



# **ANALISIS STRATEGI KREATIF *CONTENT CREATOR* DALAM MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* KONTEN WISATA KULINER DI INSTAGRAM @KELILINGBOGOR.ID**

**SALWA PUTRI AWALINA**



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2024**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Analisis Strategi Kreatif *Content Creator* dalam Meningkatkan *Engagement* Konten Wisata Kuliner di Instagram @Kelilingbogor.id.” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Mei 2024

Salwa Putri Awalina  
J0301201150

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## ABSTRAK

SALWA PUTRI AWALINA. Analisis Strategi Kreatif *Content Creator* dalam Meningkatkan *Engagement* Konten Wisata Kuliner di Instagram @Kelilingbogor.id. dibimbing oleh HUDI SANTOSO dan MUHAMMAD AL FARISSY.

Radar Bogor merupakan perusahaan media berita lokal wilayah Bogor yang juga menyajikan konten wisata kuliner selain konten pemberitaan. *Content creator* Keliling Bogor menerapkan strategi kreatif untuk meningkatkan *engagement* dari konten wisata kuliner yang diproduksi. Namun penerapan strategi kreatif tersebut pada kenyataannya tidak menjamin *engagement* mengalami peningkatan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi kreatif *content creator* Keliling Bogor dalam meningkatkan *engagement* konten wisata kuliner. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui proses wawancara, observasi, partisipasi aktif, dan studi pustaka. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa *content creator* Keliling Bogor sudah menerapkan lima proses kreatif untuk mendukung penerapan strategi kreatif yang dilakukan meski terdapat satu proses kreatif yang tidak secara rutin dilakukan yakni evaluasi. *Content creator* Keliling Bogor pun hanya menerapkan tiga dari enam aspek peningkatan *engagement* media sosial Instagram.

Kata kunci: Keterlibatan, Konten Wisata Kuliner, Kreator Konten, Media Sosial Instagram, Strategi Kreatif

## ABSTRACT

SALWA PUTRI AWALINA. Analysis of Content Creator Creative Strategies in Increasing Engagement for Culinary Tourism Content on Instagram @Kelilingbogor.id. Supervised by HUDI SANTOSO and MUHAMMAD AL FARISSY.

Radar Bogor was a local news media company in the Bogor area that also featured culinary tourism content alongside news reporting. The content creator from Keliling Bogor applied creative strategies to enhance engagement with the culinary tourism content produced. However, the implementation of these creative strategies did not necessarily guarantee an increase in engagement. The purpose of this research was to analyze the creative strategies of the Keliling Bogor content creator in boosting engagement with culinary tourism content. Data collection techniques included interviews, observations, active participation, and literature review. The findings of this research revealed that the Keliling Bogor content creator had implemented five creative processes to support the application of creative strategies, although one creative process, namely evaluation, was not consistently performed. Additionally, the content creator from Keliling Bogor only applied three out of five aspects for increasing engagement on Instagram social media platforms.

Keyword: Content Creator, Creative Strategy, Engagement, Social Media Instagram, Culinary Tourism Content.



Judul Laporan : Analisis Strategi Kreatif *Content Creator* dalam Meningkatkan *Engagement* Konten Wisata Kuliner di Instagram

@Kelilingbogor.id  
Nama : Salwa Putri Awalina  
NIM : J0301201150

Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Disetujui oleh

Pembimbing 1:  
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.

Pembimbing 2:  
Muhammad Al Farissy, S.I.Kom., M.Sc.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:  
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.  
NPI 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:  
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.  
NIP 196607171992031003

  
  

Tanggal Ujian:  
Jumat, 31 Mei 2024

Tanggal Lulus:

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Penelitian yang dilaksanakan pada bulan Maret hingga April 2024 ini mengangkat tema strategi produksi konten, dengan judul penelitian “Analisis Strategi Kreatif *Content Creator* dalam Meningkatkan *Engagement* Konten Wisata Kuliner di Instagram @Kelilingbogor.id”

Penulisan karya ilmiah ini tidak akan terwujud tanpa dukungan serta bantuan berbagai pihak yang telah memberikan motivasi, ilmu dan *insight* positif baru lainnya. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Allah SWT., yang selalui menyertai dan memberi kemudahan juga kekuatan untuk melewati semua proses perkuliahan hingga penulisan karya ilmiah untuk meraih gelar.
2. Keluarga tercinta, terutama Ayah dan Mama. Terima kasih banyak atas segala doa restu dan dukungan baik materi maupun nonmateri.
3. Kedua adik laki-laki penulis, terutama Dito yang masih berusia 5 tahun. Terima kasih sudah sabar dan mau mengerti perihal kesibukan kakak yang membuat waktu bermain bersama Dito menjadi berkurang. Terima kasih selalu membuat tertawa dan senang disela-sela peningnya membuat laporan karena tingkah laku Dito yang menggemaskan.
4. Bapak Dr. Hudi Santoso S.Sos.,M.P dan bapak Muhammad Al Farissy, S.I.Kom.,M.Sc. selaku dosen pembimbing Semester 8 yang telah memberikan banyak arahan, saran, dan masukan yang berharga dalam penulisan karya ilmiah ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Program Studi Komunikasi Digital dan Media, yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan juga kesempatan berharga yang menyenangkan.
6. Pihak PT Bogor Ekspres Media atau Radar Bogor yakni Pak Yosep selaku Redaktur Lapangan, Kak Erika selaku Redaktur Konten dan *key informan* dalam penelitian ini, Kak Amel, Kak Hamidah, Kak Rivaldi, dan Kak Ardika yang sudah *welcome* juga berkenan menjadi narasumber penulis.
7. Teman-teman seperjuangan Angkatan 57, terutama grup bimbingan "#PakHudiSampaiSTr." dan grup "Bimbingan 57" Pak Faris, yang sudah jalan beriringan dalam proses mengejar tandatangan dan meraih gelar ini.
8. Ester Pricilia, Renawaty, Ailsa Kasyfa, Salma Mutia, Benedicta Sinta, dan Yoga Aria Syuhada, yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis, memberi semangat, serta memberikan jawaban dan masukan yang bermanfaat ketika penulis bertanya atau meminta saran.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Mei 2024

*Salwa Putri Awalina*





## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Kajian Teori	14
2.3 Kerangka Pemikiran	19
III METODE	20
3.1 Lokasi dan Waktu	20
3.2 Teknik Pengumpulan Data	20
3.3 Teknik Analisis Data	20
3.3 Subyek Penelitian	22
3.4 Alat dan Bahan Penelitian	22
IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN	24
4.1 Sejarah Instansi Penelitian PT Bogor Ekspres Media	24
4.2 Visi Misi Instansi Penelitian PT Bogor Ekspres Media	25
4.3 Profil @Kelilingbogor.id sebagai Objek Penelitian	25
4.4 Media Sosial @Kelilingbogor.id	26
4.5 Content Creator Keliling Bogor	27
V STRATEGI KREATIF <i>CONTENT CREATOR</i> KELILINGBOGOR.ID	28
5.1 Inspirasi	28
5.2 Distilasi	29
5.3 Perspirasi	32
5.4 Evaluasi	41
5.5 Inkubasi	41
VI ANALISIS PEMENUHAN INDIKATOR <i>ENGAGEMENT</i> INSTAGRAM	42
6.1 Konsisten dalam Mengunggah Konten	42
6.2 Waktu <i>Posting</i>	43
6.3 Menggunakan Gambar Menarik	44
6.4 Memaksimalkan Fitur Instagram	44
6.5 Komunikasi Dua Arah	45
6.6 Analisis <i>Engagement</i> secara Rutin	46
VII ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI KREATIF	47
7.1 Analisis dan Matriks SWOT	47

VIII SIMPULAN DAN SARAN	52
8.1    Simpulan	52
8.2    Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	55
RIWAYAT HIDUP	59

### DAFTAR TABEL

1	Penelitian Terdahulu	7
2	Data Informan Penelitian	22
3	Contoh Naskah <i>Voice Over</i> Konten Wisata Kuliner Radar Bogor	35
4	Analisis SWOT terhadap Strategi Kreatif	47
5	Matriks SWOT Strategi Kreatif	49

### DAFTAR GAMBAR

1	Jumlah Pengguna Instagram pada Bulan Mei 2024	1
2	Jenis Konten Media Sosial yang Digemari Masyarakat	2
3	<i>Engagement</i> Akun Instagram @Kelilingbogor.id	4
4	Kerangka Pemikiran	19
5	Logo Keliling Bogor	25
6	Akun Instagram @kelilingbogor.id	26
7	Penggunaan Hashtag saat Riset Kuliner melalui Media Sosial	29
8	<i>Engagement</i> dengan Preferensi Kuliner Jajanan Kaki Lima	30
9	<i>Engagement</i> Konten dengan Preferensi Kuliner <i>Coffee Shop</i>	31
10	Teknik <i>Shot Following</i>	33
11	Teknik <i>Wide Shot</i>	33
12	Teknik <i>Zooming In</i>	34
13	Teknik <i>Medium Shot</i>	35
14	Studio <i>Voice Over</i>	36
15	Layout <i>Editing</i> Konten Wisata Kuliner	37
16	Proses <i>Editing</i> Konten Wisata Kuliner @Kelilingbogor.id	38
17	Jenis <i>Font</i> untuk Konten Wisata Kuliner Radar Bogor	38
18	<i>Caption</i> yang Efektif, Singkat, Padat, dan Jelas	39
19	<i>Caption</i> yang Tidak Efektif	40
20	Penggunaan <i>Hashtag</i> untuk Meningkatkan Visibilitas Unggahan	41
21	Waktu <i>Posting</i> Rabu, 20 Maret 2024	42
22	Waktu <i>Posting</i> Kamis, 25 Maret 2024	43
23	Waktu Aktif <i>Followers</i> Instagram @Kelilingbogor.id	43
24	Penggunaan Animasi dan Emoji pada <i>Editing</i> Konten Kuliner	44
25	Arsip Konten Instagram <i>Story</i> yang Diunggah	45
26	Unsur <i>Call to Action</i> pada salah satu Unggahan di Instagram	46

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lokasi <i>Shooting</i> Berburu Takjil Wisata kuliner	55
Lampiran 2 <i>Link</i> Instagram Konten Wisata Kuliner Peneliti	55
Lampiran 3 Daftar Pertanyaan Wawancara Pelaku Usaha Kuliner	55
Lampiran 4 Transkrip Wawancara dengan <i>Key Informan</i>	55

### Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.