



UNIVERSITAS NASIONAL
KONTEN KREATIF DIGITAL SIDE DALAM MENINGKATKAN
ENGAGEMENT RATE MELALUI KONTEN REELS
INSTAGRAM @SIDEUP.MEDIA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

Haliza Nurihsan

223516516105

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

JAKARTA

2025



UNIVERSITAS NASIONAL

**CREATIVE DIGITAL CONTENT OF SIDE IN INCREASING
ENGAGEMENT RATE THROUGH INSTAGRAM REELS CONTENT
@SIDEUP.MEDIA**

THESIS

Submitted as partial fulfilment of the requirements for the Bachelor

Haliza Nurihsan

223516516105

FACULTY OF SOCIAL SCIENCES AND POLITICAL SCIENCE

COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM

JAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Haliza Nurihsan

NPM : 223516516105

Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 04 Mei 2003

Judul Skripsi : Konten Kreatif Digital Side dalam Meningkatkan Engagement Rate melalui Konten Reels Instagram @sideup.media.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, serta semua sumber yang saya kutip maupun rujuk telah saya nyatakan dengan benar adanya. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan yang tertulis dalam lembar ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya:

Jakarta, 4 Oktober 2025

Saya yang membuat surat pernyataan



Haliza Nurihsan

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Haliza Nurihsan

Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516105

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Kekhususan : Public Relations

Judul Skripsi : Konten Kreatif Digital Side dalam Meningkatkan Engagement Rate melalui Konten Reels Instagram @sideup.media.

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 24 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Prof. Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Swastiningsih, S.E., M.Si

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Haliza Nurihsan
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516105
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Public Relations
Judul Skripsi : **Konten Kreatif Digital Side dalam Meningkatkan Engagement Rate melalui Konten Reels Instagram @sideup.media.**
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disahkan

Jakarta, 24 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Prof. Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si



Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Aas Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si

LEMBAR PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Haliza Nurihsan

NPM : 223516516105

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : KONTEN KREATIF DIGITAL SIDE DALAM
MENINGKATKAN ENGAGEMENT RATE MELALUI KONTEN
REELS INSTAGRAM @SIDEUP.MEDIA

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Dra. Nuriyati Samatan, M.Ag. (.....)

Penguji I : Nieke Monika Kulsum, SE., M.Si. (.....)

Pembimbing : Prof. Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si. (.....)

Ditetapkan di : Universitas Nasional

Tanggal : 09 Maret 2026

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas Rahmat, taufik, dan hidayah-nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pemanfaatan Coffee Shop Sebagai Ruang Ketiga Oleh Mahasiswa Universitas Nasional Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Soisal dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Penyusunan skripsi ini tentu tidak lepas dari dukungan, doa, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si. Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Mary Ismowati, S.Sos., M.Si. Wakil Dekan 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Ibu Swastiningsih, S.E., M.Si. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional
6. Ibu Cyntia Dewi Anggraini, S.I.Kom., M.I.Kom, Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
7. Ibu Prof. Dr. Sri Desti Purwatingsih M.Si Selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
8. Orang tua tercinta, Bapak Moh.Ihsan dan Ibu Nurliana atas semua doa yang tidak pernah putus, untuk segala support dan pengorbanannya selama dua puluh dua tahun ini. Terima kasih karna selalu menjadi tempat pulang paling aman saat penulis merasa lelah, ragu, dan hampir menyerah. Semoga apa yang dicapai hari ini bisa menjadi kebanggaan dan balasan atas cinta kasih tanpa syarat yang telah diberikan. tolong untuk hidup dalam waktu yang lama, terus menemani disetiap langkah dan pencapaian lainnya. Saya sangat dan selalu sayang kalian!
9. Muhammad Zaki adik, teman dan musuh pertama penulis. Terima kasih, sudah menjadi penghibur dan teman di setiap malam yang sepi, lelah dan stres, entah

lewat hal receh, tawa tiba-tiba, atau sekadar kehadiranmu. Semoga apa yang penulis capai hari ini bisa jadi motivasi kecil, dan semoga akan terus tumbuh bersama dengan baik.

10. Tiarawani Suci, teman seperjuangan penulis. Sembilan tahun berharga dan sangat penulis syukuri dari masa SMP, SMA, hingga proses penulisan skripsi ini. Terima kasih untuk selalu menemani dalam melewati semua hal bersama. Kehadiranmu sungguh sangat berarti untuk penulis.
11. Rizkika Amalia, Indi Karimah, dan Salwa Nailah selaku teman terdekat penulis yang menjadi tempat berbagi cerita selama lebih dari tujuh tahun. Terima kasih untuk cerita, pelukan hangat, dan semangat yang telah diberikan.
12. Sahabat penulis dari semester satu Audinda Nurhaliza, dan Berliani K Sativa yang senantiasa membantu, memberikan saran dan motivasi kepada penulis selama masa perkuliahan
13. Dan teman-teman seperjuangan penulis selama masa perkuliahan, Rifa Aprilia, Shafa Arinda, Salsa Arnisa Dwiyantri, Gladys Rahma Pratiwi yang selalu memberikan bantuan dan dukungan untuk terus berjuang dalam menyelesaikan perkuliahan ini dengan baik.
14. Semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya pembuatan skripsi maupun dalam penyusunan yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
15. Serta terima kasih kepada Daniel Baskara Putra Mahendra yang sudah membuat lirik lagu yang maknanya begitu menginspirasi dan sudah menemani penulis disaat mengerjakan skripsi.
16. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for quitting, I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.*

Akhir kata, penulis sekali lagi mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan menemani dalam penyusunan skripsi ini.

Jakarta, 25 Februari 2026

Haliza Nurihsan

ABSTRAK

Nama : Haliza Nurihsan

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Konten Kreatif Digital Side dalam Meningkatkan Engagement Rate melalui Konten Reels Instagram @sideup.media.

Pembimbing : Prof. Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan konten kreatif digital Side Up Media dalam meningkatkan engagement rate melalui fitur Reels Instagram pada akun @sideup.media. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memahami praktik komunikasi digital yang diterapkan dalam perencanaan, produksi, dan penyajian konten Reels Instagram, serta interaksi yang terbangun antara akun dan audiens. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi terhadap aktivitas Reels Instagram @sideup.media, serta dokumentasi digital berupa konten dan insight Instagram.

Subjek penelitian adalah tim pengelola konten Side Up Media, sedangkan objek penelitian adalah konten Reels Instagram @sideup.media. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman (1994) yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teori utama yang digunakan adalah Computer-Mediated Communication (CMC) oleh Joseph B. Walther untuk menjelaskan proses komunikasi dan interaksi audiens di media sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan konten kreatif digital Side Up Media dilakukan secara terstruktur dan adaptif melalui penguatan visual, narasi singkat, serta penyajian konten yang menyesuaikan karakteristik platform Instagram Reels. Konten Reels berfungsi tidak hanya sebagai media informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi digital yang mendorong keterlibatan audiens. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi akademik dan praktis dalam pengelolaan konten kreatif digital di media sosial.

Kata Kunci: Konten Kreatif Digital, *Computer-Mediated Communication*, *Engagement Rate*, Instagram Reels, Side Up Media

ABSTRACT

Nama : Haliza Nurihsan

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Konten Kreatif Digital Side dalam Meningkatkan Engagement Rate melalui Konten Reels Instagram @sideup.media.

Pembimbing : Prof. Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

This study aims to analyze the management of creative digital content by Side Up Media in increasing engagement rate through Instagram Reels on the @sideup.media account. This research employs a qualitative approach with a descriptive method to examine digital communication practices in the planning, production, and presentation of Instagram Reels content, as well as the interactions formed between the account and its audience. Data were collected through in-depth interviews, observation of Reels activities on @sideup.media, and digital documentation in the form of content and Instagram insights.

The research subjects consist of the content management team of Side Up Media, while the object of the study is Instagram Reels content on the @sideup.media account. Data analysis refers to the Miles and Huberman (1994) model, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing. The main theoretical framework used in this study is Computer-Mediated Communication (CMC) proposed by Joseph B. Walther, to explain communication processes and audience interaction in digital media.

The results indicate that Side Up Media's creative digital content management is conducted in a structured and adaptive manner through strong visual elements, concise narratives, and content presentation aligned with the characteristics of Instagram Reels. Reels function not only as a medium for information delivery but also as a digital interaction space that encourages audience engagement. This study is expected to contribute both academically and practically to the development of creative digital content strategies in social media.

Keywords: Creative Digital Content, Computer-Mediated Communication, Engagement Rate, Instagram Reels, Side Up Media

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	1
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	9
2.2 Landasan Teori	14
2.3 Landasan Konsep	17
2.3.1 Konten Kreatif Digital	17
2.3.2 Engagement rate	22
2.3.3 Instagram Reels.....	25
2.4 Kerangka Pemikiran.....	28
2.5 Model Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1 Paradigma Penelitian	32
3.2 Pendekatan Penelitian.....	33
3.3 Metode Penelitian.....	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5 Jenis Data	38
3.6 Teknik Pemilihan Informan	39
3.7 Teknik Analisis Data.....	41
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	43

3.9 Waktu dan Tempat Penelitian.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	47
4.1.1 Profile sIDE (@sideup.media).....	47
4.1.2 Visi dan Misi sIDE.....	49
4.1.3 Logo dan Makna Logo.....	50
4.1.4 Struktur Organisasi sIDE.....	52
4.1.5 Identitas Kreatif sIDE.....	53
4.1.6 Konten Reels sIDE.....	55
4.2 Profile Informan.....	57
4.3 Hasil Penelitian.....	60
4.4 Pembahasan.....	80
4.4.1 Konten Creative Digital dalam teori Computer-Mediated Communication.....	82
4.4.2 Storytelling Digital dalam teori Computer-Mediated Communication.....	83
4.4.3 Visual Editing dalam teori Computer-Mediated Communication.....	84
4.4.4 Algoritma Instagram Reels dalam teori Computer-Mediated Communication.....	85
BAB V PENUTUP.....	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran-Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2. 5 Kerangka Pemikiran	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Instagram di Indonesia (Januari 2025).....	1
Gambar 1.2 Tampilan Akun Instagram @sideup.media.....	3
Gambar 4.1 Bio Instagram.....	48
Gambar 4.2 Logo sIDE.....	50
Gambar 4.3 Struktur Organisasi sIDE.....	52
Gambar 4.4 Feeds Konten Reels sIDE.....	56
Gambar 4.5 Contoh Reels @sideup.media berbasis tren.....	62
Gambar 4.6 Konsistensi warna dan font Reels @sideup.media.....	63
Gambar 4.7 Alur storytelling dalam Reels @sideup.media	68
Gambar 4.8 Contoh Reels sIDE dengan storytelling ringan	70
Gambar 4.9 Konsistensi warna dan font pada Reels @sideup.media	73
Gambar 4.10 Insight Tayangan Konten Instagram sIDE (90 hari terakhir)	76
Gambar 4.11 Distribusi Jangkauan Berdasarkan Jenis Konten	77
Gambar 4.12 Insight Tayangan Reels berdasarkan Pengikut dan Non-Pengikut	78
Gambar 4.13 Insight Interaksi Konten Reels sIDE	79