., M.I.Kom** (..........)

Menyetujui  
Dekan Fakultas Dakwah



  
**Dr. Fawaizul Umam, M.Ag.**  
NIP. 197302272000031001

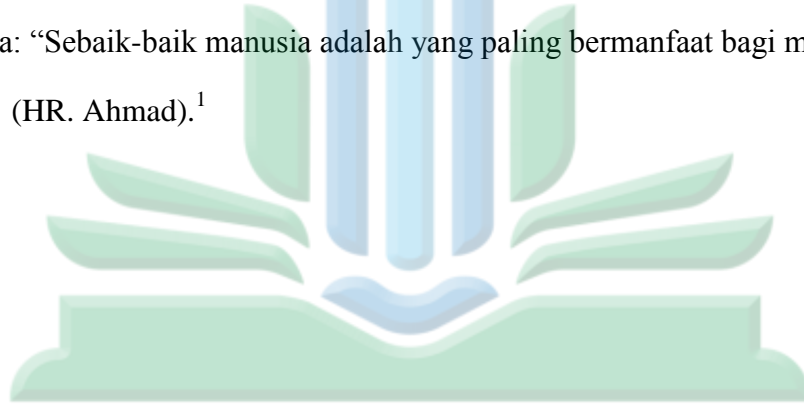


## MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

Artinya: “Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia.”

(HR. Ahmad).<sup>1</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>1</sup> Sonora.id, “Arti Khoirunnas Anfauhum Linnas dan Keutamaannya dalam Islam”,  
<https://www.sonora.id/read/423764749/arti-khoirunnas-anfauhum-linnas-dan-keutamaannya-dalam-islam> diakses pada 11 November 2023



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil alamin.. Teriring rasa syukur atas nikmat yang diberikan Allah SWT. skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu izinkan saya persembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang banyak membantu dan selalu mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini:

1. Kedua orang tua saya (Mulyamin dan Mazidatur Rodiah) yang senantiasa menjadi penguat utama saya untuk tetap bisa bertahan sejauh ini. Yang selalu memberi support, doa dan kasih sayangnya kepada saya. Yang selalu mengingatkan saya untuk tetap berada dalam ridho-Nya. Yang selalu memberikan bimbingan, arahan terhadap tujuan hidup kedepan.
2. Adek saya (Zaldyrobbi Sidqi Ahmad) yang selalu menjadi alasan saya untuk terus berusaha untuk menjadi kakak terbaik buatmu. Semoga kelak menjadi anak yang sukses di dunia maupun di akhirat.
3. Kakak-kakak Pembina, purnabakti pramuka, Pengurus Reka periode 2020-2021, Dewan Racana periode 2021-2022 dan 2022-2023 yang selalu memberikan pengalaman, pembelajaran kepada saya di luar bangku perkuliahan. Saya tidak akan memiliki relasi yang banyak dan pengalaman yang luar biasa jika tidak bergabung dengan organisasi ini.
4. Teman-teman setongkrongan yang sudah menjadi saudara sendiri (Sangkakala), terimakasih telah bersama-sama menguatkan dalam keluh kesahnya. Semoga pertemanan kita berlanjut sampai tua nanti.

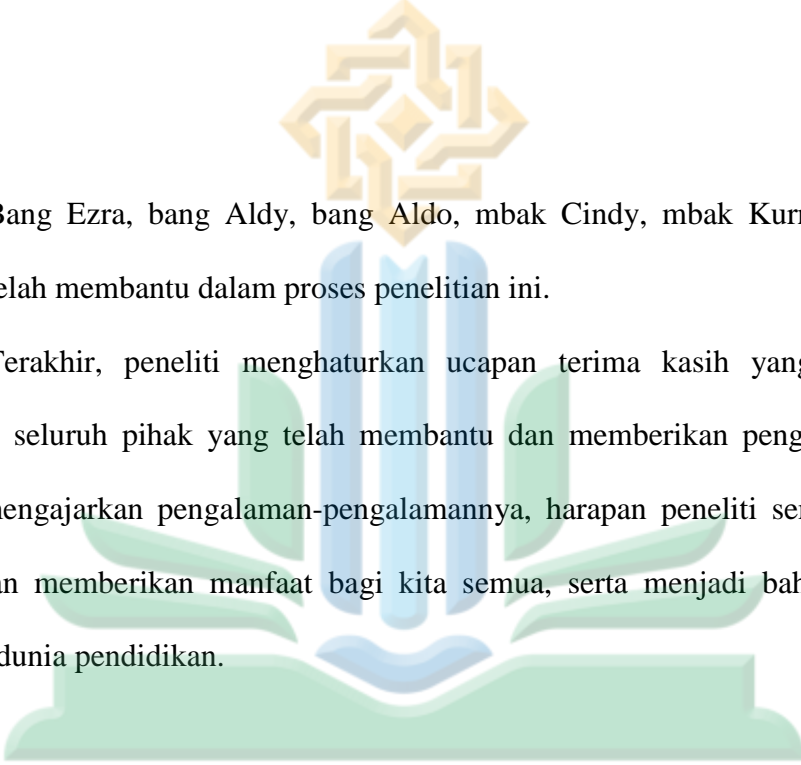


## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, Atas segala Rahmat yang diberikan oleh Allah yang Maha Kuasa atas seluruh alam dan segala isinya, kata demi kata, baris demi baris, dan satu per satu bab dapat terselesaikan dengan baik sebagai tugas akhir dalam menempuh pendidikan strata satu dan untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Sosial, telah disusun sesuai dengan harapan. Skripsi ini terselesaikan tidak lepas dari bantuan dan kerjasama dengan pihak lain., peneliti menghaturkan terima kasih yang terhormat kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni., S.Ag., M.M. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. Fawaizul Umam, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah.
3. Bapak Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom. selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Bapak Firdaus Dwi Cahyo Kurniawan, S.E., M.I.Kom., yang telah memberikan saya bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh bapak/ibu dosen yang telah memberikan ilmu, pengabdianya kepada saya mulai dari saya menginjak semester 1 hingga saat ini. Semoga ladang pahala tetap mengalir hingga di akhirat nanti. Aamiin
6. Bang Aldio Pramudya Gunadi selaku pimpinan sekaligus mentor utama di *instagram hack*.



7. Bang Ezra, bang Aldy, bang Aldo, mbak Cindy, mbak Kurniawati yang telah membantu dalam proses penelitian ini.

Terakhir, peneliti menghaturkan ucapan terima kasih yang mendalam kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan pengalaman baru juga mengajarkan pengalaman-pengalamannya, harapan peneliti semoga skripsi ini akan memberikan manfaat bagi kita semua, serta menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Jember, 14 November 2023

Peneliti,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**Nur Ikhsan Adhitama Putro**





## ABSTRAK

**Nur Ikhsan Adhitama Putro, 2023** : “Strategi Program *Instagram Hack* dalam Menciptakan Kreator Muda di *Content Academy*.”

**Kata Kunci** : Strategi Program, Konten Kreator, *Content Academy*

Mempelajari strategi untuk menjadi konten kreator yang sukses membutuhkan waktu yang sangat panjang, perlu juga belajar kepada orang yang sudah berpengalaman dalam dunia perkontenan. Bahkan saat ini sudah beredar kelas pelatihan khusus yang membahas tentang cara menjadi konten kreator di media sosial, baik secara offline maupun secara online salah satu contohnya *Content Academy*. *Content Academy* memiliki strategi khusus untuk memberdayakan membeinya supaya menjadi konten kreator yang sukses. Pembelajaran tentang cara menjadi konten kreator ini dapat diakses melalui web *Content Academy*. Fasilitas yang diberikan pun juga relatif banyak mulai dari grup komunitas, live mentoring dengan jaminan konsultasi seumur hidup. Strategi yang tepat juga pasti berawal dari mentor yang tepat

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah 1) Bagaimana strategi yang diterapkan oleh mentor program *Instagram Hack* dalam menciptakan kreator muda di *Content Academy*? 2) Bagaimana langkah yang diterapkan mentor program *Instagram Hack* dalam membantu mengatasi permasalahan yang terjadi pada konten kreator di *Content Academy*? 3) Bagaimana langkah yang dilakukan oleh mentor program *Instagram Hack* dalam menyikapi siklus perkembangan media sosial demi terciptanya creator muda di *Content Academy*?


Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dengan teknik *purposive sample* dan *snowball sample*, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Kemudian teknis analisis data penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Keabsahan data menggunakan triangulasi data.

Penelitian ini sampai pada simpulan bahwa 1) strategi yang diterapkan yaitu hampir mirip dengan strategi program televise yaitu ada proses perancangan strategi, pelaksanaan strategi dan evaluasi strategi. 2) Penyelesaian masalah member yaitu dengan adanya grup konsultasi dan live mentoring mingguan. 3) Untuk menyikapi siklus perkembangan media sosial, *Content Academy* melaksanakan beberapa step yaitu mengamati, menganalisa, *experiment*, dan share. Serta wilayah cakupan yang diamati yaitu jenis trend dan algoritma instagram.



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Definisi Istilah .....	9
F. Sistematika Pembahasan .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Penelitian Terdahulu .....	14
B. Kajian Teori .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	33
B. Lokasi Penelitian .....	33
C. Subyek Penelitian .....	33



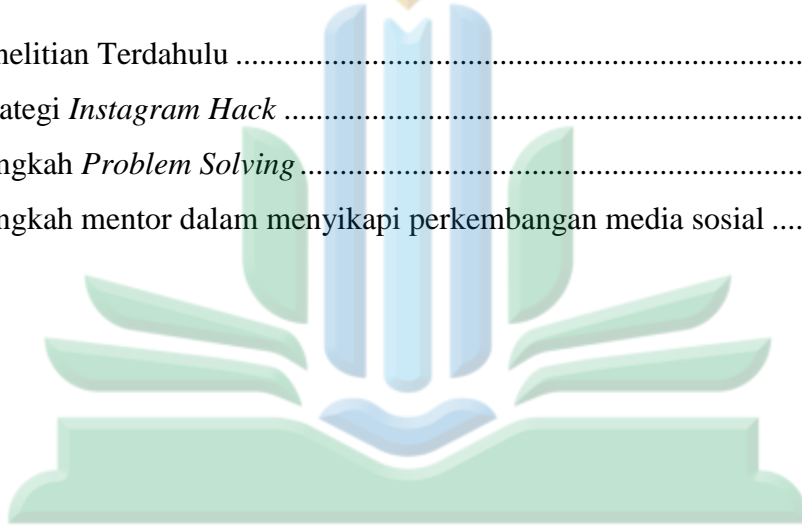
D. Teknik Pengumpulan Data .....	35
E. Analisis Data .....	37
F. Keabsahan Data .....	39
G. Tahap-Tahap Penelitian .....	41
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS</b>	
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	42
B. Penyajian Data dan Analisis .....	45
C. Pembahasan Temuan .....	60
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Simpulan .....	71
B. Saran-Saran .....	73
DAFTAR PUSTAKA .....	74
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	
LAMPIRAN	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
4.1 Strategi <i>Instagram Hack</i> .....	51
4.2 Langkah <i>Problem Solving</i> .....	57
4.3 Langkah mentor dalam menyikapi perkembangan media sosial .....	60

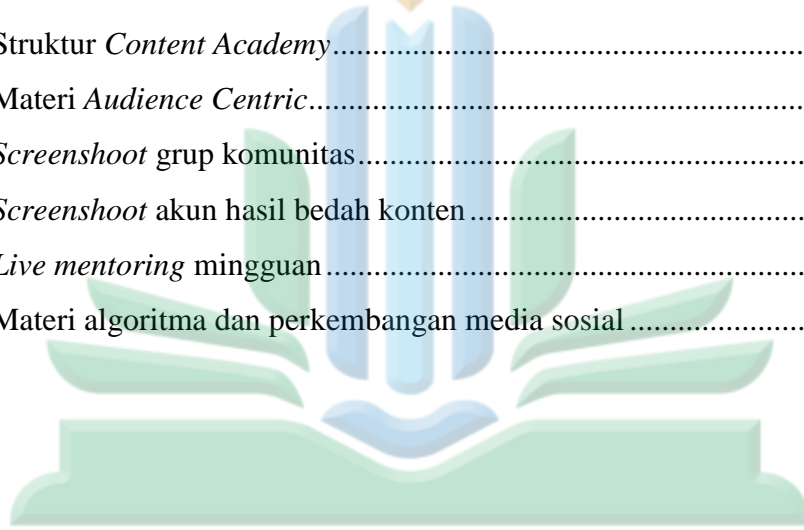


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## DAFTAR GAMBAR

4.1	Struktur <i>Content Academy</i> .....	45
4.2	Materi <i>Audience Centric</i> .....	49
4.3	<i>Screenshot</i> grup komunitas.....	54
4.4	<i>Screenshot</i> akun hasil bedah konten.....	55
4.5	<i>Live mentoring</i> mingguan.....	56
4.6	Materi algoritma dan perkembangan media sosial.....	60



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



# BAB I

## PENDAHULUAN

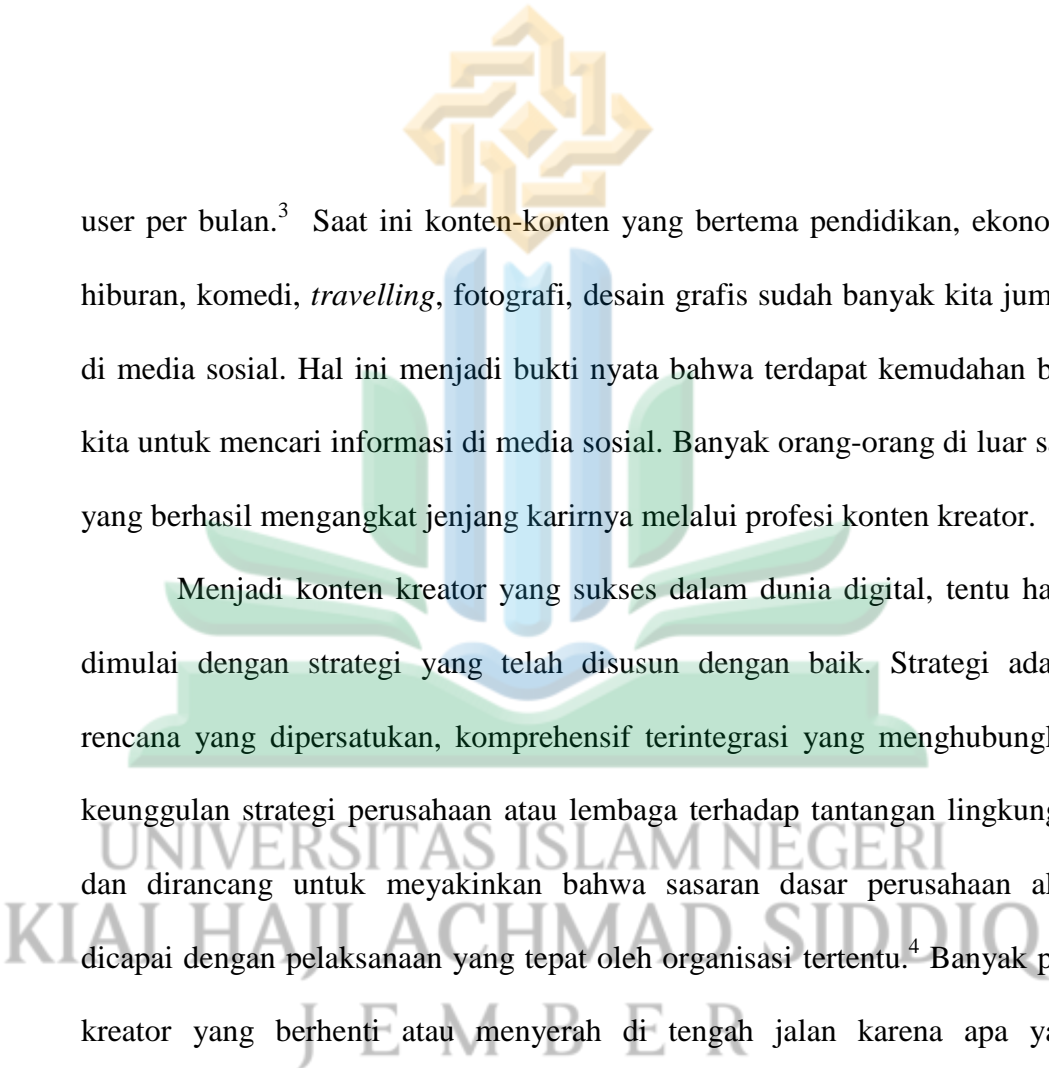
### A. Konteks Penelitian

Sebagai pemeran dalam dunia teknologi, manusia harus dapat menyeimbangkan diri dengan teknologi, misalnya dengan memanfaatkan dunia maya salah satunya menjadi konten kreator. Konten kreator adalah orang yang membuat konten berupa tulisan, gambar, video, suara ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Konten tersebut dibuat untuk media khususnya media digital seperti *Instagram*, *Youtube*, *Tiktok* dan media sosial lainnya.<sup>2</sup> Kegiatan konten kreator adalah kegiatan komunikasi, di mana konten kreator mengirimkan informasi kepada audiens. Secara garis besar, dalam terbentuknya komunikasi terdapat komunikator, media, pesan, serta komunikan. *Feedback* yang muncul dijadikan tolak ukur berhasil tidaknya komunikasi. Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk mengeksplorasi apa saja Strategi Program *Instagram Hack* dalam Menciptakan Kreator Muda di *Content Academy*.

Menurut data SocciaBuzz, pandemi Covid-19 juga berpengaruh terhadap bertambahnya jumlah konten kreator di Indonesia. Terjadi peningkatan hingga 3 kali lipat perbulannya, yaitu dari 2552 user hingga 7730

---

<sup>2</sup> Grewsia Indah Putri, Diah Ayu Chandraningrum, "Pemanfaatan Social Traffic untuk Meningkatkan Page Views pada Video Gagasan Isengin Acil! Leri Marah di Akun Youtube dan Instagram Dalam Pelu", *Jurnal Prologia* 3, No. 2 (Desember 2019) : 520



user per bulan.<sup>3</sup> Saat ini konten-konten yang bertema pendidikan, ekonomi, hiburan, komedi, *travelling*, fotografi, desain grafis sudah banyak kita jumpai di media sosial. Hal ini menjadi bukti nyata bahwa terdapat kemudahan bagi kita untuk mencari informasi di media sosial. Banyak orang-orang di luar sana yang berhasil mengangkat jenjang karirnya melalui profesi konten kreator.

Menjadi konten kreator yang sukses dalam dunia digital, tentu harus dimulai dengan strategi yang telah disusun dengan baik. Strategi adalah rencana yang dipersatukan, komprehensif terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan atau lembaga terhadap tantangan lingkungan dan dirancang untuk meyakinkan bahwa sasaran dasar perusahaan akan dicapai dengan pelaksanaan yang tepat oleh organisasi tertentu.<sup>4</sup> Banyak para kreator yang berhenti atau menyerah di tengah jalan karena apa yang diinginkan tidak tercapai dengan baik.

Dalam sebuah survey awal yang dilakukan oleh penulis, dari 17 orang yang berkeinginan untuk menjadi konten kreator, 80 % diantaranya tidak mengetahui strategi yang dilakukan untuk menjadi konten kreator.<sup>5</sup> Mereka memiliki keinginan yang besar tapi tidak mengetahui langkah awal yang harus dilalui, mereka juga tidak mengetahui system algoritma *instagram*. Inilah yang menyebabkan calon konten kreator mengalami kegagalan.

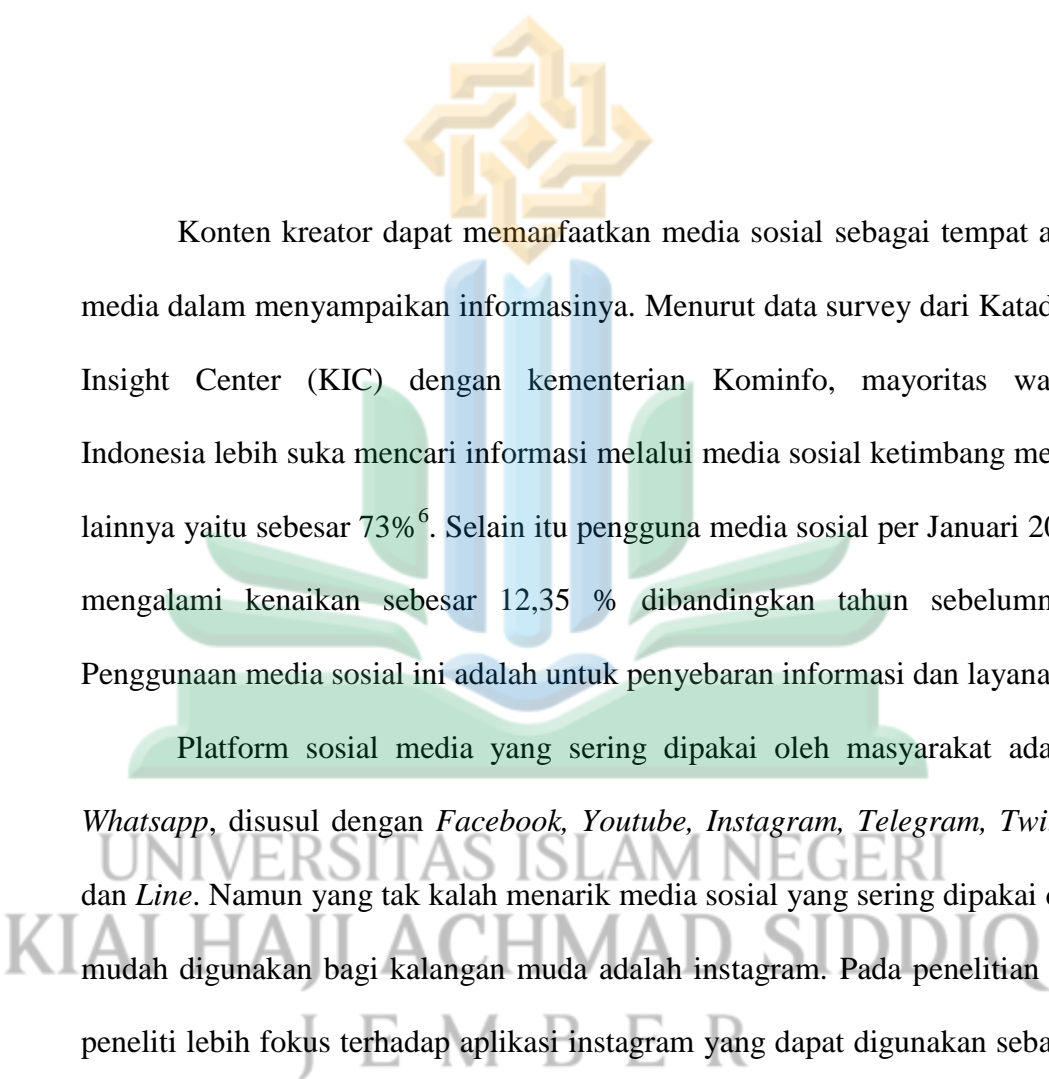
---

<sup>3</sup> Sindonews, "Content Academy."

<https://tekno.sindonews.com/read/714803/207/content-academy-tempat-ngajarin-cara-bikin-konten-di-media-sosial-jadi-cuan-1647435814> diakses pada 28 November 2022

<sup>4</sup> Sondang Siagian, "Analisis Serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi" (Jakarta : PT. Gunung Agung, 1989), 17

<sup>5</sup> Survey dilakukan oleh Penulis, Jember, 3 Januari 2023



Konten kreator dapat memanfaatkan media sosial sebagai tempat atau media dalam menyampaikan informasinya. Menurut data survey dari Katadata Insight Center (KIC) dengan kementerian Kominfo, mayoritas warga Indonesia lebih suka mencari informasi melalui media sosial ketimbang media lainnya yaitu sebesar 73%<sup>6</sup>. Selain itu pengguna media sosial per Januari 2022 mengalami kenaikan sebesar 12,35 % dibandingkan tahun sebelumnya. Penggunaan media sosial ini adalah untuk penyebaran informasi dan layanan.<sup>7</sup>

Platform sosial media yang sering dipakai oleh masyarakat adalah *Whatsapp*, disusul dengan *Facebook*, *Youtube*, *Instagram*, *Telegram*, *Twitter* dan *Line*. Namun yang tak kalah menarik media sosial yang sering dipakai dan mudah digunakan bagi kalangan muda adalah *instagram*. Pada penelitian ini, peneliti lebih fokus terhadap aplikasi *instagram* yang dapat digunakan sebagai tempat untuk mencari dan menyebarkan informasi.

Terhitung bulan Oktober tahun 2022 *user* Instagram di Indonesia mencapai 97,38 juta jiwa. Terjadi peningkatan sebesar 7% dari tahun sebelumnya.<sup>8</sup> Hal tersebut yang menyebabkan Indonesia menduduki posisi yang ke empat dengan pengguna terbesar di dunia. Instagram merupakan media sosial yang memberikan layanan berupa gambar, video (*reels*), dan komunikasi secara online. Hal tersebut menjadi kesempatan yang besar yang

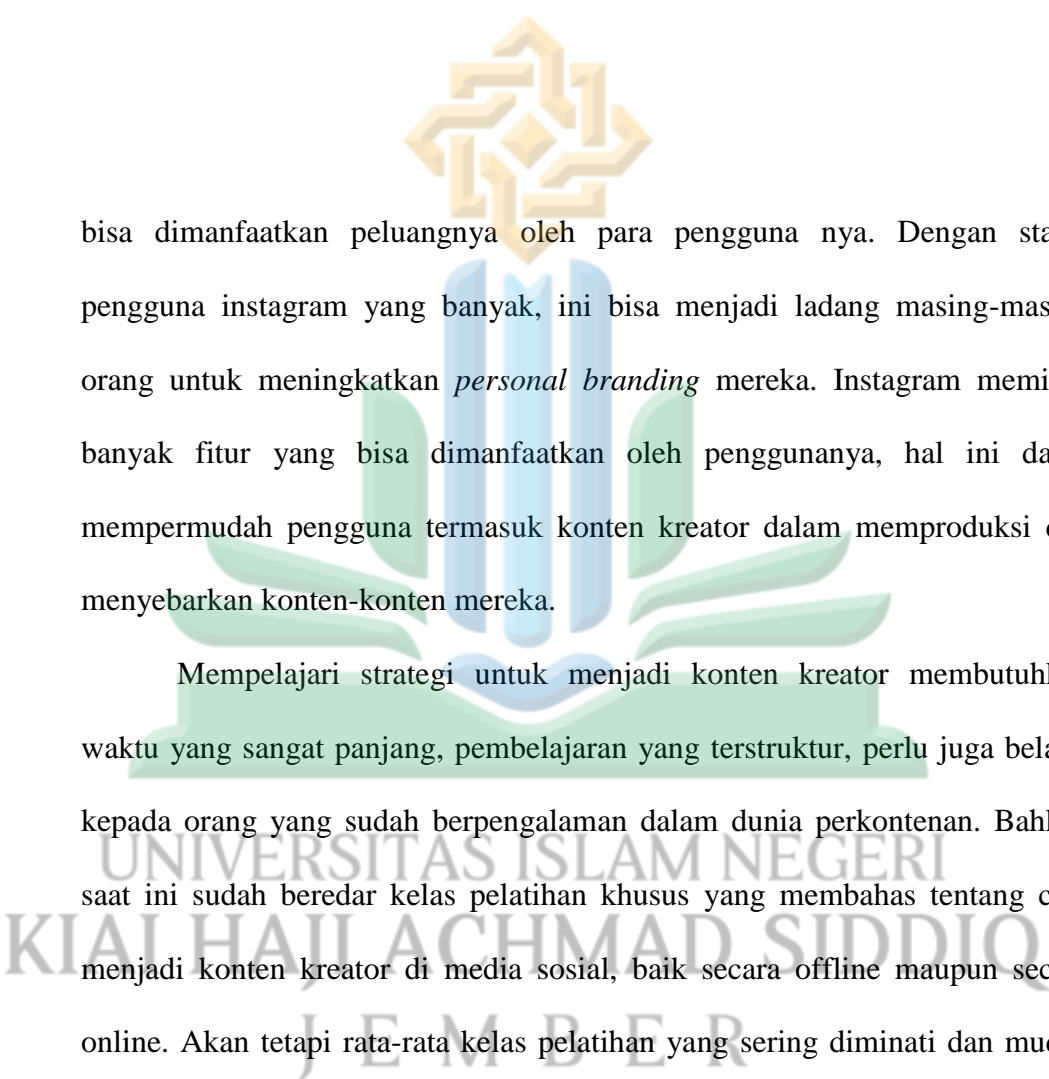
---

<sup>6</sup> Adi Ahdiat, "Mayoritas Warga RI cari Informasi di Media Sosial," <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/07/mayoritas-warga-ri-cari-informasi-di-media-sosial>, diakses pada 7 September 2022

<sup>7</sup> Nasrul Rizal, "Informasi Berbasis Media Sosial pada Perpustakaan Digital", *Jurnal Pari*, Vol. 8, No. 1 (2022): 55

<sup>8</sup> Monavi Ayu Rizaty, "Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia", <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022> diakses pada 28 November 2022





bisa dimanfaatkan peluangnya oleh para pengguna nya. Dengan status pengguna instagram yang banyak, ini bisa menjadi ladang masing-masing orang untuk meningkatkan *personal branding* mereka. Instagram memiliki banyak fitur yang bisa dimanfaatkan oleh penggunanya, hal ini dapat mempermudah pengguna termasuk konten kreator dalam memproduksi dan menyebarkan konten-konten mereka.

Mempelajari strategi untuk menjadi konten kreator membutuhkan waktu yang sangat panjang, pembelajaran yang terstruktur, perlu juga belajar kepada orang yang sudah berpengalaman dalam dunia perkontenan. Bahkan saat ini sudah beredar kelas pelatihan khusus yang membahas tentang cara menjadi konten kreator di media sosial, baik secara offline maupun secara online. Akan tetapi rata-rata kelas pelatihan yang sering diminati dan mudah untuk dilakukan adalah kelas pelatihan secara online. Kelas online kini menjadi solusi dan tak kalah banyak peminatnya dibanding kelas offline. Kelas online terkesan fleksibel, dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun. Salah satu contoh kelas pelatihan tentang cara menjadi konten kreator adalah *Content Academy*.

*Content Academy* merupakan sebuah *platform* yang menjadi wadah untuk belajar menjadi konten kreator. *Content Academy* didirikan oleh PT. Muda Cuma Sekali pada tahun 2020 yang dipelopori oleh beberapa konten creator yang sudah mahir dibidangnya, diantaranya Aldio Pramudya

@mudacumasekali, Yudha Alfarizky @alphaworks.id, Andrian @introvertgaul dan Hendro @gabutdikantor.<sup>9</sup>

*Content Academy* menyediakan kelas online khusus bagi siapapun yang ingin menjadi konten kreator, nama kelasnya yaitu “*Instagram Hack*”. Namun di *Content Academy* juga menyediakan kelas lain sebagai penunjang kita untuk menjadi konten kreator, diantaranya adalah *Mobile Vlogger Mastery* (kelas yang membahas tentang cara mahir edit video hanya pakai HP), *Editing Video Mastery* (kelas yang membahas tentang cara mahir edit video melalui Laptop/PC), Klinik Canva (kelas yang membahas tentang desain grafis di canva) dan *Webinar Hack* (yang membahas seputar kiat-kiat memanfaatkan webinar menjadi ladang cuan).<sup>10</sup>

Berdiri selama 2 tahun kini kelas *instagram hack* memiliki kurang lebih 7.500 member. Tentunya bukan jumlah yang sedikit untuk sebuah kelas online yang pesertanya terhitung umurnya masih muda. *Instagram Hack* menjadi kelas yang paling banyak diminati oleh para member. Namun berdasarkan data yang diamati oleh peneliti, beberapa diantaranya juga bergabung ke kelas yang lain sesuai dengan keinginan mereka.

Berkat adanya kelas ini banyak para alumni kelas *instagram hack* yang telah sukses menjadi konten kreator dengan followers yang varian, mulai 10K hingga 310K. Bahkan tak sedikit konten kreator yang sudah membooming di Indonesia, seperti @urrofi videographer yang saat ini juga memiliki kelas

<sup>9</sup> Sindonews, “Content Academy.”,

<https://tekno.sindonews.com/read/714803/207/content-academy-tempat-ngajarin-cara-bikin-konten-di-media-sosial-jadi-cuan-1647435814> diakses pada 28 November 2022

<sup>10</sup> contentacademy.id, <https://contentacademy.id/> diakses pada 15 Januari 2022



online sendiri, @kampusvisual fotografer yang sering bergabung dengan fotografer profesional di Indonesia, @ezraalfatah bahas skripsi yang hingga sekarang dapat menerbitkan beberapa buku yang bisa memotivasi para mahasiswa untuk menyelesaikan skripsinya dan @bahasvideo videografer yang cukup ngedit pakai *smartphone* bahkan dia saat ini juga masih menduduki bangku kuliah.

Ada yang menarik dari *Content Academy*, karena untuk mencapai itu semua tentunya perlu strategi yang tepat. *Content Academy* memiliki strategi khusus untuk memberdayakan membeinya supaya menjadi konten kreator yang sukses. Pembelajaran tentang cara menjadi konten kreator ini dapat diakses melalui web *Content Academy*. Fasilitas yang diberikan pun juga relatif banyak mulai dari grup komunitas, live mentoring dengan jaminan konsultasi seumur hidup. Hal tersebut menjadi titik poin khusus dalam pembahasan di penelitian ini. Beranjak dari hal inilah peneliti mengangkat sebuah judul “Strategi Program *Instagram Hack* dalam Menciptakan Kreator Muda di *Content Academy*”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti mengambil fokus penelitian berupa :

1. Bagaimana strategi yang diterapkan oleh mentor program *Instagram Hack* dalam menciptakan kreator muda di *Content Academy*?

2. Bagaimana langkah yang diterapkan oleh mentor program *Instagram Hack* dalam membantu mengatasi permasalahan yang terjadi pada konten kreator di *Content Academy*?
3. Bagaimana langkah yang dilakukan oleh mentor program *Instagram Hack* dalam menyikapi siklus perkembangan media sosial demi terciptanya creator muda di *Content Academy*?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan target tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian ini. Tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.<sup>11</sup> Maka tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

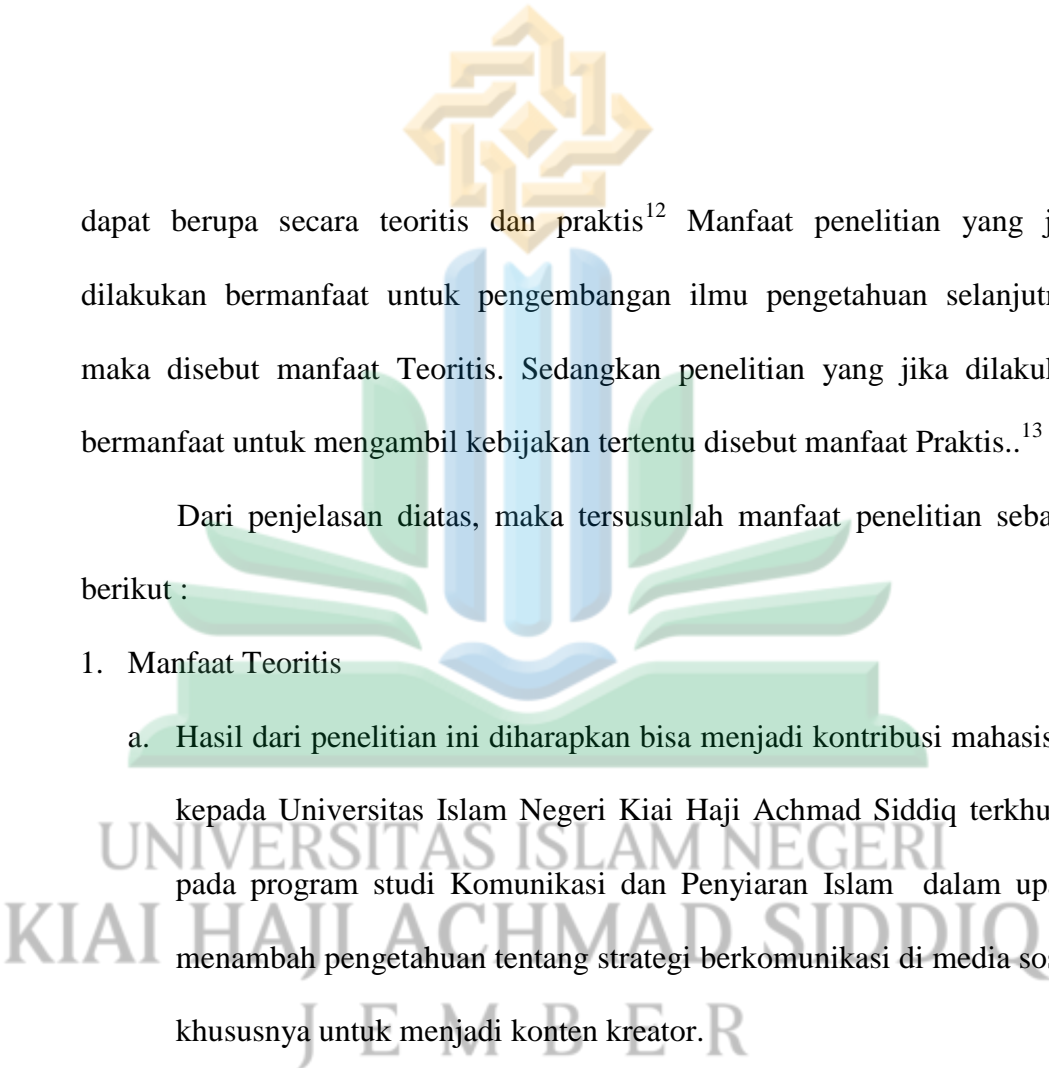
1. Mengetahui strategi apa yang diterapkan oleh mentor program *Instagram Hack* dalam menciptakan kreator muda di *Content Academy*.
2. Mengetahui langkah yang diterapkan oleh mentor program *Instagram Hack* dalam membantu mengatasi permasalahan yang terjadi pada konten kreator di *Content Academy*.
3. Mengetahui langkah yang dilakukan oleh mentor program *Instagram Hack* dalam menyikapi siklus perkembangan media sosial demi terciptanya creator muda di *Content Academy*.

### D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Dalam kegunaannya, manfaat penelitian

---

<sup>11</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember* (Jember, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021), 45.



dapat berupa secara teoritis dan praktis<sup>12</sup> Manfaat penelitian yang jika dilakukan bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan selanjutnya maka disebut manfaat Teoritis. Sedangkan penelitian yang jika dilakukan bermanfaat untuk mengambil kebijakan tertentu disebut manfaat Praktis..<sup>13</sup>

Dari penjelasan diatas, maka tersusunlah manfaat penelitian sebagai berikut :

#### 1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi kontribusi mahasiswa

kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq terkhusus pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam upaya menambah pengetahuan tentang strategi berkomunikasi di media sosial khususnya untuk menjadi konten kreator.

- b. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa, dosen, yang berkeinginan untuk berkarir menjadi konten kreator di media sosial, baik di Instagram, YouTube, TikTok dan media sosial lainnya.

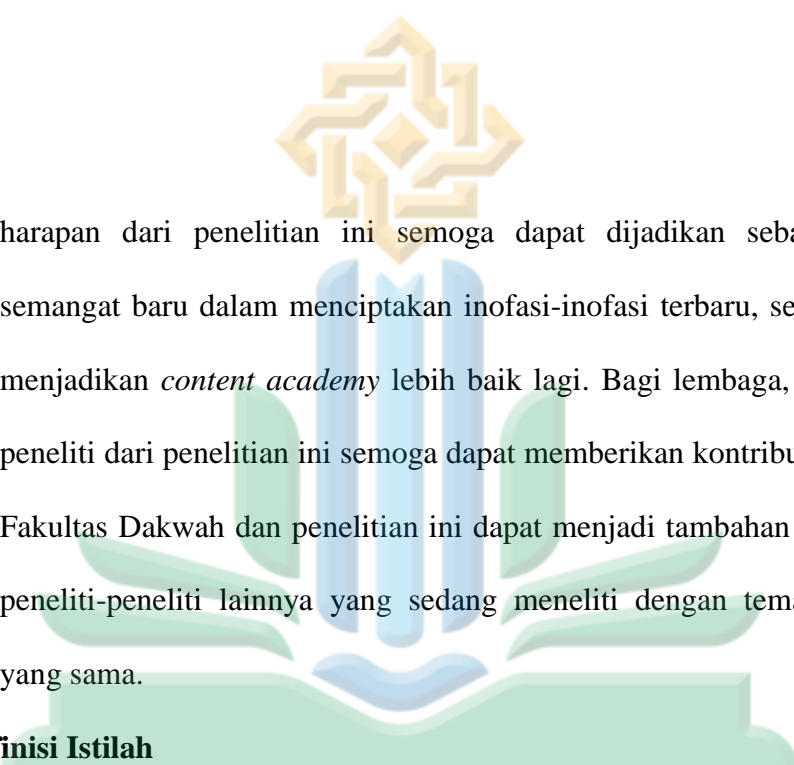
#### 2. Manfaat Praktis

Harapan peneliti terhadap penelitian ini semoga dapat menjadi penambah wawasan mendalam tentang strategi untuk menjadi konten kreator dan dapat mengatasi permasalahan dengan baik apabila terdapat kesalahan yang serupa dengan apa yang ditulis. Bagi *content academy*,

---

<sup>12</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember*, 46

<sup>13</sup> Salim dan Syahrur, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung, Citapustaka Media, 2012), 196



harapan dari penelitian ini semoga dapat dijadikan sebagai pemacu semangat baru dalam menciptakan inofasi-inofasi terbaru, sehingga dapat menjadikan *content academy* lebih baik lagi. Bagi lembaga, harapan dari peneliti dari penelitian ini semoga dapat memberikan kontribusi nyata bagi Fakultas Dakwah dan penelitian ini dapat menjadi tambahan rujukan oleh peneliti-peneliti lainnya yang sedang meneliti dengan tema dan kajian yang sama.

## **E. Definisi Istilah**

### **1. Strategi Program**

Strategi bisa dikatakan sebuah perencanaan dalam mencapai suatu tujuan. Setiap orang, organisasi maupun perusahaan pasti memiliki strategi yang beraneka macam sesuai dengan kebutuhan dan keinginan terhadap tujuan yang dicapai. Strategi bisa menjadi dampak baik apabila dilakukan dengan tepat dan penuh kehati-hatian, bisa juga menjadi dampak buruk apabila strategi itu dilakukan secara asal-asalan.

Sebuah program juga tentu memiliki strategi dalam masa pencapaian tujuannya. Strategi ini berkembang dan meningkat seiring dengan situasi dan kondisi yang terjadi. Proses strategi tidak hanya meliputi pada perumusan konsep, implementasi saja akan tetapi juga disertai dengan evaluasi untuk mengukur sejauh mana strategi tersebut berjalan.

## 2. *Instagram Hack*

Instagram ialah aplikasi media sosial yang memiliki peminat paling banyak di kalangan millennial. Instagram memiliki fitur yang beragam sehingga memudahkan penggunanya dalam melakukan proses interaksi di dunia publik. Setiap aplikasi yang diciptakan tentunya memiliki aturan dan algoritma tersendiri.

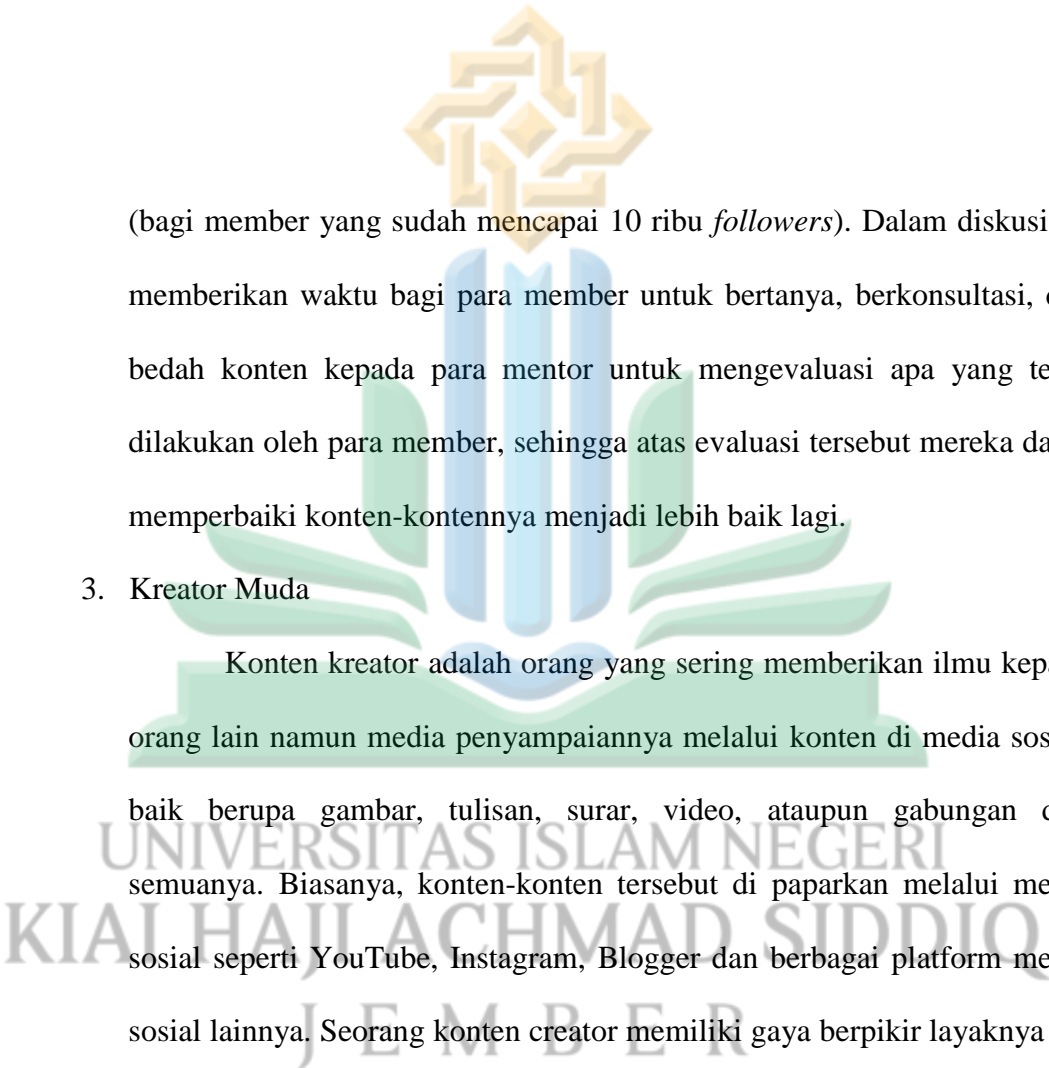
*Instagram Hack* adalah salah satu program yang membahas seputar aturan dan algoritma di instagram. *Instagram hack* merupakan program

unggulan yang dihadirkan oleh *Content Academy*. Program satu-satunya yang membahas tentang kiat-kiat untuk memulai menjadi konten kreator.

Teknik, konsep, dan strategi yang diajarkan oleh para mentor menjadikan program ini memiliki banyak peminat.

*Instagram Hack* menerapkan sistem member, bagi siapapun yang telah mendaftar akan mendapat fasilitas program yang telah disediakan. Pendaftaran program ini cukup dengan membayar satu kali untuk selamanya. Fasilitas program yang disediakan beragam, fasilitas utamanya adalah video penjelasan yang dijelaskan langsung oleh mentor utama yaitu Aldio Pramudya @mudacumasekali, ada sekitar 313 video yang siap disajikan termasuk rekaman live diskusi tiap minggunya dan itu akan diupdate seterusnya.

Sebagai penguat *mindset* para member, program ini juga mengadakan program penunjang yaitu *live discussion* setiap hari jumat, diskusi bareng mentor utama setiap tanggal 10 dan 21, diskusi kelas bisnis



(bagi member yang sudah mencapai 10 ribu *followers*). Dalam diskusi ini memberikan waktu bagi para member untuk bertanya, berkonsultasi, dan bedah konten kepada para mentor untuk mengevaluasi apa yang telah dilakukan oleh para member, sehingga atas evaluasi tersebut mereka dapat memperbaiki konten-kontennya menjadi lebih baik lagi.

### 3. Kreator Muda

Konten kreator adalah orang yang sering memberikan ilmu kepada orang lain namun media penyampaiannya melalui konten di media sosial, baik berupa gambar, tulisan, surar, video, ataupun gabungan dari semuanya. Biasanya, konten-konten tersebut di paparkan melalui media sosial seperti YouTube, Instagram, Blogger dan berbagai platform media sosial lainnya. Seorang konten creator memiliki gaya berpikir layaknya dia jadi audiens.

Kreator muda yang dimaksud peneliti adalah konten kreator yang usianya tidak mencapai 40 tahun. Generasi muda bisa disebut sebagai generasi millennial yang sangat paham dengan teknologi yang berkembang saat ini. Karena pada generasi ini masih memiliki jiwa ingin belajar dan memiliki ide kreatif yang tinggi.

### 4. *Content Academy*

*Content Academy* adalah sebuah platform milik komunitas yang berfokus pada peningkatan skill digital yang dibutuhkan saat ini. Dalam platform ini telah menghadirkan program-program yang relative beragam, mulai dari *instagram hack*, *mobile vlogger mastery*, *editing video mastery*,



*webinar hack*, klinik canva. Dari masing-masing program tersebut diisi dan dimentori oleh orang yang ahli pada bidangnya.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Dalam sistematika pembahasan ini peneliti jabarkan alur pembahasan penelitian skripsi mulai dari bab pendahuluan hingga pada bab penutup, untuk itu skripsi ini terdiri dari lima bab, diantaranya sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN.**

Pada bab ini, peneliti memberikan gambaran untuk memberikan pola pemikiran bagi keseluruhan isi. Maka diuraikan struktur diantaranya tentang konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan.

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Pada bab ini, peneliti menjabarkan terkait penelitian terdahulu dan kajian teori. Menjelaskan penelitian yang pernah dijadikan sebagai rujukan dalam melakukan penelitian skripsi ini. Selain itu, di bagian ini juga terdapat pembahasan teori-teori yang berkaitan dengan fokus penelitian yang sudah tertera.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab bab ini, peneliti menguraikan terkait proses yang dilakukan terhadap proses penelitian ini. Seperti pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap penelitian.



#### **BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

Pada bab ini hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Meliputi gambaran objek penelitian, penyajian data dan analisis, dan pembahasan temuan terkait dengan hasil perolehan data. Pada skema ini dijabarkan terkait jawaban dari fokus penelitian yang telah disusun.

#### **BAB V KESIMPULAN**

Bab terakhir ini, peneliti mengambil benang merah dari penelitian ini untuk menjawab fokus penelitian yang tercantum dan kemudian dilanjutkan dengan saran-saran yang berdampak bagi kedepannya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Beberapa studi sebelumnya yang relevan dengan tema penelitian ini adalah :

Berdasarkan penelitian terdahulu yang pertama, seorang konten kreator menciptakan kontennya dengan memperhatikan ketertarikan dan permasalahan yang dialami oleh anak muda masa kini, dengan menghadirkan visual yang menarik dan menggunakan kata-kata yang ringan serta mudah dipahami. Dalam peran sebagai konten kreator, mereka memanfaatkan strategi pemasaran komunikasi untuk menarik perhatian audiens dan pengikutnya agar tetap terhubung dengan konten yang disajikan, melalui publikasi konten yang menarik serta mudah dicerna.<sup>14</sup>

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang kedua, hasilnya terbagi dalam tiga tahapan utama. Tahap pertama, yaitu praproduksi program, terdiri dari tiga strategi utama: riset, perencanaan, dan konsep program. Tahap kedua, produksi program, melibatkan tiga strategi: penyusunan visual, proses pengambilan gambar, stok shoot, taping, dan improvisasi oleh pemain. Tahap ketiga, pascapenayangan program, mencakup tiga strategi juga, yaitu

---

<sup>14</sup> Ghani Rizqan Akbar, "Strategi Komunikasi Konten kreator Berdakwah di Instagram (Studi Kasus Pada Akun Instagram @sharehappinessid)" (Skripsi, UIN Pasundan, Bandung, 2021), 1.

perubahan format, penambahan materi atau segmen baru, dan penyesuaian jam tayang.<sup>15</sup>

Yang ketiga berdasarkan penelitian terdahulu. Hasil pembahasan dalam penelitian ini yaitu dari 13 konsep strategi kreatif yaitu target penonton, bahasa naskah, format acara, *puching line*, *gimmick* dan *funfare*, *clip hanger*, *tune* dan *bumper*, penataan artistic, music dan fashion, ritme dan birama, logo dan music track untuk id tune, *general rehearsal*, *interactive program*. Namun konten kreator Bagus Suhartawan tidak menerapkan semuanya dalam pembuatan konten video dakwahnya, karena dalam proses pembuatan konten tidak serumit proses produksi televise. Proses produksi konten video dakwah instagram @bagussuhar mengadopsi konsep produksi televise dimana proses produksi terbagi kedalam tiga tahapan yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.<sup>16</sup>

Yang ke empat berdasarkan penelitian terdahulu Nabila. Strategi Konten Kreator @kak.jefri menggunakan tiga tahapan proses strategi yaitu, perumusan strategi, pelaksanaan strategi, dan evaluasi strategi.<sup>17</sup>

Yang kelima berdasarkan penelitian terdahulu Muamaroh. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan strategi kreatif muslimahdaily.com mencakup 4 dimensi komsep kreatif Mell Rhodes yaitu, *person*, *press*, *process* dan *product*. *Brainstorming*, riset dan pembuatan naskah menjadi

---

<sup>15</sup> Pratika Diyah Vivanda, "Strategi Program Dalam Upaya Mempertahankan Rating Pada Program *Talk Show* "CERIWIS" TRANS TV" (Skripsi, Institut Seni Indonesia, 2014), 1.

<sup>16</sup> Naili Amalia, "Strategi Kreatif Kreator Konten dalam Memproduksi Konten Video Dakwah di Instagram @bagussuhar" (Skripsi, UIN SUSKA Riau, 2021), 1

<sup>17</sup> Nabila Aisyah Putri, "Strategi Konten Kreator dalam Memproduksi Video Dakwah di Akun Tiktok @kak.jefri" (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2022)

proses penting dalam perumusan strategi dan diimplementasikan melalui adegan dialog, serta meliputi scenario, sinematografi, artistic dan music.<sup>18</sup>

Berdasarkan pemaparan penelitian terdahulu di atas peneliti membedah strategi yang diterapkan dalam program *instagram hack* agar semakin banyak kreator muda bisa sukses untuk menjadi konten kreator.

Tabel 2.1  
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Ghani Rizqan Akbar	Strategi Komunikasi Konten kreator Berdakwah di Instagram (Studi Kasus Pada Akun Instagram @sharehappinesid).	Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama mengulas tentang strategi, sama-sama menggunakan metode kualitatif dan menggunakan metode studi kasus dan yang diteliti juga sama. menggunakan media sosial <i>instagram</i> .	Objek yang diteliti merupakan seorang konten creator. Sedangkan milik peneliti yang diteliti adalah strategi yang disampaikan melalui pesan yang ada dalam video kelas
2	Pratika Diyah Vivanda	Strategi Program Dalam Upaya Mempertahankan Rating Pada Program <i>Talk Show</i> "CERIWIS" TRANS TV.	Persamaan yang ada pada peneliti adalah penelitian ini sama-sama meneliti strategi sebuah program yang sama-sama menggunakan deskriptif kualitatif.	Perbedaan yang ada pada program yang diteliti. Penelitian ini meneliti program 16elevise, sedangkan penelitian peneliti meneliti program suatu kelas konten

<sup>18</sup> Muamaroh, "Strategi Kreatif Muslimahdaily.com dalam Mengemas Konten Dakwah melalui Film Islami Embun Hijrah" (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021), 1.

				<p>kreator. Milik peneliti menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.</p>
3	Naili Amalia	Strategi Kreatif Kreator Konten dalam Memproduksi Konten Video Dakwah di Instagram @bagussuhar	Persamaan yang ada pada skripsi strategi konten kreator di media sosial.	<p>Sedangkan perbedaannya dalam penelitian ini lebih terfokus pada konten kreatornya, sedangkan milik peneliti meneliti strategi program yang diajarkan. Teori yang dipakai adalah teori new media</p>
4	Nabila Aisyah Putri	Strategi Konten Kreator dalam Memproduksi Video Dakwah di Akun Tiktok @kak.jefri	Persamaan dari penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan Analisis Teks ( <i>Content Analyst</i> )	<p>Perbedaan yang ada dalam penelitian ini adalah peneliti lebih fokus untuk meneliti konten creator di platform tiktok.</p>
5	Muamaroh	Strategi Kreatif muslimahdaily.com dalam Mengemas Konten Dakwah melalui Film Islami Embun Hijrah.	Persamaan yang ada dalam penelitian ini adalah melalui wawancara, observasi dan dokumentasi	<p>Perbedaan dalam penelitian ini lebih berfokus pada kreativitas konten kreatornya.</p>

Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti, peneliti lebih fokus terhadap langkah mentor *Instagram Hack* dalam menciptakan konten kreator. Dari hasil tersebut akan dianalisis dan dikaitkan berdasarkan teori yang ada. Selain itu, peneliti juga ingin mengetahui langkah dalam penyelesaian masalah yang dialami oleh member sehingga member mampu berkembang dan melewatinya dengan baik. Terakhir peneliti akan meneliti langkah mentor dalam mempelajari informasi *update* tentang media sosial terutama instagram. Hasil itu semua akan dipaparkan dan dijelaskan oleh peneliti pada bab IV dan V pada skripsi ini.

## B. Kajian Teori

### 1. Strategi Program

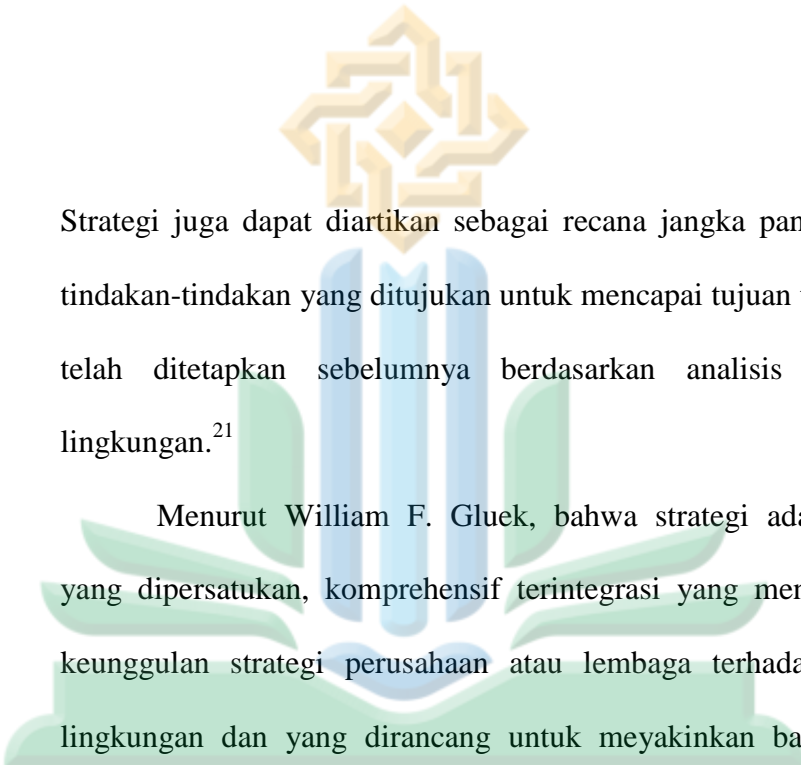
#### a. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*angein*” yang berarti pemimpin. Clausewitz menyatakan bahwa strategi merupakan seni pertempuran untuk memenangkan perang. Strategi secara umum didefinisikan sebagai cara mencapai tujuan.<sup>19</sup>

Menurut Stephanie K Marrus, strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu acara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.<sup>20</sup>

<sup>19</sup> Nabila Aisyah Putri, “Strategi Konten Kreator dalam Memproduksi Video Dakwah di Akun Tiktok @kak.jefri” (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2022), 19

<sup>20</sup> Abd. Rahman Rahim dan Enny Radjab, “Manajemen Strategi” (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017), 4.



Strategi juga dapat diartikan sebagai rencana jangka panjang dengan tindakan-tindakan yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan analisis pengamatan lingkungan.<sup>21</sup>

Menurut William F. Gluek, bahwa strategi adalah rencana yang dipersatukan, komprehensif terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan atau lembaga terhadap tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk meyakinkan bahwa sasaran

dasar perusahaan akan dicapai dengan pelaksanaan yang tepat oleh organisasi tertentu.<sup>22</sup>

Berdasarkan pemaparan para ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa strategi menjadi hal yang terpenting dalam menggapai sebuah tujuan. Tujuan tidak akan tercapai dengan baik apabila dilaksanakan tanpa strategi yang tepat. Strategi perlu disusun dengan memperhatikan lingkungan dan kondisi yang ada. Sehingga jika hal yang tidak diinginkan terjadi kebelakangnya dapat diatasi dengan baik dan bijak.

Jika dalam media penyiaran, menurut Morissan kesuksesan suatu program ditentukan oleh kemampuan khalayaknya<sup>23</sup> Khalayak adalah pasar yang harus kita ketahui kebutuhannya mereka,

<sup>21</sup> Mimin Yatminiwati, "Manajemen Strategi" (Lumajang: Widyagama Press, 2019), 3

<sup>22</sup> Sondang Siagian, "Analisis Serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi" (Jakarta: PT. Gunung Agung, 1989), 17.

<sup>23</sup> Pratika Diyah Vivanda, "Strategi Program Dalam Upaya Mempertahankan Rating Pada Program Talk Show "CERIWIS" TRANS TV" (Skripsi, Institut Seni Indonesia, 2014), 24



keinginannya mereka sehingga kita dapat memiliki rencana kira-kira apa yang akan disampaikan kepada khalayak.

Menurut Koler dalam bukunya Morissan, langkah-langkah yang digunakan untuk merebut khalayak dari persaingan pasar tersebut terdiri dari tiga<sup>24</sup>, yaitu :

1) *Segmentasi*

*Segmentasi* khalayak pada dasarnya adalah suatu strategi untuk memahami struktur khalayak.

2) *Targeting*

*Targeting* adalah target khalayak adalah persoalan bagaimana memilih, menyeleksi, dan menjangkau khalayak sasaran.

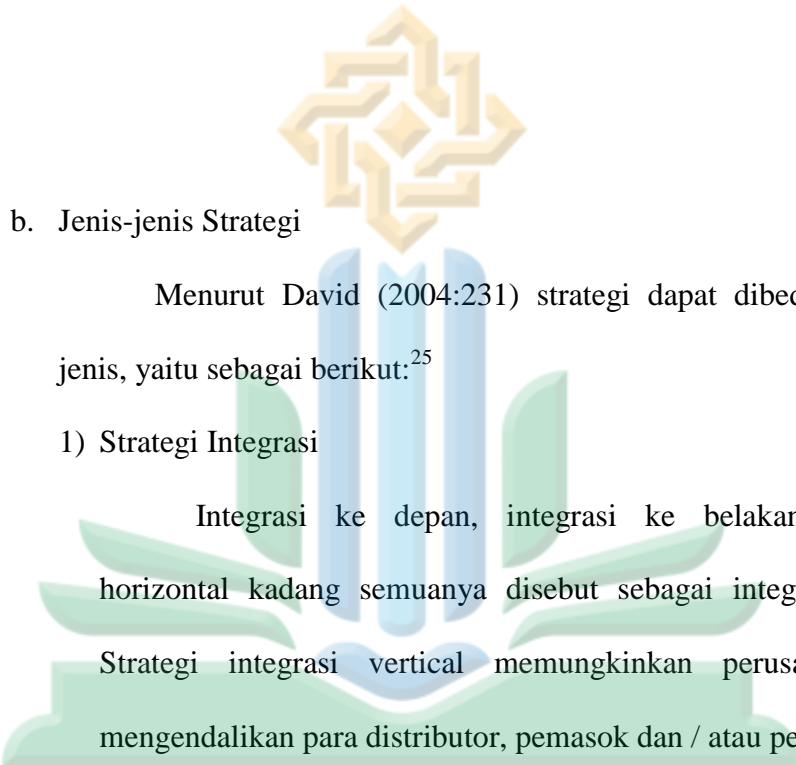
3) *Positioning*

*Positioning* adalah strategi komunikasi yang berhubungan dengan bagaimana khalayak menempatkan suatu produk, merek atau perusahaan di dalam otaknya, di dalam alam hayalnya, sehingga khalayak memiliki penilaian tertentu.

Menerapkan langkah-langkah di atas dapat mempermudah pencapaian kesuksesan dalam suatu program, jika program tersebut berkaitan dengan khalayak sebagai konsumen. Namun dalam langkah ini tentunya harus melalui fase riset terlebih dahulu untuk mengetahui kira-kira apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh khalayak, sehingga kedepan kita tau langkah apa yang harus dilakukan.

---

<sup>24</sup> Pratika Diyah Vivanda, Strategi Program, 25



b. Jenis-jenis Strategi

Menurut David (2004:231) strategi dapat dibedakan atas 5 jenis, yaitu sebagai berikut:<sup>25</sup>

1) Strategi Integrasi

Integrasi ke depan, integrasi ke belakang, integrasi horizontal kadang semuanya disebut sebagai integrasi vertical. Strategi integrasi vertical memungkinkan perusahaan dapat mengendalikan para distributor, pemasok dan / atau pesaing.

2) Strategi Intensif

Penetrasi pasar, dan pengembangan produk kadang disebut sebagai strategi intensif karena semuanya memerlukan usaha-usaha intensif jika posisi persaingan perusahaan dengan produk yang ada hendak ditingkatkan.

3) Strategi Diversifikasi

Terdapat tiga jenis strategi diversifikasi, yaitu diversifikasi konsentrik, horizontal, dan konglomerat. Menambah produk atau jasa baru, namun masih terkait biasanya disebut diversifikasi konsentrik. Menambah produk atau jasa baru yang tidak terkait untuk pelanggan yang sudah ada disebut diversifikasi horizontal. Menambah produk atau jasa baru yang tidak disebut diversifikasi konglomerat.

---

<sup>25</sup> Muhammad Arifin, "Strategi Manajemen Perubahan dalam Meningkatkan Disiplin di Perguruan Tinggi", *Jurnal Edutech* 3, no 1 (Maret 2017): 118-119



#### 4) Strategi Defensif.

Disamping strategi integrative, intensif dan diverifikasi, organisasi juga dapat menjalankan strategi rasionalisasi biaya, divestasi atau likuidasi. Rasionalisasi biaya terjadi ketika suatu organisasi melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan asset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun. Kadang disebut sebagai strategi berbalik atau *reorganisasi*, rasionalisasi biaya dirancang untuk memperkuat

kompetensi pembeda dasar organisasi. Selama proses rasionalisasi biaya, perencana strategi bekerja dengan sumber daya terbatas dan menghadapi tekanan dari para pemegang saham, karyawan dan media.

#### 5) Strategi Umum Michael Porter.

Menurut Porter, ada tiga landasan strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif, yaitu keunggulan biaya, diferensiasi dan fokus. Porter menamakan ketiganya strategi umum. Keunggulan biaya menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya per unit sangat rendah untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga. Diferensiasi adalah strategi dengan tujuan membuat produk dan menyediakan jasa yang dianggap unik di seluruh industry dan ditujukan kepada konsumen yang relative tidak terlalu peduli terhadap perubahan

harga. Fokus berarti membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen.

c. Tahapan Strategi.

Strategi juga memerlukan tahapan dalam prosesnya, ada tiga tahapan strategi oleh David diantaranya:<sup>26</sup>

1) Perumusan Strategi.

Perumusan Strategi merupakan tahap awal yang dilakukan. Di dalamnya sudah meliputi pengembangan visi dan misi, identifikasi peluang eksternal organisasi dan ancaman, menganalisa kekuatan dan kelemahan, merumuskan tujuan jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif dan memilih strategi tertentu untuk mencapai tujuan.

2) Implementasi Strategi.

Setelah merumuskan dan memilih strategi yang telah ditetapkan, pada tahap ini melaksanakan strategi dibutuhkan komitmen dan kerjasama dalam pelaksanaan.

3) Evaluasi Strategi dan Pengawasan.

Tahap terakhir dalam strategi adalah evaluasi implementasi strategi. Evaluasi strategi diperlukan karena keberhasilan yang dapat dicapai, dapat diukur untuk menentukan tujuan berikutnya. Tentunya harus ada pengawasan dalam menjalankan strategi.

---

<sup>26</sup> Fred R. David, *Manajemen Strategi dan Konsep*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 18.



d. Pengertian Program.

Program ialah rencana yang telah diolah dengan memperhatikan faktor-faktor kemampuan ruang waktu dan urutan penyelenggaraannya secara tegas dan teratur sehingga menjawab tentang apa, dimana, sejauh mana dan bagaimana.<sup>27</sup>

Menurut Soenarko, ada 3 kategori dalam pengimplementasian suatu program atau kebijaksanaan, yakni:<sup>28</sup>

a) Interpretasi adalah menafsirkan agar program menjadi rencana dan pengarahannya yang tepat dan dapat diterima serta dilaksanakan.

b) Organisasi adalah pembentukan atau penataan kembali sumber daya, unit-unit serta metode untuk menjadikan metode untuk menjadikan program berjalan.

c) Penerapan adalah segala keputusan dan peraturan dengan melakukan kegiatan-kegiatan untuk terealisasinya tujuan kebijakan tersebut.

2. Konten Kreator.

a. Pengertian Konten Kreator.

Konten kreator adalah orang yang membuat sebuah konten, berupa tulisan, gambar, video, suara, ataupun gabungan dari dua atau

---

<sup>27</sup> Soenarko, *Public Policy Pengertian Pokok untuk Memahami dan Analisa Kebijakan Pemerintah*, (Surabaya: Universitas Airlangga, 2000), 139

<sup>28</sup> Soenarko, *Public Policy*, 187

lebih materi. Konten tersebut dibuat untuk media, khususnya media digital seperti Instagram, Youtube, Tiktok dan media sosial lainnya.<sup>29</sup>

Konten kreator adalah kegiatan menyebarkan informasi yang ditransformasikan ke dalam sebuah gambar, video dan tulisan atau disebut sebagai sebuah konten, yang kemudian konten tersebut disebarkan melalui platform dan salah satunya adalah media sosial Instagram. Seiring berjalannya waktu, kini konten kreator perlu memiliki keahlian khusus.<sup>30</sup>

#### b. Tugas Konten Kreator.

Ada beberapa tugas konten kreator yang harus dilakukan yaitu sebagai berikut :<sup>31</sup>

- 1) Mengumpulkan ide, data, melakukan riset serta membuat konsep untuk menghasilkan suatu konten.
- 2) Menghasilkan konten yang sesuai dengan identitas dan branding yang diinginkan.
- 3) Berusaha memenuhi tujuan yang disepakati dari sebuah konten.

Misalnya tujuan promosi, edukasi, menghibur atau memberi informasi.

<sup>29</sup> Grewsia Indah Putri, Diah Ayu Chandraningrum, "Pemanfaatan Social Traffic untuk Meningkatkan Page Views pada Video Gagasan Isengin Acil! Leri Marah di Akun Youtube dan Instagram Dalam Pelu", *Jurnal Prologia* 3, no. 2 (Desember 2019) : 520.

<sup>30</sup> Yusti Amalia Sundawa, Wulan Trigartanti, "Fenomena Content Creator di Era Digital", *Jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat* 4, no. 2, (2018) : 438.

<sup>31</sup> Yusti Amalia Sundawa, Wulan Trigartanti, "Fenomena Content Creator di Era Digital", 439.

4) Menyesuaikan konten dengan platform yang dipilih. Dalam hal ini, seorang konten kreator bisa menghasilkan karya untuk multiplatform.

5) Mengevaluasi konten yang telah ditayangkan.

### 3. Penyelesaian masalah.

#### a. Pengertian masalah.

Greeno (1978) mencatat bahwa kaum psikolog aliran Gestalt misalnya mendefinisikan masalah sebagai situasi dimana terdapat

kesenjangan atau ketidaksejajaran antar representasi-representasi kognitif. Gagne menyatakan bahwa masalah yang timbul jika tujuan yang telah dirumuskan belum diketahui cara mencapainya. Sedangkan Newell dan Simon, banyak dikutip para pakar sebagian menyatakan bahwa masalah adalah situasi dimana seseorang menginginkan sesuatu tetapi tidak mengetahui secara serta merta serangkaian tindakan yang dapat ia lakukan untuk mencapainya.<sup>32</sup>

#### b. Ragam masalah.

Terdapat beberapa pendapat tentang jenis masalah itu sendiri. Greeno (1978) misalnya menyebut adanya tiga jenis masalah yang meliputi :

1) Masalah-masalah yang berkenaan dengan membangun struktur.

Jenis masalah ini adalah mensyaratkan kemampuan kognitif untuk membangun pemahaman.

<sup>32</sup> Bambang Suteng Sulasamono, "Problem Solving: Signifikansi, Pengertian, dan Ragamnya", Satya Widya 28, no. 2 (Desember 2012) : 158

## 2) Masalah transformasi.

Jenis masalah ini terdapat situasi tertentu dan sebuah tujuan serta serangkaian prosedur untuk menghasilkan perubahan situasi.

## 3) Masalah penataan/pengaturan.

Jenis masalah ini adalah masalah yang mengandung sejumlah unsur dan yang mensyaratkan pemecah masalah untuk mengatur atau menata unsur-unsur itu sesuai dengan kriteria yang

ada.

### c. Pengertian pemecahan masalah.

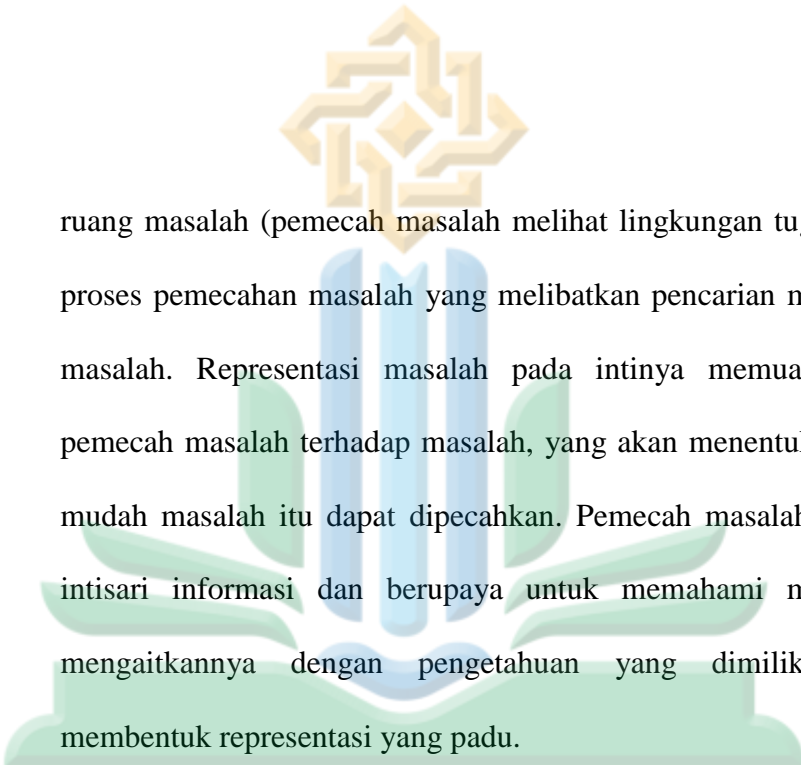
Menurut Marzano (1988) *problem solving* adalah salah satu bagian dari proses berpikir yang berupa kemampuan untuk memecahkan persoalan. Terminologi *problem solving* digunakan secara ekstensif dalam psikologi kognitif, untuk mendeskripsikan semua bentuk dari kesadaran/pengertian/kognisi. Girl (2002) menyatakan bahwa pemecahan masalah adalah proses yang melibatkan penerapan pengetahuan dan keterampilan-keterampilan untuk mencapai tujuan.<sup>33</sup>

### d. Proses pemecahan masalah.

Ge & Land (2004) mencatat bahwa menurut teori pemrosesan informasi, memecahkan masalah yang well-structured mencakup dua proses penting yaitu (a) pembentukan representasi masalah atau

<sup>33</sup> Bambang Suteng Sulasamono, "Problem Solving: Signifikansi, Pengertian, dan Ragamnya", Satya Widya 28, no. 2 (Desember 2012) : 161





ruang masalah (pemecah masalah melihat lingkungan tugas); dan (b) proses pemecahan masalah yang melibatkan pencarian melalui ruang masalah. Representasi masalah pada intinya memuat penafsiran pemecah masalah terhadap masalah, yang akan menentukan seberapa mudah masalah itu dapat dipecahkan. Pemecah masalah mengambil intisari informasi dan berupaya untuk memahami masalah atau mengaitkannya dengan pengetahuan yang dimilikinya untuk membentuk representasi yang padu.

Ge & Land (2004) menemukan proses utama untuk memecahkan masalah *ill-structured* dalam kerangka perancangan yaitu:

- a) Representasi masalah.
- b) Membangun dan memilih solusi.
- c) Membuat pembenaran.
- d) Memonitor dan mengevaluasi tujuan-tujuan dan solusi-solusi.

#### 4. Perkembangan media sosial.

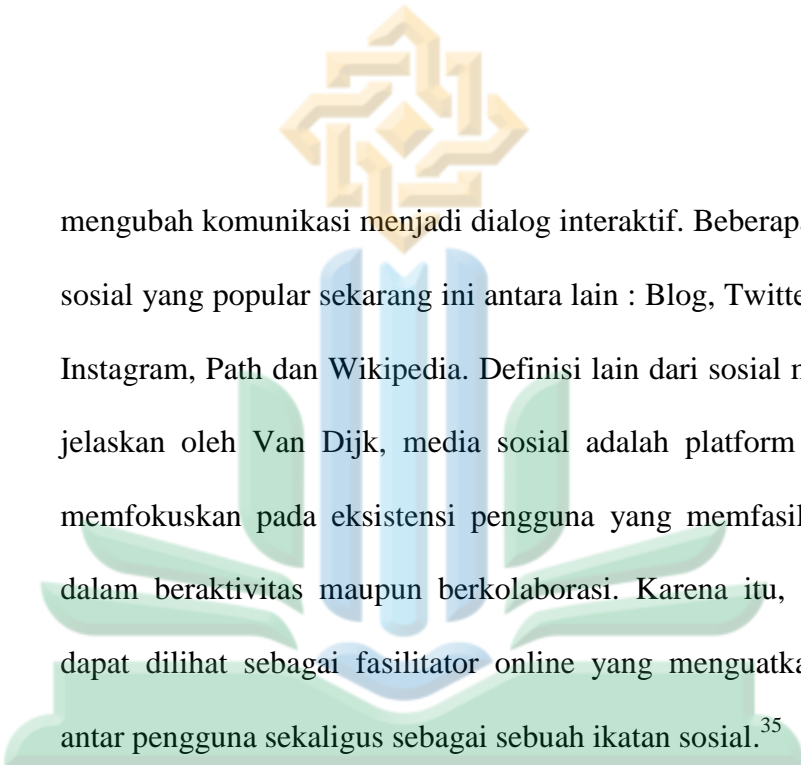
##### a. Pengertian media sosial.

Media sosial yang sering kita ketahui adalah salah satu jejaring laman sosial media yang dapat memungkinkan seseorang untuk saling berkomunikasi ataupun berinteraksi dengan berbagai macam kebutuhan dan keperluan.<sup>34</sup>

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang

---

<sup>34</sup> Michael Haenlein, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*". (Business Horizons, 2010), hal. 59-68



mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain : Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Path dan Wikipedia. Definisi lain dari sosial media juga di jelaskan oleh Van Dijk, media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.<sup>35</sup>

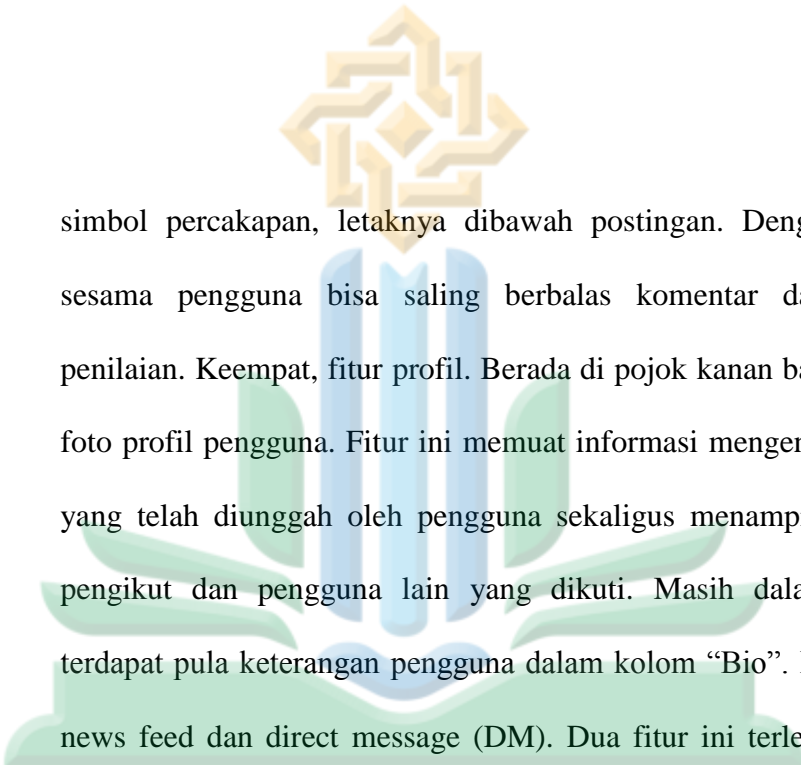
b. Instagram dan Algoritma.

Instagram adalah platform media sosial yang memanfaatkan gambar dan video sebagai konten utama yang disajikan kepada pengguna. Melalui Instagram, pengguna dapat membagikan foto atau video dengan teks atau keterangan yang melengkapi konten tersebut di platform lain. Terdapat lima fitur kunci yang tersedia bagi pengguna dalam Instagram.

Lima fitur tersebut ialah, pertama, fitur Home Page. Ditandai dengan simbol rumah, fungsinya sebagai penampil beranda pengguna, berisi postingan dari orang yang diikuti, postingan promosi, maupun postingan yang memiliki peminatan sama. Kedua, fitur explore. Ditandai dengan simbol kaca pembesar, fungsinya untuk mencari postingan yang diminati dengan bantuan kata kunci atau hastag. Ketiga, fitur like and comment. Ditandai dengan simbol hati/love dan

---

<sup>35</sup> Hendra Junawan, Nurdin Laugu, "Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram, dan Whatsapp ditengah Pandemi Covid-19 dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia", *Jurnal Ilmu Perpustakaan da Informasi* 4, no. 1, (2020) : 44



simbol percakapan, letaknya dibawah postingan. Dengan fitur ini sesama pengguna bisa saling berbalas komentar dan memberi penilaian. Keempat, fitur profil. Berada di pojok kanan bawah dengan foto profil pengguna. Fitur ini memuat informasi mengenai postingan yang telah diunggah oleh pengguna sekaligus menampilkan jumlah pengikut dan pengguna lain yang diikuti. Masih dalam fitur ini, terdapat pula keterangan pengguna dalam kolom “Bio”. Kelima, fitur news feed dan direct message (DM). Dua fitur ini terletak di pojok

kanan atas. Fungsinya untuk memberi informasi kepada pengguna terkait adanya pengikut baru, penyuka postingan, atau juga bila ada yang mengomentari postingan pengguna. Kemudian fitur DM menjadi media perpesanan dua arah antar pengguna secara private.

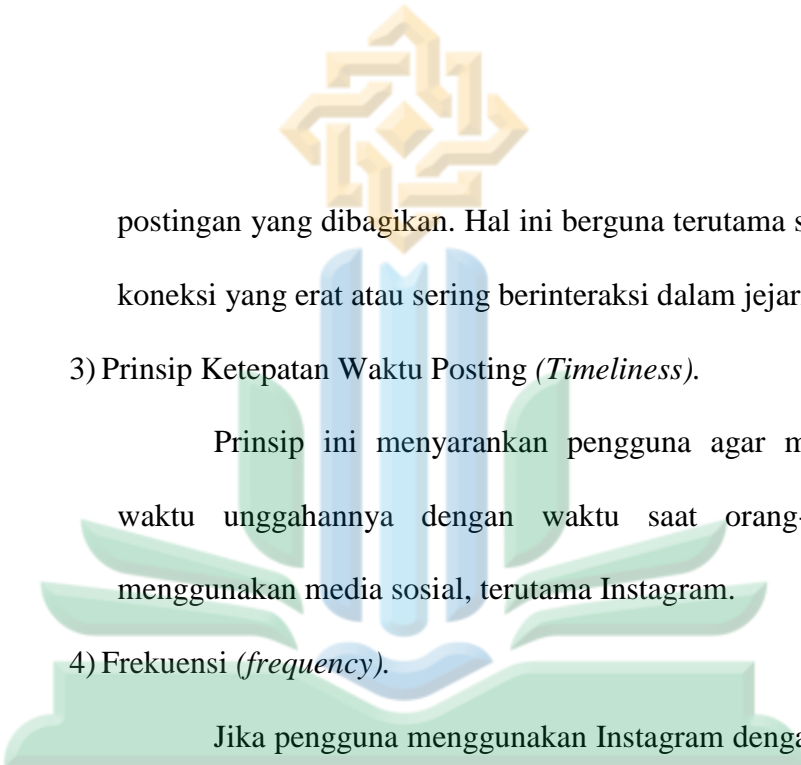
Instagram menerapkan enam prinsip dalam algoritmanya. Ini termasuk prinsip minat pengguna, hubungan antar pengguna, waktu unggahan yang tepat, seberapa sering pengguna melakukan unggahan, pengikut yang diikuti, dan pola penggunaan platform itu sendiri.

#### 1) Prinsip Ketertarikan (*Interest*).

Prinsip ini memerlukan pengguna untuk menunjukkan minat pada jenis postingan tertentu agar jenis konten serupa tersebut dapat muncul di bagian atas timeline.

#### 2) Prinsip Hubungan (*Relationship*).

Prinsip ini membolehkan orang-orang terdekat seperti teman baik, kenalan, atau anggota keluarga untuk melihat



postingan yang dibagikan. Hal ini berguna terutama saat memiliki koneksi yang erat atau sering berinteraksi dalam jejaring sosial.

### 3) Prinsip Ketepatan Waktu Posting (*Timeliness*).

Prinsip ini menyarankan pengguna agar menyesuaikan waktu unggahannya dengan waktu saat orang-orang aktif menggunakan media sosial, terutama Instagram.

### 4) Frekuensi (*frequency*).

Jika pengguna menggunakan Instagram dengan lebih rutin dan sering, platform tersebut akan menampilkan lebih banyak postingan secara kronologis. Sebaliknya, jika pengguna jarang menggunakan Instagram, maka platform tersebut hanya akan menampilkan sedikit feed untuk dilihat.

### 5) Prinsip Mengikuti (*following*).

Kehadiran pengikut yang aktif akan meningkatkan peringkat suatu postingan pengguna, membantu postingan tersebut naik ke bagian atas. Selain itu, kehadiran banyak pengikut aktif juga akan memperbanyak jumlah konten yang muncul dalam feed.

### 6) Prinsip Pemakaian (*Usage*).

Menggunakan Instagram terlalu sering juga tidak dianggap baik bagi pengguna. Prinsip penggunaan ini memperhitungkan durasi waktu yang dihabiskan pengguna dalam

melihat layar Instagram. Penggunaan yang berlebihan dapat menyebabkan penampilan feed yang semakin terbatas.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



### BAB III

## METODE PENELITIAN

### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif, untuk mengambil pendekatan ini dengan alasan penelitian yang berjudul “Strategi Program *Instagram Hack* dalam Menciptakan Kreator Muda di *Content Academy*” ini harus mendeskripsikan masalah dengan baik sehingga bisa dipahami oleh pembaca.

### B. Lokasi Penelitian

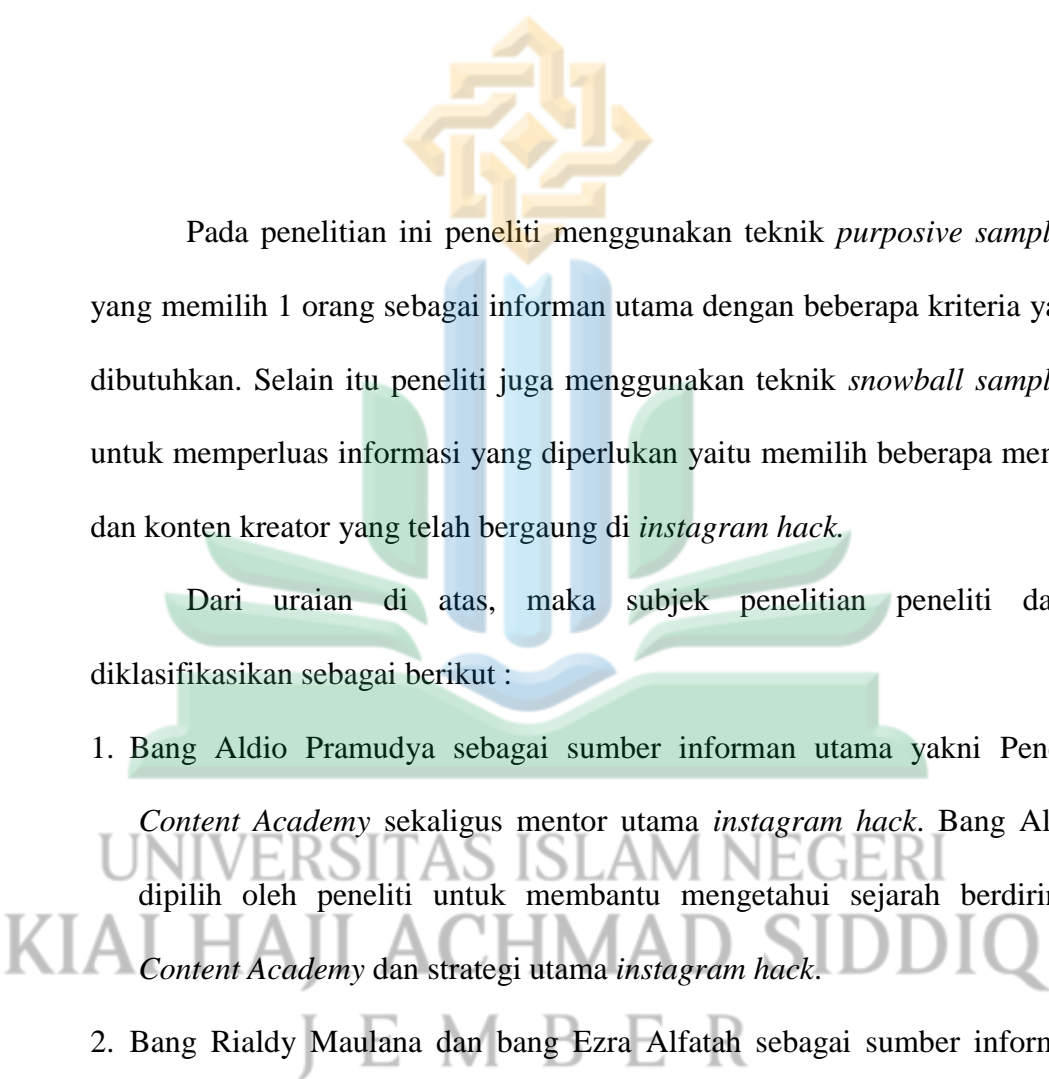
Lokasi penelitian ini sebenarnya ada di kediaman pendiri *Content Academy* yaitu PT. Muda Cuma Sekali yang bertempat di Ruko Fantasy Junction Balikpapan Baru Blok FJ 3 No. 16 Kelurahan Damai Baru, kec. Balikpapan Selatan Kalimantan Timur. Namun dikarenakan sumber informasi tidak berada di satu tempat, maka penelitian ini dilakukan secara online melalui whatsapp dan telegram serta menggunakan media zoom dan google meeting.

### C. Subjek Penelitian

Pada bagian ini dilaporkan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi data apa saja yang diperoleh, siapa yang hendak dijadikan informan atau narasumber, bagaimana data akan dicari dan dijaring sehingga kesahihannya dapat dijamin.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember* (Jember, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021), 47



Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yang memilih 1 orang sebagai informan utama dengan beberapa kriteria yang dibutuhkan. Selain itu peneliti juga menggunakan teknik *snowball sampling* untuk memperluas informasi yang diperlukan yaitu memilih beberapa mentor dan konten kreator yang telah bergaung di *instagram hack*.

Dari uraian di atas, maka subjek penelitian peneliti dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Bang Aldio Pramudya sebagai sumber informan utama yakni Pendiri *Content Academy* sekaligus mentor utama *instagram hack*. Bang Aldio dipilih oleh peneliti untuk membantu mengetahui sejarah berdirinya *Content Academy* dan strategi utama *instagram hack*.
2. Bang Rialdy Maulana dan bang Ezra Alfatah sebagai sumber informan tambahan yakni mentor di *Instagram Hack*. Bang Aldy dan bang Ezra dipilih peneliti untuk memberikan informasi tambahan tentang strategi yang diajarkan dan diterapkan oleh *instagram hack*.
3. Cindy Unggana, Kurniawati, Rivaldo sebagai sumber informan tambahan yakni member *Instagram Hack* (konten kreator) yang sudah memulai atau menerapkan ilmu *instagram hack*. Peneliti memilih 3 member ini untuk membantu memberikan informasi tentang pemahaman (member) konten kreator terhadap strategi yang diajarkan.

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Pada penemuan ini, perlu data lengkap menentukan sebuah hasil penelitian. Data sangat diperlukan sebagai penunjang bahan kajian dilakukan oleh peneliti. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 3 cara yakni:

##### 1. Observasi

Observasi berperan serta dilakukan untuk mengamati obyek penelitian, seperti tempat khusus suatu organisasi, sekelompok orang atau beberapa aktivitas suatu sekolah. Dalam berlangsungnya observasi dapat

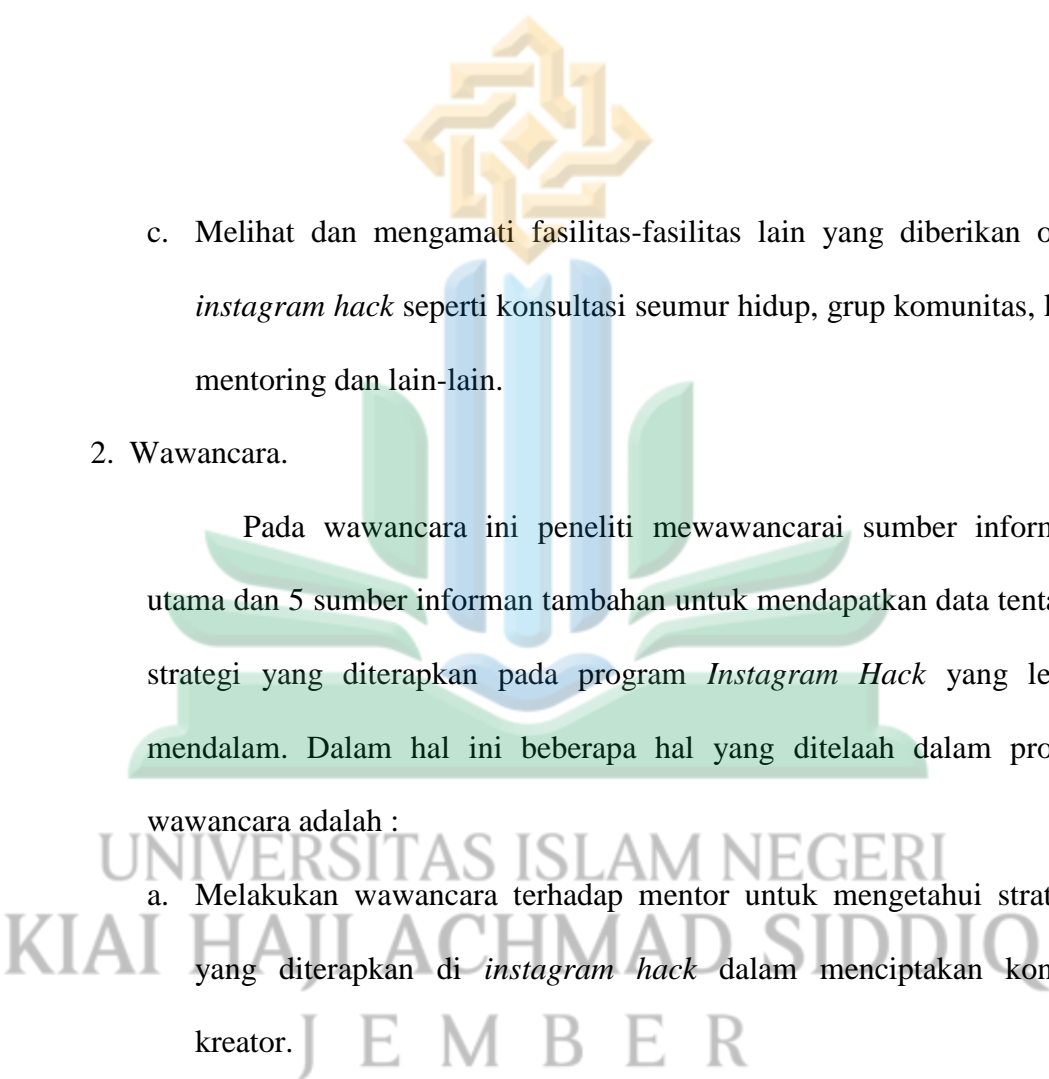
berperan sebagai pengamat yang hanya semata-mata mengamati dengan tidak ikut berpartisipasi dalam kegiatan subyek.

Pada penelitian ini peneliti mengamati pada program *Instagram Hack* yang diciptakan oleh *Content Academy*. Pengamatan ini dilakukan dengan metode observasi partisipatif moderat yakni peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari sumber informan dalam beberapa kegiatan, tidak semuanya. Observasi yang dilakukan peneliti yakni pengamatan melalui website member, grup komunitas telegram dan discord, live mentoring mingguan.

Dalam proses observasi yang dilakukan, peneliti mengamati dan meninjau untuk mendapatkan data yang diperoleh. Diantaranya :

- a. Melihat dan mencatat penyampaian materi yang tersedia di web *contentacademy.id*
- b. Melihat dan mengamati keaktifan anggota dan mentor yang ada di grup komunitas, baik grup telegram maupun grup discord.



- 
- c. Melihat dan mengamati fasilitas-fasilitas lain yang diberikan oleh *instagram hack* seperti konsultasi seumur hidup, grup komunitas, live mentoring dan lain-lain.

## 2. Wawancara.

Pada wawancara ini peneliti mewawancarai sumber informan utama dan 5 sumber informan tambahan untuk mendapatkan data tentang strategi yang diterapkan pada program *Instagram Hack* yang lebih mendalam. Dalam hal ini beberapa hal yang ditelaah dalam proses

wawancara adalah :

- a. Melakukan wawancara terhadap mentor untuk mengetahui strategi yang diterapkan di *instagram hack* dalam menciptakan konten kreator.
- b. Melakukan wawancara kepada calon konten kreator (member) untuk mengetahui strategi mentor dalam menyelesaikan permasalahan member dan memahami perkembangan media sosial.

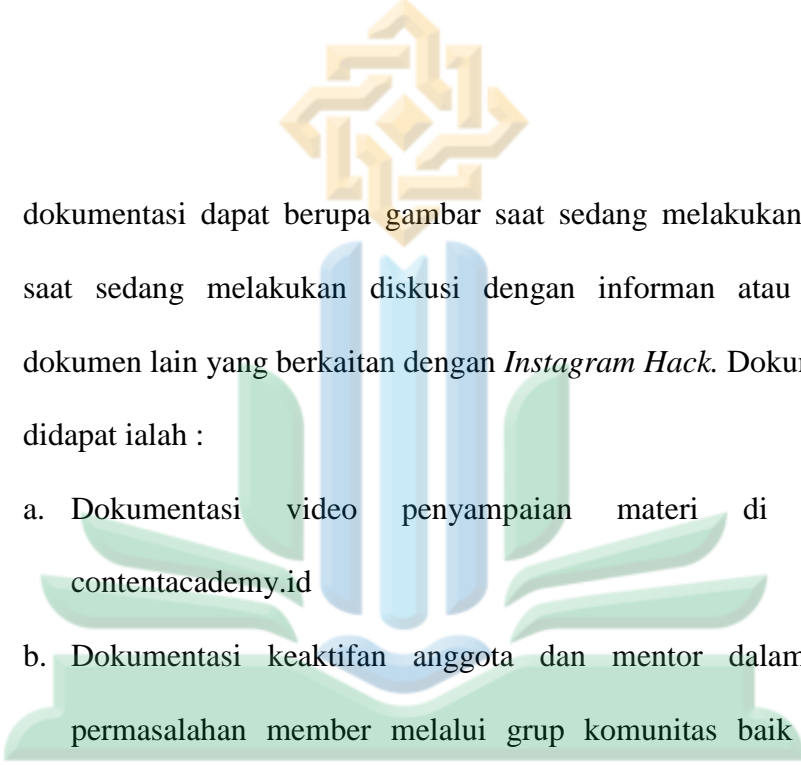
## 3. Dokumentasi.

Dokumentasi adalah pencarian bukti terkait dengan apa yang dibutuhkan pada analisis yang berupa transkrip, dokumen, buku, catatan yang diperlukan pada analisis dengan pendekatan kualitatif serta dokumen yang merupakan dokumen relevan terhadap tema penelitian.<sup>37</sup>

Bentuk dokumentasi dari hasil pengambilan data yang dikumpulkan dalam bentuk tulisan atau gambar. Dalam penelitian ini

---

<sup>37</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&Di*, (Bandung: ALFABETA, 2018), 85



dokumentasi dapat berupa gambar saat sedang melakukan wawancara, saat sedang melakukan diskusi dengan informan atau video serta dokumen lain yang berkaitan dengan *Instagram Hack*. Dokumentasi yang didapat ialah :

- a. Dokumentasi video penyampaian materi di situs web [contentacademy.id](http://contentacademy.id)
- b. Dokumentasi keaktifan anggota dan mentor dalam menyikapi permasalahan member melalui grup komunitas baik di telegram maupun discord.
- c. Dokumentasi live mentoring yang menjadi salah satu fasilitas dari program *instagram hack*.

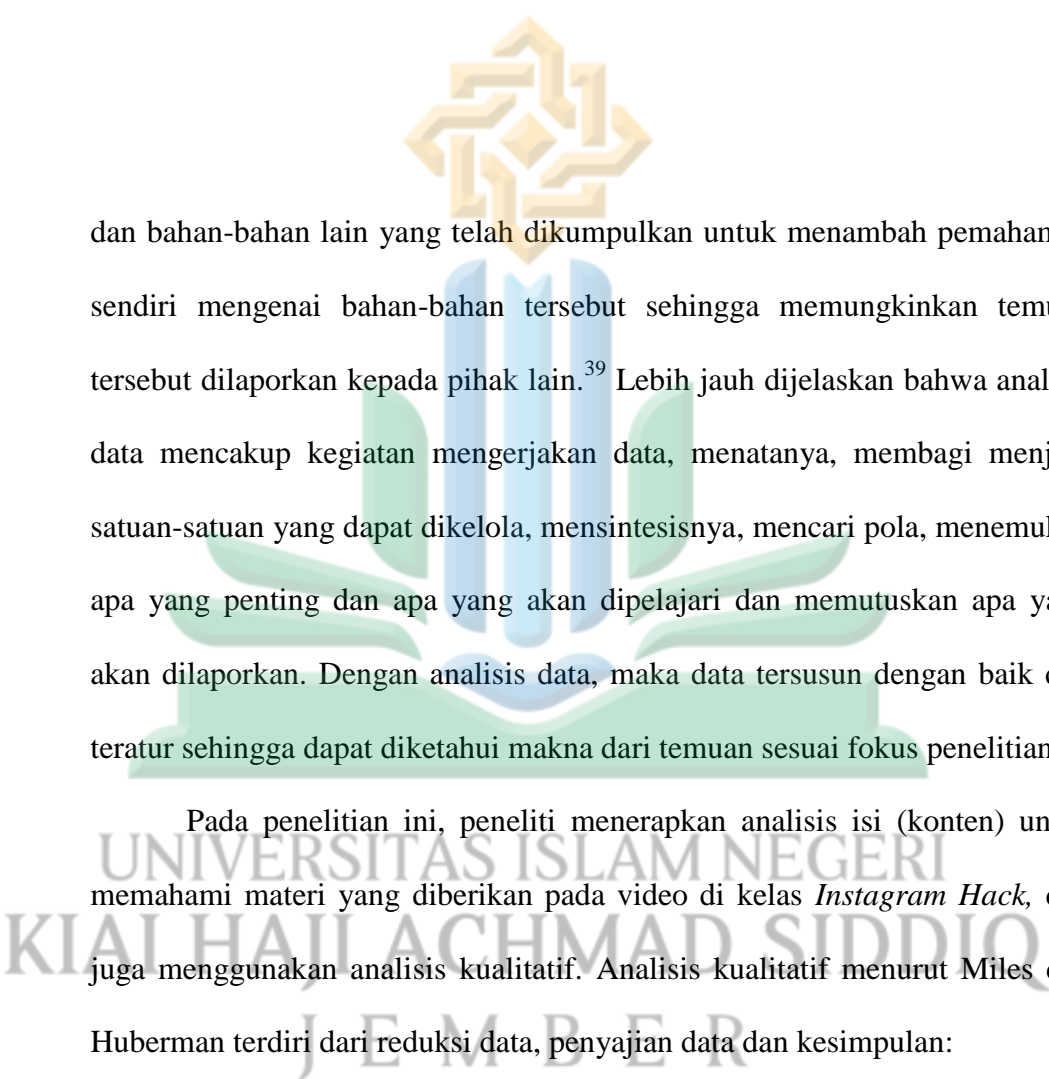
#### E. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan. Menurut Moleong bahwa analisis data ialah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.<sup>38</sup> Data atau informasi yang diperoleh dari lokasi penelitian akan dianalisis secara berkelanjutan setelah dibuat catatan lapangan untuk menemukan tema budaya atau makna perilaku subjek penelitian.

Bogdan dan Biklen menjelaskan bahwa analisis data ialah proses mencari dan mengatur secara sistematis transkrip wawancara, catatan lapangan

---

<sup>38</sup> Salim dan Syahrums, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2012), 145



dan bahan-bahan lain yang telah dikumpulkan untuk menambah pemahaman sendiri mengenai bahan-bahan tersebut sehingga memungkinkan temuan tersebut dilaporkan kepada pihak lain.<sup>39</sup> Lebih jauh dijelaskan bahwa analisis data mencakup kegiatan mengerjakan data, menatanya, membagi menjadi satuan-satuan yang dapat dikelola, mensintesisnya, mencari pola, menemukan apa yang penting dan apa yang akan dipelajari dan memutuskan apa yang akan dilaporkan. Dengan analisis data, maka data tersusun dengan baik dan teratur sehingga dapat diketahui makna dari temuan sesuai fokus penelitian.

Pada penelitian ini, peneliti menerapkan analisis isi (konten) untuk memahami materi yang diberikan pada video di kelas *Instagram Hack*, dan juga menggunakan analisis kualitatif. Analisis kualitatif menurut Miles dan Huberman terdiri dari reduksi data, penyajian data dan kesimpulan:

a. Reduksi data

Miles dan Huberman menjelaskan bahwa reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung. Pada penelitian ini peneliti akan lebih memusatkan perhatian kepada strategi yang diajarkan di kelas *instagram hack*.

---

<sup>39</sup> Salim dan Syahrums, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 146

#### b. Penyajian data

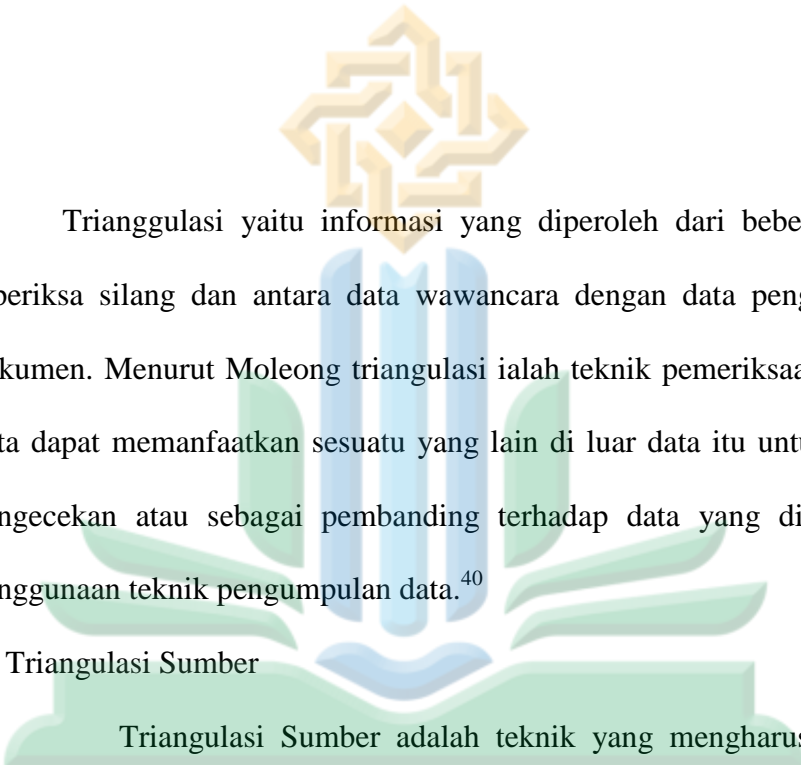
Dalam diorganisir sebelumnya dipaparkan. Hal ini membantu dalam pemahaman terhadap situasi dan memungkinkan untuk melakukan analisis lebih mendalam dengan berfokus pada pemahaman tertentu. Data disajikan secara uraian yang sesuai dengan indikator penelitian guna mempermudah pemahaman.

#### c. Penarikan Kesimpulan

Dalam penelitian ini, kesimpulan dihasilkan dalam bentuk deskripsi atau representasi dari fokus awal yang kurang jelas, namun menjadi lebih terang setelah diteliti lebih lanjut. Kesimpulan yang dibuat didasarkan pada data yang telah dikondensasi dan disajikan, disertai bukti-bukti yang diperoleh selama tahap pengumpulan data. Kesimpulan ini merupakan hasil dari fokus penelitian yang telah ditetapkan.

#### F. Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif keabsahan data juga sangat diperhatikan karena suatu hasil penelitian tidak ada artinya jika tidak mendapat pengakuan atau terpercaya. Untuk memperoleh pengakuan terhadap hasil penelitian ini terletak pada keabsahan data penelitian yang telah dikumpulkan. Berpedoman kepada pendapat Lincoln & Guba, untuk mencapai *trustworthiness* (kebenaran), dipergunakan teknik kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas dan konfirmabilitas yang terkait dengan proses pengumpulan dan analisis data. Maka hal yang perlu dilakukan oleh peneliti adalah dengan menggunakan teknik triangulasi (gabungan data).



Triangulasi yaitu informasi yang diperoleh dari beberapa sumber diperiksa silang dan antara data wawancara dengan data pengamatan dan dokumen. Menurut Moleong triangulasi ialah teknik pemeriksaan keabsahan data dapat memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data yang diperoleh dari penggunaan teknik pengumpulan data.<sup>40</sup>

### 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi Sumber adalah teknik yang mengharuskan peneliti

mencari lebih dari satu sumber untuk memahami data atau informasi.

Untuk itu sumber yang dijadikan informan oleh peneliti sebanyak 6

informan yaitu Bang Aldio Pramudya, Bang Ezra Alfatah, Bang Rialdy

Maulana, Bang Rivaldo Gunawan, Mbak Kurniawati dan mbak Cindy

Unggana.

### 2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik melibatkan memverifikasi data yang berasal

dari sumber yang sama menggunakan metode yang berbeda. Misalnya,

informasi yang diperoleh dari wawancara kemudian diverifikasi melalui

observasi dan dokumentasi.

### 3. Triangulasi Data

Triangulasi data yaitu menggali informasi tertentu dengan

menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil

wawancara, hasil observasi atau hasil wawancara.

---

<sup>40</sup> Salim dan Syahrums, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 166

## G. Tahap-tahap Penelitian

Dalam melakukan proses penelitian tentunya memiliki beberapa tahapan-tahapan, antara lain:

### 1. Tahap Persiapan

Tahap penelitian ini peneliti mengerjakan dan mencari bukti-bukti terkait judul penelitian dengan pengumpulan data-data terkait dengan permasalahan yang diteliti.

### 2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini peneliti mengerjakan dan mencari data yang dibutuhkan dalam penelitian. Melakukan berbagai metode untuk mengumpulkan datanya.

### 3. Tahap Analisis Data

Pada tahap ini penyusunan bukti dengan memperoleh data di lapangan dan disusun dengan teks prosedur supaya diberikan pemahaman.

### 4. Tahap Pelaporan

Tahap pelaporan ini adalah tahap penelitian paling akhir dengan membuat laporan tertulis dari dari temuan yang didapatkan yang ditulis dalam bentuk skripsi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAL HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Obyek Penelitian

##### 1. Sejarah *Content Academy*.

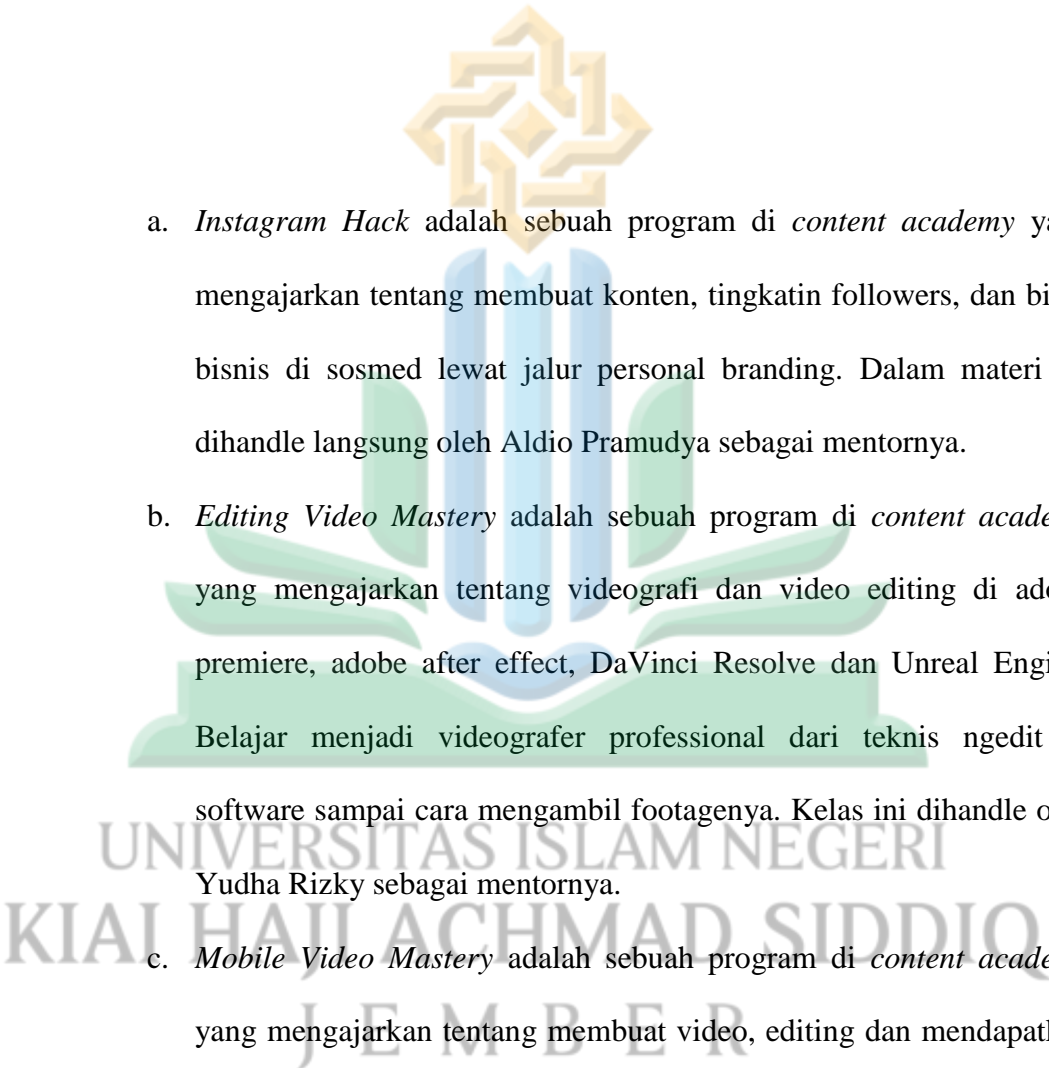
*Content Academy* adalah sebuah platform milik komunitas yang berfokus pada peningkatan skill digital. *Content Academy* berdiri pada tahun 2020 tepatnya pada tanggal 13 Januari 2020 yang diprakarsai oleh Aldio Pramudya, Yudha Rizky, Andrian Chandra, Hendro Hermawan.

Mereka berempat ialah teman satu tongkrongan di Jakarta yang kebetulan memiliki skill yang berbeda-beda tetapi memiliki keinginan yang sama yaitu menciptakan kursus untuk banyak orang. Awalnya mereka ingin membuat kursus secara offline dengan berkantor di sekitar Jakarta, akan tetapi saat itu Indonesia sedang dilanda wabah Covid-19 yang menyebabkan warga Indonesia tidak diperkenankan untuk keluar rumah, berkumpul, berkerumun dan disarankan beraktivitas dari rumah. Akhirnya dalam beberapa waktu mereka menyepakati untuk mendirikan online course dengan membuat sebuah platform yang nantinya akan diisi oleh materi-materi kursus yang mereka kuasai.<sup>41</sup>

. Beberapa program yang ditawarkan oleh *Content Academy* mulai dari *Instagram Hack*, *Editing Video Mastery*, *Mobile Editing Mastery* serta klinik canva.

---

<sup>41</sup> Aldio Pramudya, Observasi dan Wawancara, Zoom 00 Oktober 2023

- 
- a. *Instagram Hack* adalah sebuah program di *content academy* yang mengajarkan tentang membuat konten, tingkatin followers, dan bikin bisnis di sosmed lewat jalur personal branding. Dalam materi ini dihandle langsung oleh Aldio Pramudya sebagai mentornya.
  - b. *Editing Video Mastery* adalah sebuah program di *content academy* yang mengajarkan tentang videografi dan video editing di adobe premiere, adobe after effect, DaVinci Resolve dan Unreal Engine. Belajar menjadi videografer professional dari teknis ngedit di software sampai cara mengambil footagenya. Kelas ini dihandle oleh Yudha Rizky sebagai mentornya.
  - c. *Mobile Video Mastery* adalah sebuah program di *content academy* yang mengajarkan tentang membuat video, editing dan mendapatkan klien modal handphone. Dalam kelas ini diajarkan mulai dari pengambilan gambar, editing dengan aplikasi yang ada di handphone, finishing untuk upload. Kelas ini dihandle oleh Al Ghazali sebagai mentornya.
  - d. Klinik canva adalah sebuah program yang ada di *content academy* yang mengajarkan tentang cara membuat desain menggunakan canva. Kelas ini dihandle langsung oleh Syammas Fitria.

## 2. Sistem program di *Content Academy*.

Sistem yang dijalankan di *Content Academy* adalah sistem member. Bagi setiap orang yang ingin bergabung ke program tersebut maka harus membayar sesuai nominal yang telah ditentukan. Sistem



pembayarannya pun cukup satu kali seumur hidup yaitu ketika di awal saja. Selanjutnya apabila ada perubahan tidak perlu membayar lagi.

Sistem penyampaian materinya menggunakan video yang bisa dipelajari dan dilihat kapanpun dan dimanapun selama web dapat diakses oleh member. Di program *Instagram Hack* ada 193+ materi, di program *Editing Video Mastery* ada 78+ materi, di program *Mobile Video Mastery* ada 60+ materi, dan program klinik canva ada 54+ materi dan semuanya akan terus diupdate sesuai perkembangan. Selain itu, *content academy*

juga menyediakan grup member dan mentor untuk berkonsultasi, berkomunikasi dan bersilaturahmi dengan member lainnya dari masing-masing program tersebut.

Sebagai penunjang dalam berdiskusi, masing-masing program juga memiliki live rutin via zoom untuk mengetahui perkembangan serta mengevaluasi hasil praktek dari para member.

### 3. Sasaran yang ditargetkan oleh *Content Academy*.

Target yang menjadi sasaran di *Content Academy* adalah siapapun warga Indonesia yang ingin menjadi konten kreator, mau membangun personal branding melalui media sosial, yang ingin memiliki *sosial asset* di dunia digital yang mana nantinya akan berpotensi untuk menghasilkan cuan lebih banyak. Menurut data anggota yang berada di telegram, saat ini member yang sudah tergabung di *Content Academy* terutama di *Instagram Hack* sudah mencapai 7.548 anggota.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Observasi di Grup telegram, 16 Oktober 2023.

#### 4. Alamat perusahaan.

Meskipun *Content Academy* ini merupakan platform belajar secara online, tapi tetap memiliki kantor sebagai pusat untuk berkoordinasi, yaitu PT. Muda Cuma Sekali beralamatkan di Ruko Fantasy Junction Balikpapan Baru Blok FJ 3 No. 16 Kelurahan Damai Baru, kec. Balikpapan Selatan Kalimantan Timur.

#### 5. Struktur Organisasi PT. Muda Cuma Sekali (*Content Academy*)



Gambar 4.1  
Struktur PT. Muda Cuma Sekali

### B. Penyajian Data dan Analisis

Berdasarkan pada rangkaian temuan data yang ada di lapangan, peneliti menyajikan data yang terkait dengan rumusan masalah. Untuk itu, tentu data yang disajikan tersebut relevan dengan kebutuhan data yang dapat menjawab berbagai pertanyaan yang telah diajukan. Peneliti telah menemukan data-data terkait “Strategi Program *Instagram Hack* dalam menciptakan Kreator Muda di *Content Academy*”. Untuk mempermudah

penyajian data, berbagai data akan peneliti masukkan sesuai dengan masing-masing rumusan masalah.

### **1. Penerapan strategi mentor program *Instagram Hack* untuk menciptakn kreator muda di *Content Academy*.**

Dalam mencapai sebuah tujuan, selayaknya kita memiliki strategi yang harus tersusun rapi. Dalam program *Instagram Hack* , peneliti melakukan wawancara dengan mentor utama yaitu Bang Aldio Pramudya untuk memastikan terkait strategi program *Instagram Hack* untuk

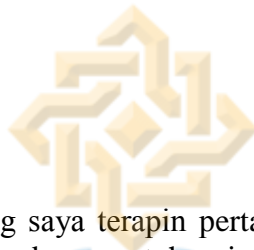
menciptakan kreator-kektor muda di *Content Academy*. Dalam jawaban pendahuluannya, bang Aldio menyampaikan :

“Dalam skema saya, strategi yang saya terapkan itu semua ada di modul. Saya sampaikan semuanya di modul yang telah kamu tonton. Namun secara garis besar, ada beberapa hal yang perlu kamu pikirkan. Yaitu dari diri kamu sendiri sebagai konten kreator, isi atau informasi yang kamu sampaikan, khalayak atau audiens yang kamu targetkan itu siapa saja, dan media yang kamu gunakan, mau pakai Tiktok kah, atau instagram kah, atau youtube. Nah itu harus difikirkan secara matang”<sup>43</sup>

Dalam pengantar yang disampaikan oleh bang Aldio bahwa membuat konten itu harus difikirkan secara matang antara diri kita sebagai konten kreator, pesan atau informasi yang kita berikan, target audiens seperti apa yang kita inginkan dan kita mau menyebarkannya melalui media apa. Kemudian bang Aldio juga mengatakan bahwa perubahan itu harus dimulai dari diri sendiri, yaitu caranya dengan membangun mindset yang positif.

---

<sup>43</sup> Aldio Pramudya, diwawancara oleh Peneliti, Zoom, 15 Oktober 2023.



“Strategi yang saya terapin pertama dan yang paling awal adalah *mindset*. Saya bangun tuh *mindset* mereka gimana jadi konten kreator. Ada 9 kalau ga salah ya yang di modul, *Action Speaks Leader* yang saya suruh banyakin aksi daripada omdo doang, *Done is Better than perfect* yang menurut saya selesai lebih baik daripada sempurna, *TETE* buat pembelajaran kamu evaluasi terus, *marathon* yang konsisten terhadap apa yang lu lakuin, *believe* buat percaya pada diri sendiri, *data driven* acuan kamu untuk berpacu, *Be humble* humble ke semua orang ga peduli kamu lagi hits atau kamu lagi dibawah, *Fans over Fame*, *Life cycle* harus punya lingkaran kehidupan ketika kamu nanti tiba-tiba udah ga jadi konten kreator lagi. Nah dari situ tuh kita mulai tau, ketika kita ingin merubah keadaan ya kita mulai dari diri kita dulu. Mangkanya saya bangun tuh *mindset* kalian.”<sup>44</sup>

Dari pendapat yang disampaikan oleh Bang Aldio bahwa dalam melakukan perubahan di dalam hidup, harus dimulai dari diri sendiri dulu termasuk menjadi konten kreator. Memulai perubahan dari diri sendiri tentunya juga harus ditata dari *mindset*nya. Menurut observasi dari modul yang diberikan oleh bang Aldio, bahwa ada 9 *mindset* yang ditanamkan oleh bang Aldio yaitu *Action Speaks Leaders*, *Done is Better than Perfect*, *Test Evaluate Test Evaluate (TETE)*, *Marathon*, *Believe*, *Data Driven*, *Be Humble*, *Fans Over Fame*, *Life Cycle*.<sup>45</sup> Selain kesembilan *mindset* itu, bang Aldio juga menyampampakan ada bagian yang lebih penting selain itu yaitu *Audience Centric*.

“dari kesembilan itu, ada hal yang lebih penting yang saya ajarin kepada member yaitu kita harus faham terhadap keinginan audiens kita, istilahnya *Audience Centric*. Jadi kita harus membuat konten berdasarkan kebutuhan audiens, bukan kebutuhan ego kita pribadi. Kalau kebutuhan ego kita pribadi nanti audiens ga mungkin tertarik terhadap konten yang kita buat. Rumus yang saya ajarin di *audience centric* ini yaitu *zero to hero*. Gimana caranya orang yang

<sup>44</sup> Aldio Pramudya, diwawancara oleh Peneliti, Zoom, 15 Oktober 2023

<sup>45</sup> Observasi di web member [akademikreator.com](http://akademikreator.com), 15 Oktober 2023

awalnya zero alias tidak mengerti apa-apa menjadi hero atau orang yang faham.”<sup>46</sup>

Jika menjadi konten kreator kita harus berfokus pada kebutuhan audiens kita, karena yang mengonsumsi konten kita ialah audiens bukan kita sendiri. Hal serupa juga disampaikan oleh mbak Kurniawati seorang ibu rumah tangga yang juga menjalani sebagai konten kreator untuk UMKM.

“iya, di instagram hack itu kita diajarin untuk fokus kepada followers. Dan bahasanya itu kita harus santai seperti bahasa sehari-hari. Yang paling aku terapin sih *Audience Centric*. Karena disana kita ibaratnya memosisikan diri sebagai followers yang belum tau apa-apa. Ini udah aku terapin juga di konten aku, kan aku fokus kontennya di UMKM ya, ya aku memosisikan diri sebagai orang UMKM gitu.”<sup>47</sup>

*Audience Centric* memang harus dijadikan landasan dalam kita membuat konten. Ide-ide konten harus disusun dengan jelas dari pembuatan judul, isi konten, hingga proses upload.

Hal serupa juga dikatakan oleh bang Aldo seorang member *content academy* yang juga berprofesi sebagai guru. Bang Aldo menyampaikan

“strategi yang bener-bener bisa diterima itu yang *Audience Centric*. Karena memang konten itu bukan soal editannya bagus, bukan soal kita harus ganteng atau cantik di depan kamera, jago omong atau enggak. Jadi sebenarnya *ke-relate* an, kesesuaian dengan fakta dan keadaan yang dialami oleh target audiens kita itu bisa lebih diterima. Apalagi sesuai dengan kebutuhan audiens kita. Saya ga pake edit-editan yang ribet gitu, tapi jumlah viewers lumayan banyak ya karena isi dari kontennya itu bagus.”<sup>48</sup>

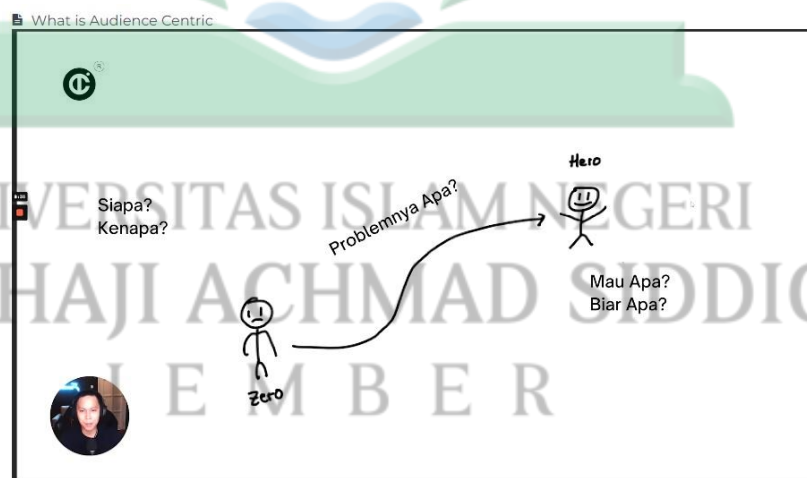
Menurut modul yang diajarkan bang Aldio bahwa *Audience Centric* memiliki teknik khusus yaitu Zero to Hero. Dalam teknik ini ada

<sup>46</sup> Aldio Pramudya, diwawancara oleh Peneliti, Zoom, 15 Oktober 2023

<sup>47</sup> Kurniawati, diwawancara oleh Peneliti, Google Meet, 11 Oktober 2023

<sup>48</sup> Rivaldo, diwawancara oleh Peneliti, Google Meet, 17 Oktober 2023

klasifikasi pertanyaan yang harus kita susun di awal. Zero mencakup siapa orang atau follower yang kita targetkan dalam konten kita, dan kenapa mereka harus memfollow akun kita. Kemudian di hero, followers itu maunya apa, dan biar apa kalau semisal mereka follow akun kita. Kemudian skema perjalanan antara zero to hero ialah berisi konten-konten yang dibahas.<sup>49</sup>



Gambar 4.2  
Teknik *Audience Centric* (Zero to Hero)

Setelah menata hal-hal yang ada pada diri kita dan audiens, selanjutnya yang perlu difikirkan adalah isi konten. Isi konten ini tak kalah penting dengan apa yang sudah dibahas sebelumnya. Isi konten menjadi pengaruh besar terhadap perkembangan akun kita. Bang Aldio mengatakan:

“Kebanyakan orang mau ngonten itu sibuk memikirkan bang saya ndak bisa ngedit video, bang saya ndak bisa ngomong di depan kamera, bang saya ndak bisa desain. Padahal followers kita ga butuh itu semua, followers kita ga mungkin memperdulikan editan kita bagus atau tidak, ga memperdulikan bagaimana proses kita di

<sup>49</sup> Observasi di web member academiccreator.com, 15 Oktober 2023

belakang layar. Tapi yang mereka lihat ialah hasil akhirnya yaitu isi kontennya. Meskipun editan kita jelek, meskipun kita ga muncul di depan kamera tapi kalau isi konten kita sesuai dengan kebutuhan audiens kita, pasti viral tuh konten, pasti banyak tuh followers kita.”<sup>50</sup>

Jadi berpengaruh atau tidaknya isi konten itu tergantung dengan isi konten yang dibuat, semakin jelas isi konten yang kita buat maka followers akan terpicat dengan sendirinya. Mangkannya dalam mengatur isi konten juga harus dilakukan dengan tepat, dengan memilih judul yang menarik perhatian hingga memakai storytelling yang tepat.

Kemudian strategi selanjutnya yang diajarin ialah gimana caranya kita untuk memahami trend yang sedang up di sosial media. Bang Aldio berpendapat jika kita *join the trend* di media sosial yang ada, itu bisa membantu akun kita juga ikut naik.

“Menurut saya sih, kita juga harus bisa menyesuaikan dengan apapun yang menjadi trend pada saat itu, entah music, jenis isi konten, atau melalui konten-konten yang viral pada saat itu. Nah itu tuh bisa membantu akun kita juga untuk ikut naik dan banyak viewers nya. Jadi pinter-pinter aja nyari trend yang viral di media sosial, selain dari fasilitas yang saya berikan di ig hack.”<sup>51</sup>

Selain yang ada pada modul, yang membuat sukses menjadi konten kreator juga ialah di program instagram hack menyediakan berbagai fasilitas atau after sales yang bisa didapat oleh setiap member. Bang Aldio menyampaikan:

“Satu lagi strategi yang saya terapin di ig hack yaitu fasilitas penunjang yang saya sediakan. Apa aja fasilitas yang saya sediakan yaitu yang pertama grup komunitas. Grup komunitas itu adanya di telegram dan discord. Di grup komunitas itu kita bisa

<sup>50</sup> Aldio Pramudya, diwawancara oleh Peneliti, Zoom, 15 Oktober 2023

<sup>51</sup> Aldio Pramudya, diwawancara oleh Peneliti, Zoom, 15 Oktober 2023

diskusi, ngobrol, networking berbasis chat dan tidak ada batas waktunya kamu bisa pakek selamanya. Yang kedua ini yang paling keren dan mungkin ga banyak kelas di sana yang bisa kayak gini, jadi ada yang namanya nongkrong live si setiap hari jumat dan rabu selama 2 jam, jadi 1 bulan 8 kali. Di satu jam pertama kita akan QnA bebas kamu mau tanya apa aja dan 1 jam selanjutnya kita adakan untuk bedah akun, mengevaluasi terhadap konten-konten yang sudah diupload. Nah disitu kamu bebas, bisa sambil minum, ngopi ya ala-ala tongkrongan gitu. Disitu aku sediain tim hore, tim hore ini istilahnya ya member yang sudah cukup menurut saya menguasai materi yang udah diberikan dan akan membantu kamu untuk menjawab apa yang kamu tanyakan. Kemudian yang ketiga yaitu daftar trend update, jadi saya membentuk tim khusus, yang setiap minggunya saya suruh untuk meriset tentang trend-trend apa aja yang saat ini terjadi, entah melalui music, jenis konten, dan lain-lain yang nantinya itu akan membantu untuk meng-*growup* akun kamu. Dan yang terakhir pasukan sigap, yang mana ketika kamu mendapat komen jelek dari orang lain, kami siap untuk menyerbu dan memberikan pelajaran terhadap intelektualitas mereka.”<sup>52</sup>

Tak bisa dipungkiri bahwa dalam menjadi konten kreator yang sukses tidaklah mudah, butuh sebuah ketekunan, keuletan dan konsisten terhadap apa yang telah dimulai. Harus dimulai dari mindset diri sendiri, kemudian memikirkan map konten yang akan dibuat, dari audiens hingga proses pemilihan isi kontennya.

Tabel 4.1  
Strategi *Instagram Hack*

Perumusan Strategi	Implementasi Strategi	Evaluasi dan Pengawasan Strategi
1. Memperkuat <i>mindset</i> .	1. Pra Produksi meliputi mencari ide konten, materi konten, menyusun <i>script</i> konten.	1. Menjawab permasalahan melalui grup komunitas
2. Menentukan Niche Konten.	2. Proses Produksi meliputi proses desain jika memakai	2. Mengevaluasi melalui <i>Live Mentoring</i> 2x dalam

<sup>52</sup> Aldio Pramudya, diwawancara oleh Peneliti, Zoom, 15 Oktober 2023



	konten carousel. Jika reels maka perlu adanya pengambilan gambar, edit video, membuat desain cover, dan menentukan judul yang menarik.	satu minggu
3. Penentuan nama akun dan bio instagram.	3. Proses Upload member harus konsisten, membuat <i>caption</i> yang menarik, menentukan <i>hashtag</i> yang sesuai dengan topic konten.	
4. Mempelajari <i>Audience Centric</i> untuk menentukan topik konten yang sesuai dengan kebutuhan audiens	4. Pasca Upload member diminta untuk meningkatkan engagement, mengevaluasi konten, mempelajari trend.	

## 2. Langkah mentor dalam pemecahan masalah member *Instagram Hack*.

Dalam melakukan praktek, tentunya terdapat kesalahan yang dialami oleh konten kreator. Hal tersebut sebagai bukti bahwa member sudah memulai untuk praktek apa yang diajarkan di modul *Instagram Hack*. Sebagai mentor tentu tak tinggal diam melihat anak didiknya mengalami kesulitan, para mentor pasti ikut andil memberi saran dan masukan untuk kebaikan member. Seperti yang dikatakan Bang Aldio bahwa dalam pemecahan permasalahan yang dialami oleh member itu dilakukan dengan dua metode, yaitu melalui konsultasi di grup komunitas dan juga melalui live mingguan. Bang Aldio mengungkapkan :

“Memang sering bahkan pasti lah ya member ig hack kalau dia sudah praktek dan menjalaninya secara langsung dia pasti mengalami berbagai permasalahan. Mangkanya fasilitas modul saja ga cukup. Udah saya sediain tuh grup komunitas yang

didalamnya ada mentor, kalau tanya-tanya nanti biar mereka yang jawab. Kadang kalau saya ga sibuk ya saya ikut nimbrung. Udah saya kasih juga live setiap 2x dalam seminggu. Bebas kamu mau QnA boleh, curhat boleh, ngeluh boleh, diakhir sesi juga ada bedah akun, itu dipilih sama mentor yang hadir disitu. Karena evaluasi itu penting menurut saya.”<sup>53</sup>

Hal serupa juga dikatakan oleh mentor Aldy bahwa evaluasi disetiap perkembangan member memang perlu, baik berkomunikasi secara langsung maupun tidak langsung. Mentor Aldy juga berusaha untuk selalu hadir dalam menjawab permasalahan member di grup komunitas dan nongkrong live untuk memberi masukan kepada member ig hack. Bang

Aldy menyampaikan:

“Saya berkembang menjadi seperti sekarang karena dulu pernah dievaluasi oleh mentor-mentor di instagram hack. Mentor-mentor ig hack itu memang kritiknya bersifat membangun. Awalnya konten saya impact nya biasa-biasa saja. Tapi setelah dikritik dan saya praktekan betul, boom! Viewers saya langsung mencapai 5jt+. Efek dari itu akhirnya engagement instagram saya meningkat dan viewers normal rata-rata mencapai ratusan ribu. Hingga saya dapat menjadi mentor dan saya juga sama dengan mentor lain berjanji untuk tidak meninggalkan kalian, saya akan sharing pengalaman dan akan memberikan masukan kepada kalian karena evaluasi itu sangatlah penting.”<sup>54</sup>

Adanya evaluasi berupa dua metode tersebut juga mendapat respon positif dari member. Bang aldo menyampaikan:

“ya itu, kemarin kan saya kena masalah tuh di tiktok, jadi video saya kena banned. Postingan saya tuh kena pelanggaran komunitas. Kan saya bingung, akhirnya saya tanya tuh ke mentor. Akhirnya salah satu mentor di grup menjawab dan ngasih solusi untuk nyobak koreksi teks sama captionnya, pokok jangan sampai ada data nama orang, atau nggak ada tulisan yang illegal apalah gitu. Jadi cukup menjawab sih menurut saya.”<sup>55</sup>

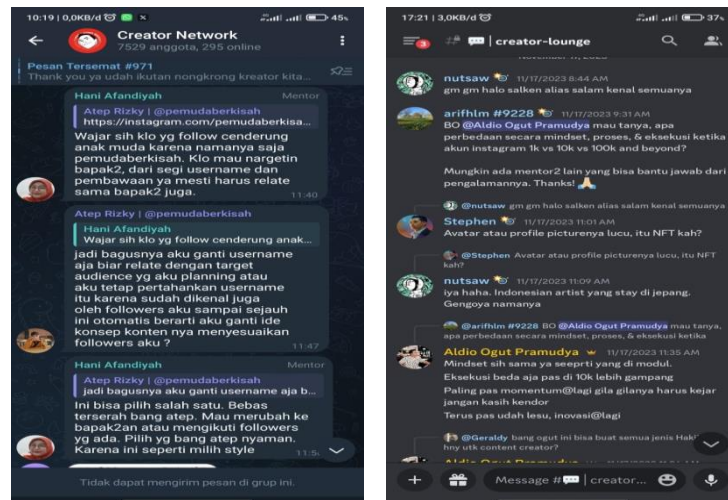
<sup>53</sup> Aldio Pramudya, diwawancara oleh Peneliti, Zoom, 15 Oktober 2023

<sup>54</sup> Rialdy Maulana, diwawancara peneliti, Zoom, 16 Oktober 2023

<sup>55</sup> Rivaldo, diwawancarai oleh Peneliti, Google Meet, 17 Oktober 2023

Berdasarkan pernyataan bang Aldo di atas, cara instagram hack dalam mengatasi masalah cukup bisa memberikan solusi, meskipun belum sepenuhnya benar. Akan tetapi dengan jawaban tersebut member menjadi tahu sebab musabab kenapa video kita di suatu aplikasi dibanned atau di batasi.

Tak lain itu, menurut observasi yang dilakukan oleh peneliti bahwa benar terdapat dua metode yang dilakukan oleh mentor ig hack dalam mengatasi permasalahan yang ada di instagram hack, yaitu melalui grup komunitas dan live mingguan yang diadakan setiap minggunya. Permasalahan yang dialami oleh member dapat dijawab dengan baik oleh mentor di grup telegram dan discord. Tak hanya mentor, bahkan sesama member juga dapat membantu menjawab di grup. Grup komunitas sangat aktif dalam percakapan, diskusi dan lainnya.<sup>56</sup>



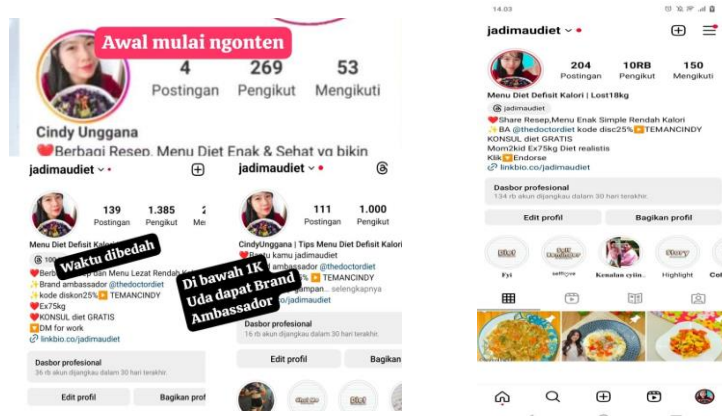
Gambar 4.3  
Grup Komunitas “Instagram Hack”

<sup>56</sup> Observasi di grup telegram, 17 Oktober 2023

Seperti yang disampaikan oleh bang Ogut, penyelesaian permasalahan yang ada di ig hack yang kedua adalah dengan live mingguan sebanyak 2x dalam seminggu, namanya “Nongkrong Kreator”. Nongkrong kreator ini di dalamnya berisi diskusi dengan sistem QnA, kemudian bedah akun. Bedah akun ini telah membantu banyak member untuk menggrow up akun media sosialnya. Kak Cindy menyampaikan :

“Sistem bedah akun emang sangat membantu sekali menurut saya. Buktinya saya yang baru bergabung beberapa bulan udah bisa mencapai 10k. Aku beli program Ig hack itu dengan harga 400rb an terus dengan saran mentor dan ilmu bang Ogut. Terus aku bikin akun baru dengan 200 followers karena akun lama pernah beli followers. Udah mulai bikin konten sampai tanggal 25 Agustus 2023 akun aku dibedah. Disampaikan tuh apa aja kurangnya, yang perlu diperbaiki apa aja. Tanggal 31 Agustus aku baru mulai perbaiki konten sesuai yang diarahkan mentor. 1 September akun aku udah 1.300, 1 Oktober 6k followers, dan kemarin 10k followers.”<sup>57</sup>

Berdasarkan yang disampaikan di atas bahwa bedah akun sangat mempengaruhi terhadap perkembangan akun para member. Kak cindy juga mengapresiasi terhadap fasilitas yang diberikan satu ini.

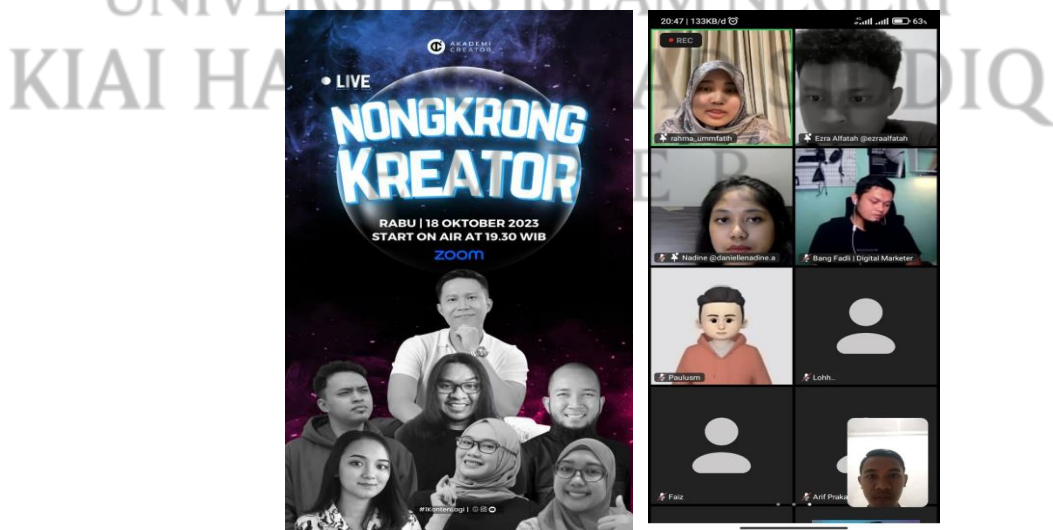


Gambar 4.4  
Akun kak Cindy Unggana sebelum dan setelah dibedah.

<sup>57</sup> Cindy Unggana, diwawancara oleh Peneliti, Zoom, 18 Oktober 2023

Menurut hasil observasi peneliti juga demikian, karena dalam sistem bedah akun terdapat evaluasi konten yang berupa kritikan dan masukan yang bersifat membangun. Sebelum akun dibedah, pemilik akun diperintahkan untuk mengirim format yang diajukan ke mentor termasuk permintaan pemilik akun terkait bagian mana yang perlu dievaluasi.<sup>58</sup>

Terakhir setelah dibedah, pemilik akun harus mempraktekan apa yang telah diarahkan oleh mentor. Kemudian mentor memantau keberlanjutan akun dan menunggu hasil laporan dari member yang sudah di bedah.



Gambar 4.5  
Live mingguan “Nongkrong Kreator”

<sup>58</sup> Observasi di grup telegram dan zoom, 18 Oktober 2023



Tabel 4.2  
Langkah *Problem Solving*

Grup Komunitas	Live Mentoring
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Member bertanya melalui grup yang telah disediakan yaitu grup telegram dan grup discord.</li> <li>2. Mentor memberikan tanggapan terhadap pertanyaan member.</li> <li>3. Selain mentor, member lain juga boleh menanggapi pertanyaan tersebut.</li> <li>4. Mentor terus memantau perkembangan member</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nongkrong Kreator ini member akan berkonsultasi secara langsung melalui zoom, yang mana dalam zoom tersebut ada mentor yang akan menjawab langsung pertanyaan member.</li> <li>2. Bedah akun. Dalam sesi ini beberapa akun yang telah ditunjuk oleh mentor akan dibedah oleh mentor. Dievaluasi kekurangan dan memberikan saran untuk kedepannya.</li> </ol>

### 3. Langkah mentor *Instagram Hack* untuk membaca algoritma Instagram.

Dalam menjelajahi dunia perkontenan, tentunya harus memiliki faham yang mendalam dengan aplikasi yang digunakannya, termasuk algoritma yang ada di sosial media. Maka dari itu, peneliti menguraikan dan menyajikan hasil perolehan data di lapangan untuk mengetahui langkah-langkah mentor dalam membaca algoritma instagram. Bang Aldio memberikan pemahaman tentang algoritma sosial media. Bang Aldio mengatakan :

“Aku jelasin dulu penjelasan umumnya tentang algoritma. Jadi simpelnya algoritma itu sebuah persamaan atau sebuah *clone* yang dimana itu untuk membuat atau melakukan sebuah prediksi kepada perilaku dari penggunaanya. Nah tujuan algoritma itu dibuat adalah untuk merandomisasikan konten-konten yang akan diberikan ke orang-orang tertentu. Tujuannya agar orang tersebut masuk ke

dalam platform sosial medianya, spend time lama di platform sosial medianya. Itulah tujuan algoritma di sosial media.”<sup>59</sup>

Algoritma sosial media sangatlah berpengaruh terhadap keberhasilan seorang konten kreator. Karena dengan tujuan yang sudah dipaparkan oleh bang Aldio di atas akan membuat seorang konten kreator berusaha agar kontennya dapat menarik audience untuk melihat lebih lama. Selain itu dipaparkan juga terkait cara kerja algoritma instagram. Bang Aldio menyampaikan :

“Ada dua jenis fitur dari si sosial media tersebut. Yang pertama untuk tiktok dan instagram itu kayak kamu lagi lihat majalah. Kamu pas buka majalah dapet konten baru, buka lagi dapet konten baru lagi, sampai kamu berhenti terhadap konten yang kamu suka, akhirnya kamu baca tuh kamu pantengin terus. Akhirnya nanti instagram akan ngemunculin terus konten-konten terkait yang kamu sukai tadi. Satunya lagi dengan *search engine* yang ada di menu pencarian, ketika kamu mencari konten-konten tertentu nanti pasti yang akan bermunculan konten-konten yang kamu cari tersebut.”<sup>60</sup>

Dari penyampaian bang Aldio di atas bahwa konten yang sering kita lihat lebih lama dan yang kita cari akan membuat media sosial sering menampilkan konten-konten yang serupa. Hal tersebut memang terjadi ketika peneliti sedang melakukan sebuah percobaan di beberapa platform media sosial termasuk instagram, ketika pencarian tentang lokasi wisata maka yang akan terus bermunculan di beranda dan story ialah seputar wisata.<sup>61</sup>

Dalam memahami algoritma media sosial, *content academy* membentuk tim khusus untuk menganalisa terhadap hal-hal yang sedang

<sup>59</sup> Aldio Pramudya, diwawancara oleh Peneliti, Zoom, 15 Oktober 2023

<sup>60</sup> Aldio Pramudya, diwawancara oleh Peneliti, Zoom, 15 Oktober 2023

<sup>61</sup> Observasi di aplikasi instagram, 16 Oktober 2023

terjadi atau akan terjadi di media sosial, seperti music yang sedang trending, model konten yang sedang trending, yang kemudian nanti akan dikaji dan di share kepada member melalui grup komunitas. Bang Aldio menyampaikan

“Apa yang udah dishare di modul sama di grup itu udah dianalisa terlebih dahulu sama tim *content academy*. Jadi aku bentuk tim khusus ya salah satunya ada aku, minca, sama beberapa mentor yang memang udah lama bergelut di sosmed. Jadi mereka itu aku kasih tugas tambahan yaitu menganalisa perkembangan yang ada di media sosial, baik di instagram, tiktok, dan Youtube. Jadi kalian enak bisa tau yang lagi trend di sosial media itu apa aja. Tapi itu ga sepenuhnya worth it di beberapa akun sih, jadi kalian juga harus bisa menganalisa sendiri di akun kalian.”

Pembentukan tim khusus ini sangatlah membantu member dalam memahami kinerja media sosial, karena tidak semua orang pengguna media sosial paham dengan ilmu ini. Bang Ezra mengatakan :

“Memahami algoritma sosial media sangatlah sulit, memang harus dianalisa dengan teliti, mangkanya bang Aldio membentuk tim khusus untuk tugas ini. Kita biasanya mencari informasi melalui laman resmi dari masing-masing media sosial, kemudian kita diskusiin tuh apa yang kita dapet, pas udah ada hasilnya baru deh kita bagiin ke kalian lewat grup komunitas.”<sup>62</sup>

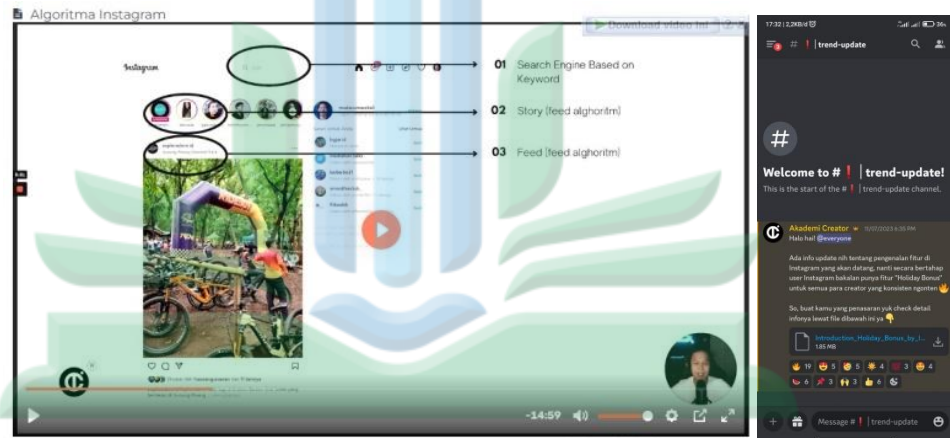
Laman resmi media sosial menjadi rujukan utama ketika mentor mempelajari algoritma media sosial. Menurut observasi yang sudah dilakukan peneliti, ilmu tentang analisa algoritma intagram sudah tersampaikan melalui modul *instagram hack*. Dan juga hasil analisa terkait perkembangan sosial media juga sudah disampaikan di grup komunitas. Di

---

<sup>62</sup> Ezra Alfatah, diwawancara oleh Peneliti, Zoom 19 Oktober 2023



grup discord komunitas ada channel khusus yang menjadi tempat untuk membagikan informasi terbaru terkait perkembangan sosial media.<sup>63</sup>



Gambar 4.6  
Modul Algoritma dan Grup Trend Sosial Media

Tabel 4.3  
Langkah mentor dalam menyikapi perkembangan media sosial

No	Langkah-langkah
1.	Mentor membentuk tim khusus untuk melakukan tugas khusus ini.
2.	Mentor melakukan pengamatan terhadap perkembangan yang terjadi di media sosial melalui laman resmi media sosial tertentu.
3.	Mentor menganalisa dan berdiskusi terhadap apa yang telah didapat
4.	Mentor melakukan percobaan dari hasil analisa dan diskusi tersebut.
5.	Mentor membagikan informasi dan hasilnya melalui grup komunitas "Info Update" yang telah disediakan.

### C. Pembahasan Temuan

Setelah peneliti memperoleh data, selanjutnya data tersebut disajikan dan dianalisis pada pembahasan temuan. Pembahasan temuan adalah tanggapan dari keseluruhan pokok pikiran atau pertanyaan-pertanyaan dari metode penelitian dan kajian teori yang telah diuraikan pada bab sebelumnya.

<sup>63</sup> Observasi di web member academiccreator.com dan grup discord komunitas, 17 Oktober 2023

Hal ini dibahas dengan temuan peneliti selama melakukan penelitian di lapangan sesuai dengan fokus penelitian yang telah dirumuskan mengenai “Strategi Program *Instagram Hack* dalam menciptakan kreator muda di *Content Academy*.”

### 1. Strategi program *instagram hack* dalam menciptakan kreator muda di *content academy*.

Kesuksesan dalam melaksanakan program adalah dilihat dari strategi yang disusun. Menurut William F. Gluek, bahwa strategi adalah rencana yang dipersatukan, komprehensif terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan atau lembaga terhadap tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk meyakinkan bahwa sasaran dasar perusahaan akan dicapai dengan pelaksanaan yang tepat oleh organisasi tertentu<sup>64</sup>

Berdasarkan kajian teori di atas beserta hasil data juga hasil wawancara dan observasi mengenai strategi program *instagram hack*, jenis strategi yang dilakukan oleh *instagram hack* yaitu strategi umum Michael Porter. Yang mana tiga landasan yang dikemukakan porter yaitu keunggulan biaya, diferensi dan fokus.

*Instagram Hack* adalah salah satu program berbasis web yang diluncurkan oleh *Content Academy* yang bisa membantu seseorang untuk menjadi konten kreator. Dalam web *Instagram Hack* terdapat video-video pembelajaran yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun. *Instagram*

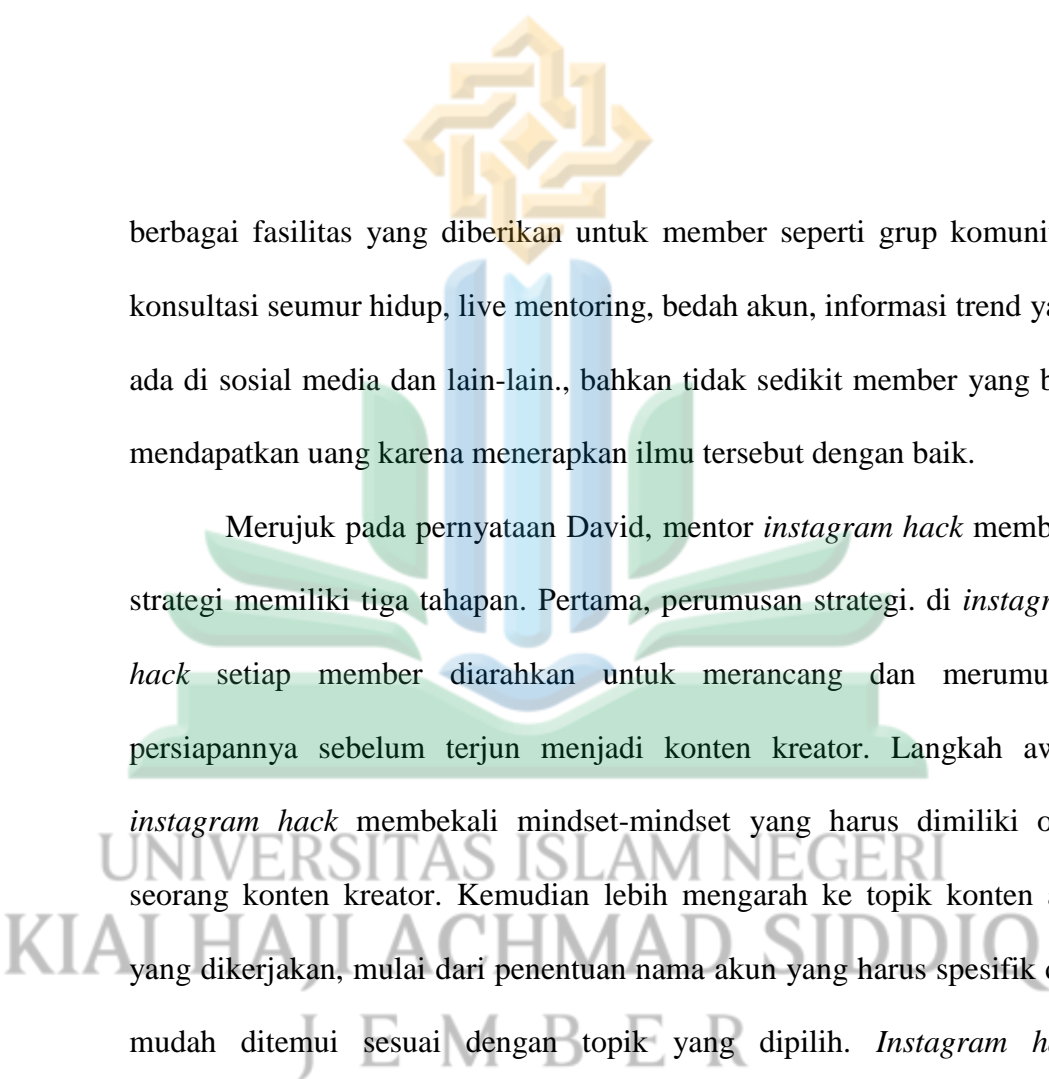
---

<sup>64</sup> Sondang Siagian, “Analisis Serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi” (Jakarta: PT. Gunung Agung, 1989), 17.

*hack* dapat dikatakan sukses karena banyak konten kreator yang berhasil di media sosial karena menerapkan ilmu yang ada di *instagram hack*.

Secara garis besar, konten kreator juga bersaing dengan ribuan konten kreator lainnya dalam memproduksi konten. Jika berdasarkan Koler dan Morissan tentang langkah-langkah yang digunakan konten kreator untuk merebut khalayak dalam persaingan pasar yakni meliputi *Segmentasi*, yang mana pada sesi ini konten kreator diminta untuk memahami jenis audiens yang akan dituju agar konten yang dibuat tidak salah tujuan dan tidak salah arah. Kemudian *targeting* mentor *instagram hack* mengajarkan konten kreator untuk memilih, menyeleksi dengan memakai teknik *audience centric* untuk menentukan siapa saja audiens yang akan dituju, umur berapa yang audiens yang akan dituju, kenapa dia harus memfollow kontennya. Ketiga yaitu *Positioning*, *Positioning* ini bergantung pada audiens menilai kita sebagai siapa, konten kreator desain grafis kah, atau konten kreator bisnis dan lain-lain. Yang nantinya mereka memfollow kita.

Kemudian jika merujuk kepada jenis strategi Porter, *instagram hack* lebih mengarah pada strategi diferensi, karena *instagram hack* lebih mengutamakan ilmu dan fasilitas yang diberikan, sehingga calon member tidak terlalu peduli dengan perubahan biaya yang terjadi. Dengan ilmu dan fasilitas yang diberikan, biaya berapapun untuk bergabung menjadi member pun seolah-olah tidak sebanding dengan ilmu dan fasilitas yang didapat seperti yang dikatakan oleh mentor. *Instagram Hack* menawarkan




berbagai fasilitas yang diberikan untuk member seperti grup komunitas, konsultasi seumur hidup, live mentoring, bedah akun, informasi trend yang ada di sosial media dan lain-lain., bahkan tidak sedikit member yang bisa mendapatkan uang karena menerapkan ilmu tersebut dengan baik.

Merujuk pada pernyataan David, mentor *instagram hack* membagi strategi memiliki tiga tahapan. Pertama, perumusan strategi. di *instagram hack* setiap member diarahkan untuk merancang dan merumusan persiapannya sebelum terjun menjadi konten kreator. Langkah awal,

*instagram hack* membekali mindset-mindset yang harus dimiliki oleh seorang konten kreator. Kemudian lebih mengarah ke topik konten apa yang dikerjakan, mulai dari penentuan nama akun yang harus spesifik dan mudah ditemui sesuai dengan topik yang dipilih. *Instagram hack* mengarahkan agar mencari topik yang sejalan dengan keahlian yang dimiliki. Namun jika tidak memiliki keahlian tertentu member harus mencari yang seirama dengan hobi atau pengalaman yang sering dilakukan. Dengan mempelajari *audience centric* sebagai panduan, akan mempermudah member dalam menyusun arah konten yang akan dibuat.

Kedua implemementasi strategi. Dalam membuat konten yang telah disusun, beberapa langkah yang diajarkan oleh *instagram hack* sangatlah detail dan tersusum. Mulai dari teknik pengambilan gambar hingga proses upload ke instagram. Adapun langkah-langkahnya meliputi pra produksi, proses produksi, proses *upload*, *pasca upload*.



Pra produksi ini, *instagram hack* mengarahkan untuk mencari ide dan materi konten terlebih dahulu. Ketika sudah menemukan ide konten, member diminta untuk membuat script dengan menggunakan teknik story telling yang tepat. Selain teknik story telling, member juga diarahkan untuk memilih bahasa yang berkualitas dan dapat difahami oleh audiens member. Untuk script dibebaskan kepada member, setiap member memiliki cara tersendiri untuk menyusun script konten. Setelah script konten telah dibuat langkah selanjutnya ialah menuju tahapan produksi konten.

Berlanjut ke tahap proses produksi, konten dibagi menjadi 2 tipe yaitu konten carousel dan reels. Jika konten carousel langsung menuju proses desain. Sedangkan kalau reels harus diawali dengan pengambilan gambar. *Instagram hack* mengajarkan dalam pengambilan gambar harus jelas, utamakan kondisi cahaya. Jika di luar ruangan bisa menggunakan sinar matahari saat *golden hour*, namun jika di dalam ruangan bisa menggunakan lighting. 3 sudut lighting yang direkomendasikan oleh *instagram hack* ialah *key light* (lampu utama), *fill light* (lampu tambahan) dan *back light* (lampu belakang) hal ini akan menambah kesan tersendiri dalam pengambilan video konten. Setelah proses pengambilan gambar, langkah selanjutnya ialah editing video. Proses ini menyesuaikan dengan keinginan member masing-masing. Setelah video jadi, langkah selanjutnya *instagram hack* menyarankan untuk membuat desain cover yang

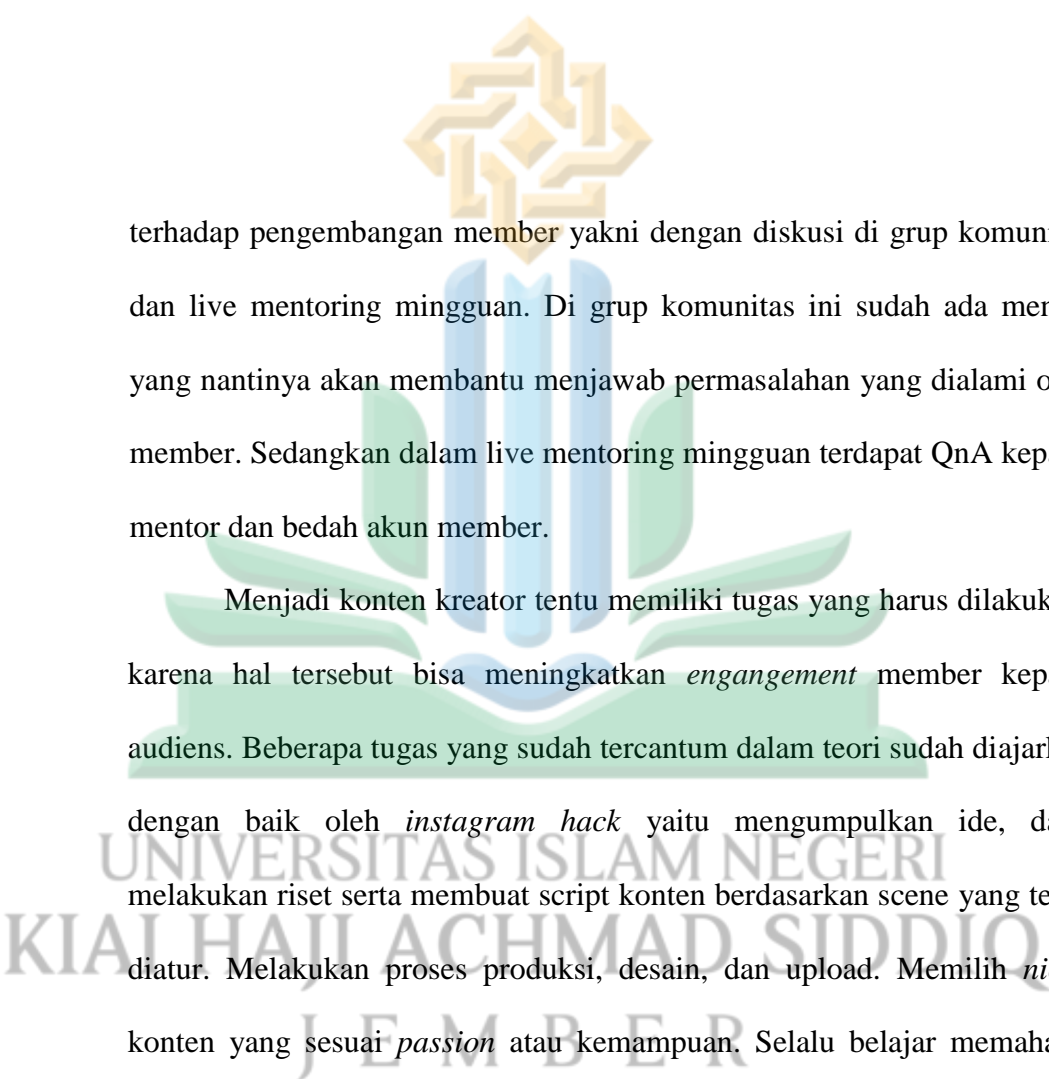
semenarik mungkin, dan membuat judul yang dapat menarik rasa penasaran audiens.

Jika konten sudah siap, selanjutnya beralih ke tahap upload konten. Strategi upload yang diajarkan oleh *instagram hack* itu tidak mewajibkan kita harus mengupload berapa kali dalam sehari, berapa kali dalam seminggu. *Instagram hack* hanya menyarankan agar member tidak mengupload konten yang berlebihan dalam satu hari, karena hal itu bisa membuat akun member di block oleh instagram. *Instagram hack*

memberikan arahan untuk upload sesuai dengan grow tidak nya akun member. Bisa jadi satu hari satu konten, 5 kali dalam seminggu, 4 kali dalam seminggu, bahkan 2 kali dalam seminggu. Hal ini menyesuaikan dengan kondisi media sosial masing-masing. Selain itu, proses upload juga harus memanfaatkan caption dan hastag yang relevan.

Setelah proses upload, member diminta untuk mengevaluasi dan memantau perkembangan kontennya. Selalu mencari dan mencoba jenis-jenis content sampai memperoleh winning content yang cocok dengan audiens. Setelah menemukan winning content yang tepat, maka konten itu lah yang sedang disukai oleh audiens member. *Instagram hack* juga memberikan arahan untuk selalu menganalisis dan *join the trend*, bergabung dengan trend yang sedang terjadi. Dengan hal itu maka akun member akan tergrow-up karena trend tersebut.

Ketiga, evaluasi strategi dan pengawasan. Terdapat beberapa hal yang dilakukan oleh *instagram hack* dalam mengevaluasi dan pengawasan



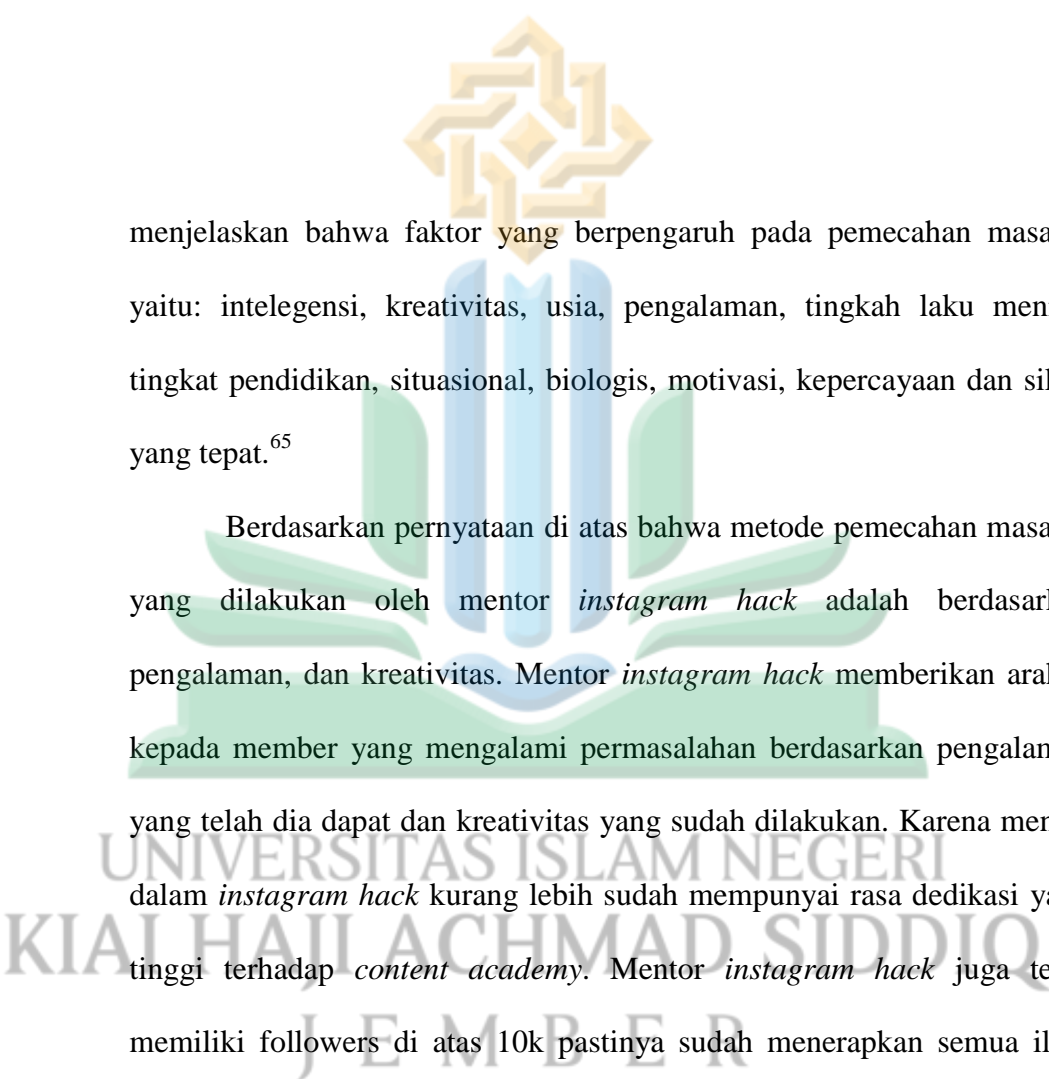
terhadap pengembangan member yakni dengan diskusi di grup komunitas dan live mentoring mingguan. Di grup komunitas ini sudah ada mentor yang nantinya akan membantu menjawab permasalahan yang dialami oleh member. Sedangkan dalam live mentoring mingguan terdapat QnA kepada mentor dan bedah akun member.

Menjadi konten kreator tentu memiliki tugas yang harus dilakukan, karena hal tersebut bisa meningkatkan *engagement* member kepada audiens. Beberapa tugas yang sudah tercantum dalam teori sudah diajarkan

dengan baik oleh *instagram hack* yaitu mengumpulkan ide, data, melakukan riset serta membuat script konten berdasarkan scene yang telah diatur. Melakukan proses produksi, desain, dan upload. Memilih *niche* konten yang sesuai *passion* atau kemampuan. Selalu belajar memahami dan mengembangkan informasi sesuai *platform* yang dipilih. Mengevaluasi konten yang telah diupload.

2. Langkah program *instagram hack* dalam membantu mengatasi permasalahan yang terjadi pada konten keator di *Content Academy*.

Salah satu fasilitas yang diberikan oleh *instagram hack* dalam menciptakan konten kreator ialah free konsultasi seumur hidup baik melalui grup komunitas atau live mentoring. Jika berdasarkan teori jenis masalah yang disampaikan Greeno, maka jenis yang sesuai dengan kondisi yang dialami member ialah masalah transformasi, yang mana dari masalah ini terdapat situasi tertentu dan ingin memperoleh sebuah perubahan terhadap situasi tersebut. Menurut Widanti, Hardjajani & Karyanta (2013)



menjelaskan bahwa faktor yang berpengaruh pada pemecahan masalah yaitu: intelegensi, kreativitas, usia, pengalaman, tingkah laku meniru, tingkat pendidikan, situasional, biologis, motivasi, kepercayaan dan sikap yang tepat.<sup>65</sup>

Berdasarkan pernyataan di atas bahwa metode pemecahan masalah yang dilakukan oleh mentor *instagram hack* adalah berdasarkan pengalaman, dan kreativitas. Mentor *instagram hack* memberikan arahan kepada member yang mengalami permasalahan berdasarkan pengalaman yang telah dia dapat dan kreativitas yang sudah dilakukan. Karena mentor dalam *instagram hack* kurang lebih sudah mempunyai rasa dedikasi yang tinggi terhadap *content academy*. Mentor *instagram hack* juga telah memiliki followers di atas 10k pastinya sudah menerapkan semua ilmu yang telah diberikan oleh *instagram hack*.

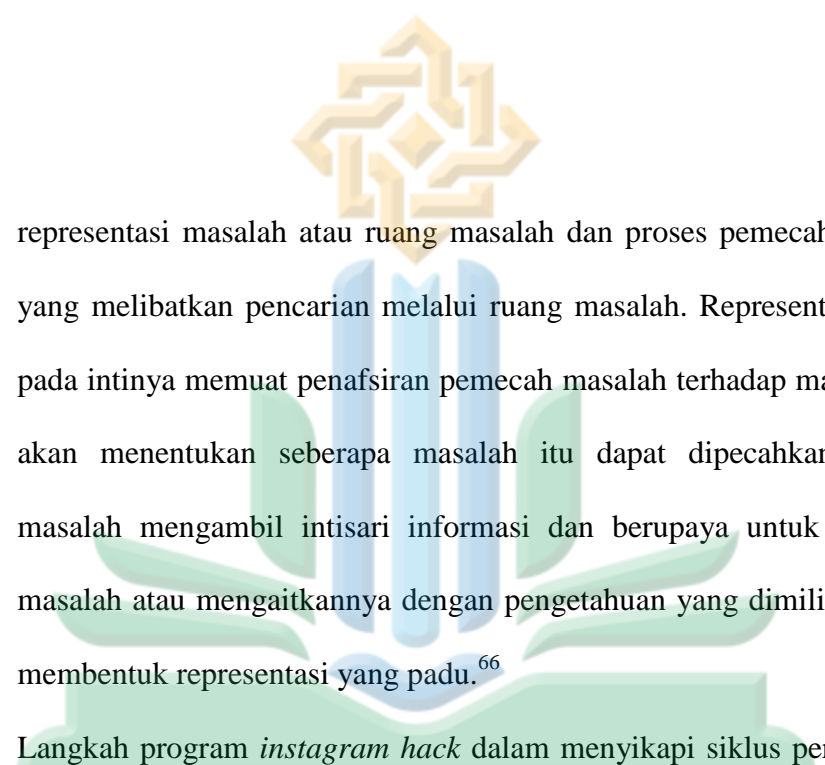
Media dalam membantu mengatasi permasalahan adalah grup komunitas dan live mentoring mingguan. Grup komunitas bertujuan untuk komunikasi, bersilaturahmi dan berkonsultasi baik antar member dengan mentor, atau dengan sesama member. Sementara live mentoring dilakukan selama 2 kali dalam seminggu, yang dihadiri oleh mentor-mentor yang telah bertugas. Dalam live mentoring tersebut terdapat sesi QnA untuk menjawab pertanyaan dari member.

Menurut teori pemrosesan informasi, memecahkan masalah yang *well-structured* mencakup dua proses penting yaitu pembentukan

---

<sup>65</sup> Anak Agung Ayu Ardela, “*Problem Solving* pada Mahasiswa Yang Aktif Berorganisasi”, (Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017), 4.





representasi masalah atau ruang masalah dan proses pemecahan masalah yang melibatkan pencarian melalui ruang masalah. Representasi masalah pada intinya memuat penafsiran pemecah masalah terhadap masalah, yang akan menentukan seberapa masalah itu dapat dipecahkan. Pemecah masalah mengambil intisari informasi dan berupaya untuk memahami masalah atau mengaitkannya dengan pengetahuan yang dimilikinya untuk membentuk representasi yang padu.<sup>66</sup>

3. Langkah program *instagram hack* dalam menyikapi siklus perkembangan media sosial.

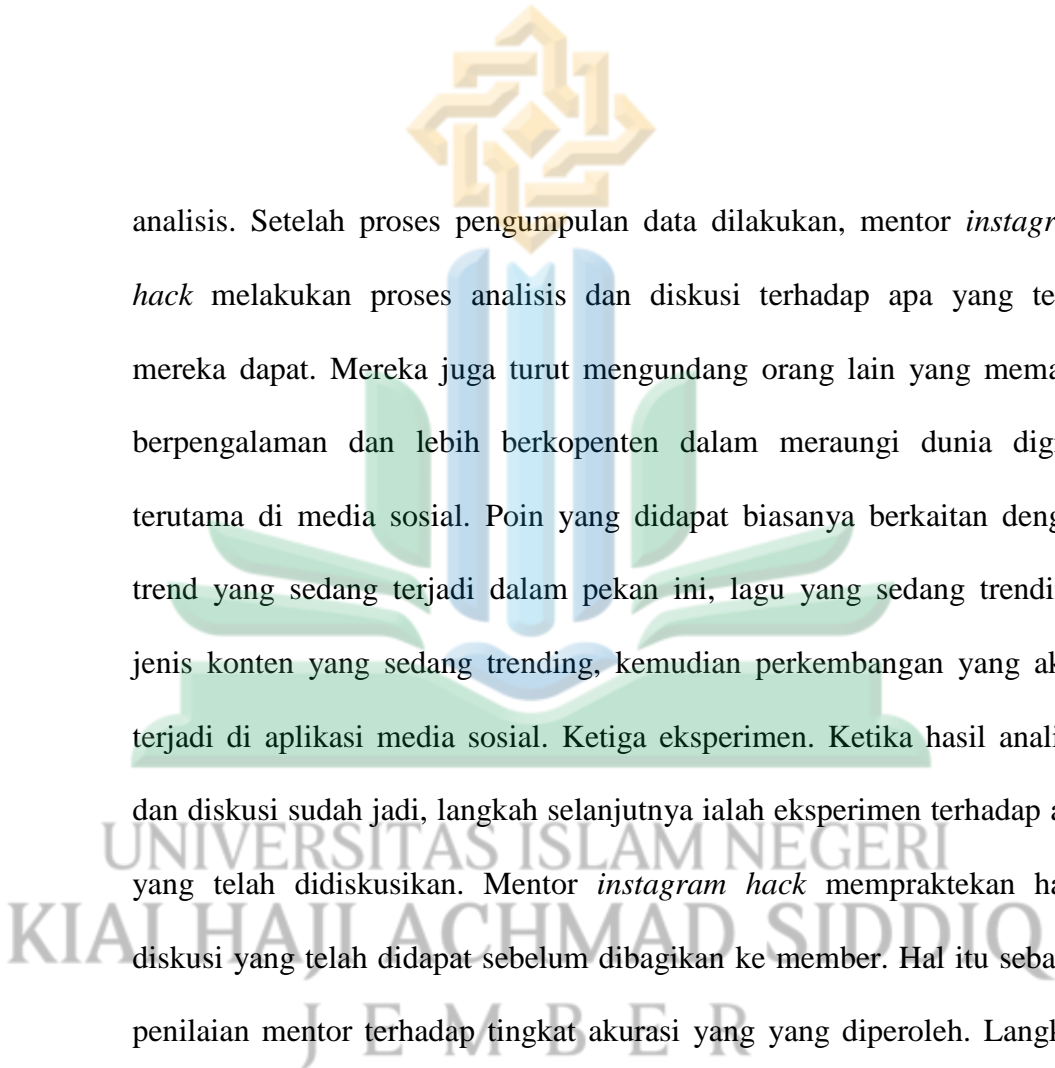
Menurut Mergel dan Bretschneider (2013), proses adopsi media sosial melewati tahapan-tahapan yang serupa dengan apa yang dilalui oleh semua teknologi informasi dan komunikasi baru ketika diperkenalkan, yaitu tahap eksperimen, tahap kekacauan terkoordinasi, dan tahap pelembagaan.<sup>67</sup>

Berdasarkan pernyataan di atas bahwa langkah mentor dalam menyikapi perkembangan media sosial adalah melalui pengamatan, analisis, eksperimen dan share. Langkah pertama, mentor *instagram hack* melakukan sebuah pengamatan terhadap perkembangan yang sedang terjadi di media sosial. Pengamatan tersebut dilakukan dengan mencari informasi di laman resmi media sosial tersebut, entah *instagram*, *Tiktok*, *youtube* dan lain-lain atau melalui media sosial masing-masing. Kedua,

---

<sup>66</sup> Bambang Suteng Sulasamono, "Problem Solving : Signifikasi, Pengertian, dan Ragamnya", *Satya Widya* 28, No. 2 (Desember 2012) : 161

<sup>67</sup> Rani Ramadhani, "Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dengan Baik dan Benar", (Sumatera Utara : Universitas Islam Negeri Sumatera Utara) : 4



analisis. Setelah proses pengumpulan data dilakukan, mentor *instagram hack* melakukan proses analisis dan diskusi terhadap apa yang telah mereka dapat. Mereka juga turut mengundang orang lain yang memang berpengalaman dan lebih berkopentem dalam meraungi dunia digital terutama di media sosial. Poin yang didapat biasanya berkaitan dengan trend yang sedang terjadi dalam pekan ini, lagu yang sedang trending, jenis konten yang sedang trending, kemudian perkembangan yang akan terjadi di aplikasi media sosial. Ketiga eksperimen. Ketika hasil analisis dan diskusi sudah jadi, langkah selanjutnya ialah eksperimen terhadap apa yang telah didiskusikan. Mentor *instagram hack* mempraktekan hasil diskusi yang telah didapat sebelum dibagikan ke member. Hal itu sebagai penilaian mentor terhadap tingkat akurasi yang yang diperoleh. Langkah akhir yaitu *Share*. Mentor membagikan informasi tersebut kepada member sehingga member juga dapat mempelajari dan juga mempraktekan tentang apa yang telah didiskusikan oleh mentor.

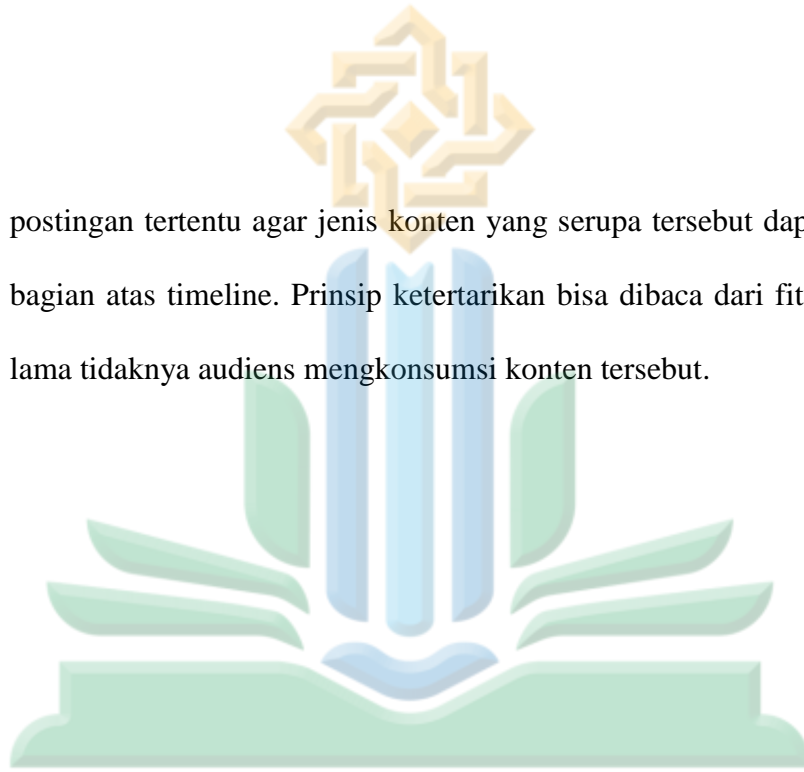
Instagram menerapkan enam prinsip dalam algoritmanya. Ini termasuk prinsip minat pengguna, hubungan antar pengguna, waktu unggahan yang tepat, seberapa sering pengguna melakukan unggahan, pengikut yang diikuti dan pola penggunaan platform itu sendiri.<sup>68</sup>

Menurut mentor *instagram hack*, prinsip algoritma yang paling berpengaruh ialah prinsip ketertarikan terhadap jenis topic tertentu dan prinsip mengikuti. Prinsip tersebut menunjukkan minat pada jenis

---

<sup>68</sup> Hendra Junawan, Nurdin Laugu, "Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram, dan Whatsapp ditengah Pandemi Covid-19 dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia", *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi* 4, No. 1, (2020) : 44

postingan tertentu agar jenis konten yang serupa tersebut dapat muncul di bagian atas timeline. Prinsip ketertarikan bisa dibaca dari fitur pencarian, lama tidaknya audiens mengonsumsi konten tersebut.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan peneliti tentang Strategi Program *Instagram Hack* dalam Menciptakan Kreator Muda di *Content Academy*. Maka simpulan yang dapat ditarik dari hasil keseluruhan penelitian sebagai berikut :

##### 1. Strategi *Instagram Hack* dalam Menciptakan Kreator Muda di *Content*

*Academy* yang telah berjalan ini memiliki strategi khusus. *Instagram Hack* lebih mementingkan terhadap *value* yang diberikan kepada konten kreator, sehingga konten kreator tidak terlalu memperdulikan nominal yang harus dikeluarkan untuk bergabung ke program tersebut. Seperti yang dikatakan oleh David tentang tahapan-tahapan strategi<sup>69</sup> yang harus dilalui yaitu perumusan strategi meliputi mindset yang harus dibangun oleh seorang konten kreator, menentukan target audiens dan menentukan niche yang akan dibahas. Implementasi strategi yang meliputi pra produksi, proses produksi, proses upload dan pasca upload. Terakhir adalah pengawasan dan evaluasi. *Instagram hack* terus memberikan yang terbaik kepada membernya untuk menunjang tujuan member yaitu menjadi konten kreator. Menurut Morisson kesuksesan suatu program ditentukan oleh kemampuan khalayaknya<sup>70</sup> Begitu juga yang dilakukan

---

<sup>69</sup> Fred R. David, *Manajemen Strategi dan Konsep*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 18

<sup>70</sup> Pratika Diah Vivanda, "*Strategi Program dalam Upaya Mempertahankan Rating Pada Program Talk Show "CERIWIS" TRANS TV*" (Skripsi, Institut Seni Indonesia, 2014), 24

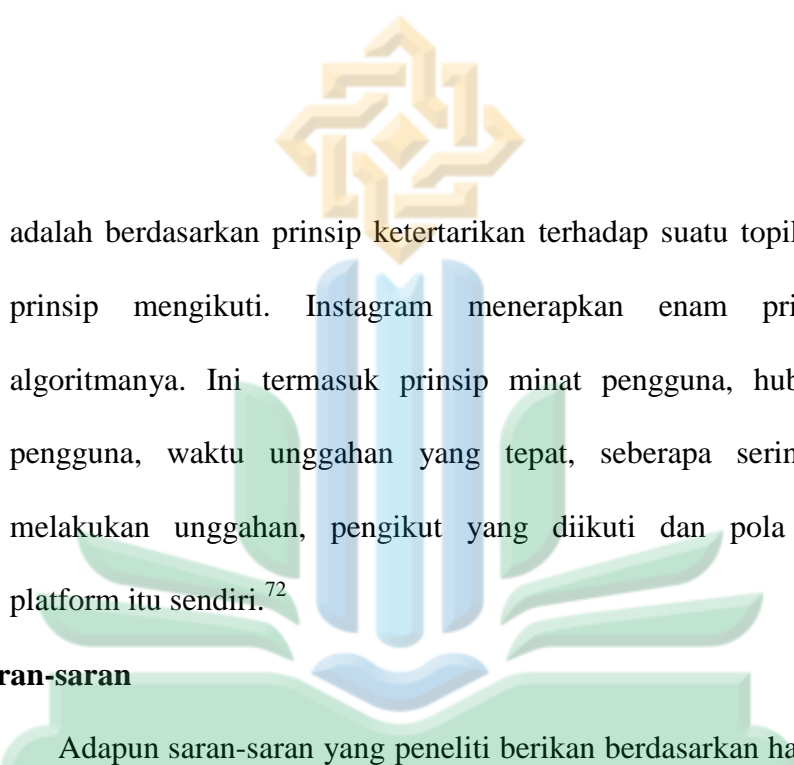


oleh mentor *Instagram Hack* sehingga member dapat menjadi konten kreator yang sukses.

2. Langkah program *instagram hack* dalam membantu mengatasi permasalahan yang terjadi pada konten keator di *Content Academy*. Jenis masalah yang dialami oleh member *instagram hack* ialah masalah transformasi yang menginginkan sebuah perubahan dari pemecahan masalah tersebut. Sebagaimana yang telah dilakukan oleh para mentor yaitu dengan menyediakan fasilitas berupa konsultasi seumur hidup melalui grup komunitas baik di telegram maupun discord dan melalui live mentoring mingguan. Mentor juga selalu memberikan motivasi kepada konten kreator sebagai pemacu ketika konten kreator sedang memiliki semangat yang rendah. Menurut teori pemrosesan informasi, memecahkan masalah yang *well-structured* mencakup dua proses penting yaitu pembentukan representasi masalah atau ruang masalah dan proses pemecahan masalah yang melibatkan pencarian melalui ruang masalah.<sup>71</sup>
3. Langkah program *instagram hack* dalam menyikapi siklus perkembangan media sosial. Seperti yang sudah dilakukan oleh mentor, mentor membuat tim khusus untuk mengamati, menganalisa, experiment dan membagikan informasi kepada konten kreator. Perkembangan media sosial meliputi algoritma yang ada di media sosial terutama di Instagram, jenis *trend* yang sedang berjalan, lagu yang sering dipakai dan lain-lain. Menurut mentor *instagram hack* algoritma instagram yang paling berpengaruh

---

<sup>71</sup> Bambang Suteng Sulasamono, "Problem Solving : Signifikasi, Pengertian, dan Ragamnya", *Satya Widya* 28, No. 2 (Desember 2012) : 161



adalah berdasarkan prinsip ketertarikan terhadap suatu topik konten dan prinsip mengikuti. Instagram menerapkan enam prinsip dalam algoritmanya. Ini termasuk prinsip minat pengguna, hubungan antar pengguna, waktu unggahan yang tepat, seberapa sering pengguna melakukan unggahan, pengikut yang diikuti dan pola penggunaan platform itu sendiri.<sup>72</sup>

## B. Saran-saran

Adapun saran-saran yang peneliti berikan berdasarkan hasil penelitian

ini adalah sebagai berikut :

1. Kepada para mentor *Instagram Hack* yang telah memfasilitasi konten kreator semoga selalu tetap istiqomah dalam menyalurkan ilmu dan pengalaman dengan aktif berdiskusi, aktif merespon kepada konten kreator yang ada di *Content Academy*.
2. Kepada para konten kreator yang tergabung di *instagram hack* semoga dapat selalu bersemangat dalam belajar dan memberikan manfaat kepada orang lain melalui konten-konten yang dibuat.
3. Kepada pembaca, semoga skripsi ini dapat dijadikan sebagai media informasi tentang strategi program *Instagram Hack* dalam menciptakan konten kreator di *Content Academy* dan sebagai pembelajaran bagi siapapun yang berkeinginan untuk menjadi seorang konten kreator serta dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian ke depan.

---

<sup>72</sup> Hendra Junawan, Nurdin Laugu, "Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram, dan Whatsapp ditengah Pandemi Covid-19 dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia", *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi* 4, No. 1, (2020) : 44



## DAFTAR PUSTAKA

### A. BUKU, JURNAL DAN SKRIPSI

Akbar, Ghani Rizqan, “Strategi Komunikasi Konten kreator Berdakwah di Instagram (Studi Kasus Pada Akun Instagram @sharehappinessid)” Skripsi, UIN Pasundan, Bandung, 2021

Amailia, Naili, “Strategi Kreatif Kreator Konten dalam Memproduksi Konten Video Dakwah di Instagram @bagussuhar”, Skripsi, UIN SUSKA Riau, 2021.

Ardela, Anak Agung Ayu, “*Problem Solving* pada Mahasiswa Yang Aktif Berorganisasi”. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017.

Arifin, Muhammad, “Strategi Manajemen Perubahan dalam Meningkatkan Disiplin di Perguruan Tinggi”, *Jurnal Edutech* 3, no 1, Maret 2017.

Chandraningrum, Diah Ayu, Grewsia Indah Putri, “Pemanfaatan Social Traffic untuk Meningkatkan Page Views pada Video Gagasan Isengin Acil! Leri Marah di Akun Youtube dan Instagram Dalam Pelu”, *Jurnal Prologia* 3, no. 2, Desember 2019.

David, Fred R. , *Manajemen Strategi dan Konsep*, Jakarta: Salemba Empat, 2011.

Haenlein, Michael, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*”. Bussines Horizons, 2010.

Hermawan, Daniel, “Konten kreator dalam Kacamata Industri Kreatif : Peran Personal Branding dalam Media Sosial”, Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.

Laugu, Nurdin , Hendra Junawan, “Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram, dan Whatsapp ditengah Pandemi Covid-19 dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia”, *Jurnal Ilmu Perpustakaan da Informasi* 4, no. 1, 2020.

Muamaroh, “Strategi Kreatif Muslimahdaily.com dalam Mengemas Konten Dakwah melalui Film Islami Embun Hijrah”, Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021.

Putri, Nabila Aisya, “Strategi Konten Kreator dalam Memproduksi Video Dakwah di Akun Tiktok @kak.jefri”, Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2022.

Radjab, Enny, Abd. Rahman Rahim, “Manajemen Strategi”. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017.

Ramadhani, Rani, “Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dengan Baik dan Benar”, Sumatera Utara : Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

- Rizal, Nasrul, "Informasi Berbasis Media Sosial pada Perpustakaan Digital", *Jurnal Pari*, Vol. 8, No. 1, 2022.
- Salim dan Syahrur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Citapustaka Media, 2012.
- Siagian, Sondang, "*Analisis Serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi*", Jakarta: PT. Gunung Agung, 1989.
- Soenarko, *Public Policy Pengertian Pokok untuk Memahami dan Analisa Kebijakan Pemerintah*, Surabaya: Universitas Airlangga, 2000.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&Di*, Bandung: ALFABETA, 2018.
- Sulasmono, Bambang Suteng, "*Problem Solving: Signifikansi, Pengertian, dan Ragamnya*", *Satya Widya* 28, no. 2, Desember 2012.
- Tim Penyusun, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember*, Jember, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021.
- Trigartati, Wulan, Yusti Amalia Sundawa, "Fenomena Conten Creator di Era Digital", *Jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat* 4, no. 2, 2018.
- Vivanda, Pratika Diyah, "Strategi Program Dalam Upaya Mempertahankan Rating Pada Program *Talk Show* "CERIWIS" TRANS TV", Skripsi, Institut Seni Indonesia, 2014.
- Yatminiwati, Mimin, "Manajemen Strategi", Lumajang: Widyagama Press, 2019.

## B. INTERNET

- Adi Ahdiat, "Mayoritas Warga RI cari Informasi di Media Sosial," <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/07/mayoritas-warga-ri-cari-informasi-di-media-sosial> ,diakses pada 7 September 2022
- Contentacademy.id, <https://contentacademy.id/> diakses pada 15 Januari 2022
- Monavi Ayu Rizaty, "Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia", <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022> diakses pada 28 November 2022
- Sindonews, "Content Academy." <https://tekno.sindonews.com/read/714803/207/content-academy-tempat-ngajarin-cara-bikin-konten-di-media-sosial-jadi-cuan-1647435814> diakses pada 28 November 2022



Sonora.id, “Arti Khoirunnas Anfaulum Linnas dan Keutamaannya dalam Islam”,  
<https://www.sonora.id/read/423764749/arti-khoirunnas-anfaulum-linnas-dan-keutamaannya-dalam-islam> diakses pada 11 November 2023



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :


Nama : Nur Ikhsan Adhitama Putro  
NIM : D20191100  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah  
Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Program *Instagram Hack* dalam Menciptakan Kreator Muda di *Content Academy*” ini adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustakan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 14 November 2023

Saya yang menandatangani

  
Nur Ikhsan Adhitama Putro  
NIM. D20191100



## MATRIK PENELITIAN

NAMA : NUR IKHSAN ADHITAMA PUTRO  
 NIM : D20191100  
 PRODI/FAKULTAS : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Strategi Program <i>Instagram Hack</i> dalam Menciptakan Kreator Muda di <i>Content Academy</i> .	1. Strategi Program	a. Penerapan strategi program  b. Menyikapi permasalahan  c. Mempelajari perkembangan media sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perumusan strategi</li> <li>- Implementasi strategi</li> <li>- Evaluasi dan Pengawasan Strategi</li> <li>- Identifikasi masalah</li> <li>- Metode <i>Problem Solving</i></li> <li>- Langkah memahami perkembangan media sosial</li> </ul>	1. Primer : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pimpinan sekaligus mentor utama.</li> <li>- Mentor lain</li> <li>- Konten Kreator (Member)</li> </ul> 2. Sekunder : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dokumentasi</li> <li>- Jurnal</li> <li>- Skripsi</li> <li>- Sumber lainnya</li> </ul>	1. Pendekatan Penelitian : Kualitatif 2. Jenis Penelitian : Studi Kasus 3. Lokasi Penelitian : PT. Muda Cuma Sekali, Ruko Fantasy Junction Balikpapan 4. Pengumpulan data : <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Observasi Partisipatif moderat</li> <li>b. Wawancara dengan teknik <i>Purposive Sampling</i> dan <i>Snowball Sampling</i></li> <li>c. Dokumentasi</li> </ul> 5. Analisis Data : <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kondensasi Data</li> <li>b. Penyajian Data</li> <li>c. Penarikan</li> </ul>	1. Bagaimana Strategi yang diterapkan dalam Program <i>Instagram Hack</i> dalam Menciptakan Kreator Muda di <i>Content Academy</i> ? 2. Bagaimana langkah yang diterapkan program <i>Instagram Hack</i> dalam Membantu Mengatasi Permasalahan yang Terjadi pada Konten Kreator di <i>Content Academy</i> ? 3. Bagaimana Langkah yang Dilakukan Program <i>Instagram Hack</i> dalam Menyikapi
	2. Konten	a. Proses	- Pra Produksi			

	Kreator	pembuatan konten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proses Produksi</li> <li>- Proses Upload</li> <li>- Pasca Upload</li> </ul>	Kesimpulan	Siklus Perkembangan Media Sosial demi Terciptanya Kreator Muda di <i>Content Academy?</i>
--	---------	------------------	--	------------	---

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
 J E M B E R




## JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No	Hari/Tanggal	Jenis Kegiatan	Keterangan
1	Senin, 09 Oktober 2023	Penyerahan surat izin penelitian	✓
2	Rabu, 11 Oktober 2023	Wawancara pertama bersama mba Kurniawati	✓
3	Minggu, 15 Oktober 2023	Wawancara kedua bersama bang Aldio Pramudya	✓
4	Senin, 16 Oktober 2023	Wawancara ketiga bersama bang Rialdy Maulana	✓
5	Selasa, 17 Oktober 2023	Wawancara keempat bersama bang Rivaldo Gunawan	✓
6	Rabu, 18 Oktober 2023	Wawancara kelima bersama mba Cindy Unggana	✓
7	Kamis, 19 Oktober 2023	Wawancara ke enam bersama bang Ezra Al Fatah	✓

UNIVERSITAS ISLAM JEMBER  
Balikpapan, 14 November 2023  
Pimpinan Content Academy

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

  
Aldio Pramudya Gunadi

## SURAT IZIN PENELITIAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
FAKULTAS DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

Jl. Mataram No. 1 Mangli, Jember, Kode Pos 68136  
Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005 e-mail: [fakultasdakwah@uinkhas.ac.id](mailto:fakultasdakwah@uinkhas.ac.id)  
Website : <http://fdakwah.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B.1951/Un.22/6.a/PP.00.9/06/2023 12 Juni 2023  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Tempat Penelitian Skripsi

Yth.  
Pimpinan Akademi Creator

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan ini kami memohon dengan hormat agar mahasiswa berikut :

Nama : Nur Ikhsan Adhitama P

NIM : D20191100

Fakultas : Dakwah

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Semester : VIII (delapan)

Dalam rangka penyelesaian / penyusunan skripsi, yang bersangkutan mohon dengan hormat agar diberi ijin mengadakan penelitian / riset selama ± 30 hari di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Penelitian yang akan dilakukan berjudul "Strategi Program Instagram Hack dalam Menciptakan Kreator Muda di Content Academy."

Demikian atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



An. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik

*Siti Raudhatul Jannah*





## SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN



Ruko Fantasy Junction Balikpapan Baru Blok FJ 3 No. 16  
Kelurahan Damai Baru Kecamatan Balikpapan Selatan Kalimantan  
Timur. [contentacademy@gmail.com](mailto:contentacademy@gmail.com) 0811-4089-090

### SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini. Pimpinan Content Academy, menerangkan dengan sesungguhnya :

Nama : Nur Ikhsan Adhitama P

NIM : D20191100

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

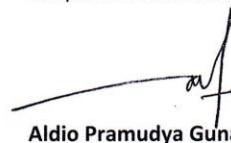
Fakultas : Dakwah

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah melakukan penelitian dengan judul "Strategi Program *Instagram Hack* dalam menciptakan Kreator Muda di *Content Academy*" yang dimulai tanggal 10 Oktober s.d 10 November 2023 dengan baik.

Demikian surat ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

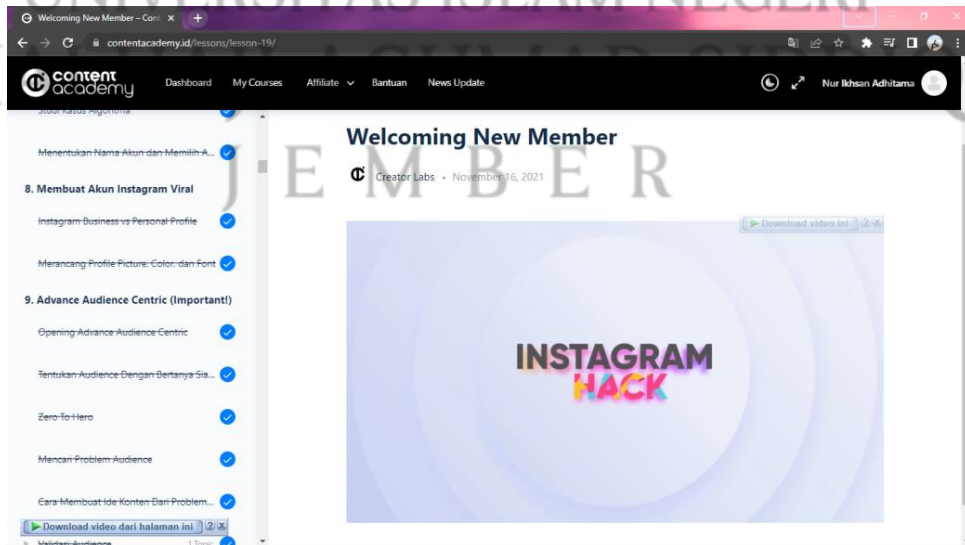
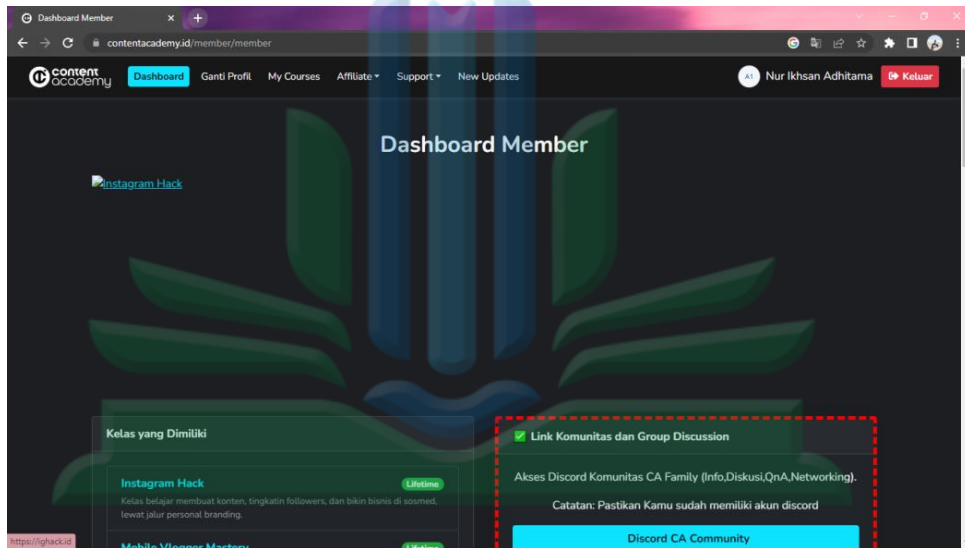
Balikpapan, 11 November 2023  
Pimpinan Content Academy



**Aldio Pramudya Gunadi**



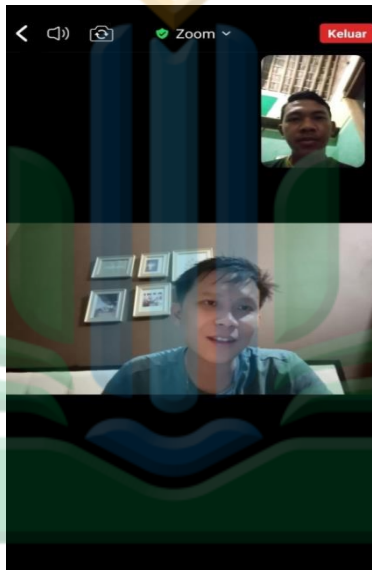
## DOKUMENTASI



Dashboard Member Content Academy. Diakses pada 13 Maret 2023.

Memperlihatkan materi yang disampaikan melalui web.





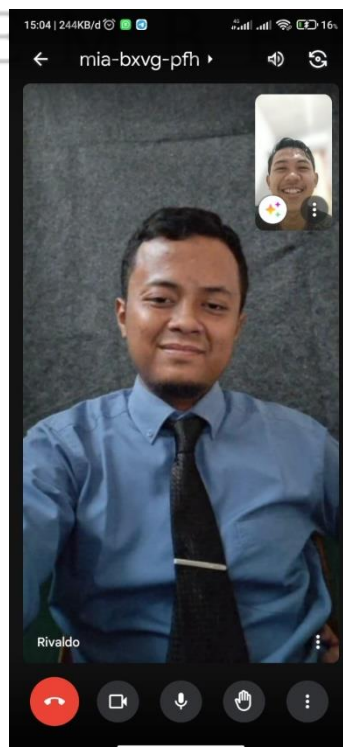
Wawancara dengan Bang Aldio Pramudya pada tanggal 15 Oktober 2023. Beliau merupakan mentor utama *instagram hack* yang dijadikan sebagai informan utama dalam penelitian ini.



Wawancara dengan Bang Ezra Al-Fatah pada tanggal 19 Oktober 2023. Beliau adalah mentor tambahan yang ditunjuk oleh Bang Aldio untuk membantu mengawal member.



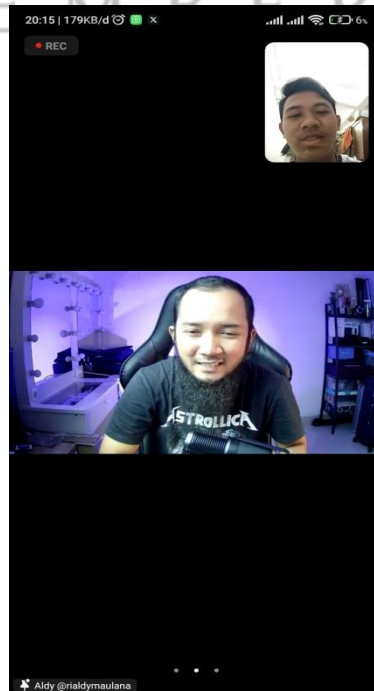
Wawancara dengan mbak Kurniawati pada tanggal 11 Oktober 2023. Beliau merupakan konten kreator yang fokus terhadap UMKM.



Wawancara dengan Bang Rivaldo pada 17 Oktober 2023. Beliau merupakan konten kreator yang menggeluti bidang bahasa arab.



Wawancara dengan Mbak Cindy Unggana pada 18 Oktober 2023. Beliau merupakan konten kreator yang berfokus pada makanan bagi orang diet. Mbak Cindy adalah pemilik akun yang mengalami kenaikan secara signifikan dalam waktu yang relative singkat.



Wawancara dengan Bang Aldy pada 16 Oktober 2023. Beliau merupakan mentor yang telah ditunjuk untuk membantu mengawal para member di *instagram hack*.



## BIODATA PENULIS



### Biodata Diri

Nama : Nur Ikhsan Adhitama Putro  
NIM : D20191100  
Tempat Tanggal Lahir : Lumajang, 14 November 2000  
Alamat : Jl. Raya Labruk Kidul, RT/RW. 059/008 Desa  
Labruk Kidul Kecamatan Sumbersuko kabupaten  
Lumajang.  
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Email : [adhitamaputro@gmail.com](mailto:adhitamaputro@gmail.com)

### Riwayat Pendidikan

2007-2013 : SDN Kebonsari  
2013-2016 : SMPN 5 Lumajang  
2016-2019 : SMK Syarifuddin  
2019-2023 : UIN KH. Achmad Siddiq Jember

### Pengalaman Organisasi

1. Pramuka
2. Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia
3. Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
4. Ikatan Mahasiswa Islam Lumajang