

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PRODI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI ADVERTISING**

Skripsi, Agustus 2023

**Darma Tri Putra
2019140232**

**"STRATEGI *SOCIAL MEDIA MARKETING* USS FEED DALAM
MEMBANGUN *SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT*"
(V Bab + 107 Halaman + 6 Tabel + 16 Gambar)**

ABSTRAK

Industri kreatif mengubah cara masyarakat berkomunikasi dari kontak fisik berubah dengan memanfaatkan teknologi internet. Di era digital saat ini masyarakat semakin gemar dalam mengakses berbagai macam media di internet. Strategi yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menumbuhkan social media engagement. Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan strategi *social media marketing* USS Feed dalam membangun *social media engagement*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode deskriptif dan untuk mendapatkan data penelitian dilakukan dengan observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam. Data yang terkumpul secara menyeluruh selanjutnya dianalisis dengan reduksi data, penyajian data, dan membuat rangkuman dengan penarikan kesimpulan. Adapun teori yang digunakan ialah strategi media sosial (Quesenberry 2019:8), yaitu tujuan bisnis: membangun citra perusahaan, target *audiens*: generasi millennial dan gen-z, analisis sosial mengumpulkan informasi yang berkembang dikalangan gen-z dan milenial, perencanaan dan ide besar melakukan brainstorming mengenai hal-hal yang sedang terjadi hingga tercipta sebuah konten, integritas human periklanan dan media sosial: strategi promosi di platform media sosial lain, implementasi *platform*: mendesain alur dan isi konten sehingga memberikan daya tarik. Adapun Teori *social media engagement* (Sherman & Smith, 2013:14) yaitu: *the content resonates with them, originates from a source the trust, reflect something about themselves, other respond, you respond, you give perks*. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh USS Feed sudah mengakomodasi semua unsur dari strategi *social media marketing* dan *social media engagement* dengan baik sehingga bisa meningkatkan *social media engagement*

Kata Kunci : *Social Media Marketing, Social Media Engagement, Konten Informasi, USS Feed*

Referensi : **19 Buku, 14 Jurnal, 4 Website**

Dosen Pembimbing : **Jamiati KN, S.I.Kom., M.I.Kom.**