

**ANALISIS KONTEN MEDIA SOSIAL TUGU MEDIA GROUP DALAM
MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* DI INSTAGRAM**

SKRIPSI

Oleh:

Owin Saputra

NIM: 20221700411024



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN USHULUDDIN**

UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM

MOJOKERTO

2026

SKRIPSI

ANALISIS KONTEN MEDIA SOSIAL TUGU MEDIA GROUP DALAM MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* DI INSTAGRAM

Diajukan kepada:

Fakultas Dakwah dan Ushuluddin Universitas KH. Abdul Chalim untuk
memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana
Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh:

Owin Saputra

NIM: 20221700411024

Dosen Pembimbing:

Puji Laksono, M.Si

NIDN. 2127108603

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN USHULUDDIN

UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM

MOJOKERTO

2026

ABSTRACT

Saputra, Owin. 2026, Analysis of Tugu Media Group's Social Media Content in Increasing Engagement on Instagram, Thesis of Islamic Communication and Broadcasting Study Program, KH University. Abdul Chalim, Supervisor: Puji Laksono, M.Si

Keywords: Content Analysis, Social Media, Tugu Media Group, Engagement on Instagram

Social media has become an important medium for news organizations to disseminate information and build interaction with their audiences. Instagram is utilized by Tugu Media Group to present information through photographs, carousels, reels, and other forms of content. However, each post receives different levels of audience response. This condition indicates that a high volume of content does not always result in high engagement. Therefore, this study aims to examine how Tugu Media Group's social media content contributes to increasing engagement on Instagram.

This study employed a descriptive qualitative method using a content analysis approach. Data were collected through observation of Instagram posts, interviews with individuals involved in content management, and documentation. The analysis focused on content format, themes, visual presentation, captions, and audience responses. The data were analyzed through data reduction, data display, and conclusion drawing. Data credibility was ensured through source, technique, and time triangulation.

The findings show that engagement is influenced by topic relevance, the timeliness of information, visual appeal, and content presentation. Content that is closely related to the audience and presented attractively tends to generate higher interaction. This study concludes that increasing engagement does not depend solely on the number of posts but also on content quality and presentation strategies that suit audience needs and the characteristics of Instagram.

الملخص

سابوترا، أوين. 2026، تحليل محتوى وسائل التواصل الاجتماعي لمجموعة توغو الإعلامية في زيادة التفاعل على إنستغرام، أطروحة برنامج دراسة الاتصال والبلث الإسلامي، جامعة KH. عبد السلام، المشرف: بوجي لأكسونو، M.Si

الكلمات المفتاحية: تحليل المحتوى، وسائل التواصل الاجتماعي، مجموعة توغو الإعلامية، التفاعل على إنستغرام

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة مهمة تستخدمها المؤسسات الإعلامية لنشر المعلومات وبناء التفاعل مع الجمهور. وتستفيد مجموعة توغو ميديا من منصة إنستغرام لتقديم المعلومات من خلال الصور والمنشورات المتعددة والريلز وغيرها من أشكال المحتوى. إلا أن كل منشور يحصل على مستوى مختلف من استجابة الجمهور، مما يدل على أن كثرة المحتوى المنشور لا تؤدي بالضرورة إلى ارتفاع مستوى التفاعل. لذلك، يهدف هذا البحث إلى معرفة كيفية مساهمة محتوى وسائل التواصل الاجتماعي لمجموعة توغو ميديا في زيادة التفاعل على منصة إنستغرام.

استخدم هذا البحث المنهج النوعي الوصفي من خلال مدخل تحليل المحتوى. وتم جمع البيانات عن طريق الملاحظة، والمقابلات مع الأطراف المشاركة في إدارة المحتوى، والتوثيق. وركز التحليل على شكل المحتوى وموضوعه وعناصره البصرية والنصوص المصاحبة له واستجابة الجمهور. ثم تم تحليل البيانات من خلال اختزال البيانات وعرضها واستخلاص النتائج، مع استخدام التثليث في المصادر والتقنيات والزمن للتحقق من مصداقية البيانات.

أظهرت نتائج البحث أن مستوى التفاعل يتأثر بمدى ارتباط الموضوع بالجمهور، وحدثا المعلومات، وجاذبية العناصر البصرية، وطريقة تقديم المحتوى. وتميل المنشورات القريبة من اهتمامات الجمهور والمقدمة بصورة جذابة إلى الحصول على تفاعل أكبر. ويخلص البحث إلى أن زيادة التفاعل لا تعتمد فقط على عدد المنشورات، بل أيضًا على جودة المحتوى واستراتيجية تقديمه بما يتناسب مع احتياجات الجمهور وطبيعة منصة إنستغرام.

UNIVERSITAS
KH. ABDUL CHALIM

ABSTRAK

Saputra, Owin. 2026, Analisis Konten Media Sosial Tugu Media Group Dalam Meningkatkan *Engagement* Di Instagram, Skripsi Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas KH. Abdul Chalim, Pembimbing: Puji Laksono, M.Si

Kata Kunci: Analisis Konten, Media Sosial, Tugu Media Group, Engagement Di Instagram

Media sosial menjadi sarana penting bagi media dalam menyebarkan informasi dan membangun interaksi dengan audiens. Instagram dimanfaatkan oleh Tugu Media Group untuk menyajikan berbagai informasi melalui foto, carousel, reels, dan bentuk konten lainnya. Namun, setiap unggahan memperoleh tingkat respons yang berbeda. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa banyaknya konten yang dipublikasikan tidak selalu menghasilkan engagement yang tinggi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konten media sosial Tugu Media Group dalam meningkatkan engagement di Instagram.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis konten. Data diperoleh melalui observasi terhadap unggahan Instagram, wawancara dengan pihak yang terlibat dalam pengelolaan konten, dan dokumentasi. Analisis dilakukan terhadap format, tema, visual, caption, serta respons audiens. Data kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diperiksa menggunakan triangulasi sumber, teknik, dan waktu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa engagement dipengaruhi oleh relevansi topik, aktualitas informasi, daya tarik visual, dan format penyajian konten. Konten yang dekat dengan kehidupan audiens dan dikemas secara menarik cenderung memperoleh respons yang lebih tinggi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan engagement tidak hanya bergantung pada jumlah unggahan, tetapi juga pada kualitas dan strategi penyajian konten yang sesuai dengan kebutuhan audiens dan karakteristik Instagram.