

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @UNDAWNID
DALAM MENINGKATKAN POPULARITAS GAME UNDAWN**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

AHMAD ZAKI

32802100016

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Zaki
Nim : 32802100016
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Prodi : S1 Ilmu Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @UNDAWNID DALAM
MENINGKATKAN POPULARITAS GAME UNDAWN**

Merupakan hasil karya seni sendiri dan bukan merupakan plagiat dari hasil penelitian orang lain. Apabila pernyataan saya terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, untuk digunakan bila mana diperlukan. Terima kasih.

Semarang, 15 Agustus 2025

Penulis,



Ahmad Zaki

32802100016

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Peran media sosial instagram akun @undawnid dalam
meningkatkan popularitas game undawn
Nama Mahasiswa : Ahmad Zaki
Nim : 32802100016
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata 1.

Semarang, 15 Agustus 2025



Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Dekan Fakultas
Ilmu Komunikasi

Dr. Mubarak, S.Sos., M.Si

NIK : 211108002



Trimanah, S.Sos., M.Si.

NIK. 211109008

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Peran media sosial instagram akun @undawnid dalam
meningkatkan popularitas game undawn
Nama Mahasiswa : Ahmad Zaki
Nim : 32802100016
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata 1.

Semarang, 15 Agustus 2025



Ahmad Zaki
32802100016

1. Dr. Mubarak, S.Sos., M.Si

NIK : 211108002

2. Iky Putri Aristhya, S.I.Kom, M.I.Kom

NIK : 211121020

3. Made Dwi Adnjani, S.Sos, M.Si., M.I.Kom.

NIK : 2111009006

MOTTO

*"Sesungguhnya setiap amal bergantung pada niat, dan
setiap orang akan mendapatkan sesuai dengan apa yang
ia niatkan."*

(HR. Bukhari dan Muslim)



KATA PERSEMBAHAN

Allah SWT

Tuhan yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan kekuatan untuk saya dapat menyelesaikan perjalanan ini. Tanpa izin-Nya, semua usaha ini takkan berarti apa-apa. Terima kasih atas segala anugerah yang Engkau berikan.

Ibu tercinta

Yang selalu menjadi sumber kekuatan, kasih sayang, dan pengorbanan tanpa batas. Terima kasih atas doa, cinta, dan dukungan yang tiada henti. Ibu adalah pahlawan dalam hidupku, dan segala jerih payahmu tidak akan pernah terlupakan.

Almarhum Bapak

Yang meski telah tiada, kehadiran dan ajaran Bapak selalu hidup dalam setiap langkahku. Terima kasih atas segala teladan, kerja keras, dan cintamu yang selalu memberi inspirasi dalam menjalani hidup ini. Semoga Allah SWT memberikan tempat terbaik di sisi-Nya.

Kakak-kakakku

Yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan nasehat yang berharga. Terima kasih atas kebersamaan, cinta, dan bantuan yang tidak ternilai harganya. Kalian adalah motivasi besar bagiku untuk terus maju dan berkembang.

PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @UNDAWNID DALAM MENINGKATKAN POPULARITAS GAME UNDAWN

Ahmad Zaki

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam strategi pemasaran digital, termasuk dalam industri game. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran penggunaan media sosial, khususnya akun Instagram @undawnid, dalam meningkatkan popularitas game *Undawn* di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi. Data diperoleh melalui observasi dan dokumentasi terhadap konten Instagram @undawnid yang diunggah selama periode Juni hingga Oktober 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @undawnid secara konsisten memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti *Feed Post*, *Stories*, *Reels*, *IGTV*, dan *Live* untuk menyampaikan informasi, membangun komunitas, serta mendorong keterlibatan audiens. Strategi konten yang digunakan meliputi pembaruan game, *event*, tips bermain, dan interaksi komunitas yang disampaikan secara kreatif dan komunikatif. Berdasarkan teori *Uses and Gratifications*, pengguna memperoleh pemenuhan kebutuhan informasi, hiburan, interaksi sosial, dan ekspresi diri melalui konten-konten yang disajikan. Hal ini mendorong peningkatan partisipasi dan loyalitas pemain, memperkuat *brand awareness*, serta memicu efek viralitas yang berkontribusi pada peningkatan popularitas game. Dengan demikian, akun Instagram @undawnid terbukti berperan strategis sebagai media promosi interaktif yang efektif dalam membangun keterikatan dan peningkatan popularitas game *Undawn* di kalangan audiens Indonesia.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Popularitas, Game Undawn, Strategi Konten, Uses and Gratifications.

THE ROLE OF THE INSTAGRAM SOCIAL ACCOUNT @UNDAWNID ON INCREASING THE POPULARITY OF THE GAME UNDAWN

Ahmad Zaki

ABSTRACT

The advancement of information technology and social media has significantly transformed digital marketing strategies, including in the gaming industry. This study aims to analyze the role of social media usage, specifically the Instagram account @undawnid, in increasing the popularity of the game *Undawn* in Indonesia. Using a descriptive qualitative approach with content analysis methods, data were collected through observation of Instagram posts from @undawnid during the period of June to October 2024. The findings reveal that @undawnid consistently utilizes various Instagram features such as Feed Posts, Stories, Reels, IGTV, and Live to deliver information, build community, and enhance audience engagement. The content strategy includes game updates, events, gameplay tips, and community interactions, all presented in a creative and communicative manner. Based on the *Uses and Gratifications* theory, users gain fulfillment of informational, entertainment, social interaction, and self-expression needs through the shared content. This drives increased participation and player loyalty, strengthens brand awareness, and generates viral effects that contribute to the game's rising popularity. Therefore, the @undawnid Instagram account proves to be a strategic and interactive promotional medium that effectively builds engagement and boosts the popularity of *Undawn* among Indonesian audiences.

Keywords: Social Media, Instagram, Popularity, Undawn Game, Content Strategy, Uses and Gratifications.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan yang Maha Esa, atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, serta kesempatan kepada saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul *“Peran Media Sosial Instagram Akun @undawnid dalam Meningkatkan Popularitas Game Undawn.”*

Skripsi ini merupakan hasil dari penelitian yang saya lakukan sebagai bagian dari tugas akhir dalam rangka menyelesaikan studi di Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Proses penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak yang saya hargai. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, izinkan saya menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah Ta’ala, yang selalu menemani dengan Rahmatnya yang tiada batas..
2. Ibu, yang telah memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan yang luar biasa sepanjang proses ini. Tanpa Ibu, saya tidak akan bisa sampai di titik ini.
3. Almarhum Bapak, yang meskipun telah berpulang, semangat, dan ajaran hidup Bapak selalu menginspirasi saya untuk terus maju dan tidak menyerah.
4. Kakak-kakakku, yang selalu memberikan motivasi, dorongan, serta nasehat yang membangun dalam setiap langkah yang saya ambil.
5. Ibu Trimannah M, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Unissula.
6. Bapak Urip Mulyadi, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Unissula.
7. Dosen Pembimbing, Bapak Dr. Mubarak S.Sos., M.Si yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran dan dedikasinya dalam membimbing saya.

8. Sahabat-sahabatku, Muklas, Hatta, Anang, Nabil, Faizal, Majid, Faisol, Bayu, Riski. Terima kasih telah menjadi pelipur lelah dengan tawa dan canda. Kebersamaan kalian memberi warna dalam setiap langkah perjalanan ini.
9. Teman-teman dan rekan-rekan yang telah memberikan dukungan moral dan semangat selama saya mengerjakan skripsi ini.

Saya juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga segala amal baik yang telah diberikan kepada saya dibalas dengan pahala yang setimpal.

Skripsi ini membahas tentang peran media sosial, khususnya Instagram dengan akun @undawnid, dalam meningkatkan popularitas game Undawn. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana platform media sosial dapat mempengaruhi popularitas suatu produk atau fenomena, dalam hal ini sebuah permainan daring (MMORPG). Melalui penelitian ini, saya berharap dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi dan pemasaran digital.

Akhir kata, saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat saya harapkan demi perbaikan di masa yang akan datang.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang media sosial dan pemasaran digital, maupun bagi pembaca yang tertarik dengan topik ini.

Semarang, 15 Agustus 2025

Ahmad Zaki

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	ii
KATA PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Akademis	8
1.4.2 Praktis.....	9
1.4.3 Sosial.....	9
1.5 Kerangka Teori.....	9
1.5.1 Paradigma Penelitian.....	9
1.5.2 State Of The Art (SOTA).....	10
1.6 Teori Uses and Gratifications.....	15
1.7 Konsep Operasional	17
1.8 Metode Penelitian.....	18

1.8.1 Tipe Penelitian	18
1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian	19
1.8.3 Jenis dan Sumber Data	19
1.8.4 Teknik Pengumpulan Data	20
1.8.5 Teknik Analisis Data	21
1.8.6 Kualitas Data	21
1.8.7 Batasan Penelitian	21
BAB II	22
PROFIL PENELITIAN	22
2.1 Profil Akun Instagram	22
2.2 Fitur Kegunaan Instagram Bagi @undawnid	28
2.2.1 Feed Post (Unggahan Utama)	28
2.2.2 Instagram Stories	29
2.2.3 Reels	29
2.2.4 IGTV	30
2.2.5 Hashtag	31
2.2.6 Highlights	31
2.2.7 Instagram Live	32
2.2.8 Direct Messages	33
BAB III	34
TEMUAN DATA	34
3.1 Instagram @undawnid	34
3.2 Jumlah Unggahan Konten	36
3.3 Konten Instagram (Juni-Oktober 2024)	37
3.3.1 Pembaruan Patch dan Konten	37

3.3.2 Event	39
3.3.3 Tips Bermain.....	41
3.3.4 Interaksi Komunitas	42
3.4 Caption Postingan	44
3.5 Komentar Pengguna (User Engagement).....	44
BAB IV	50
ANALISIS HASIL TEMUAN.....	50
4.1 Analisis Strategi Konten Instagram @undawnid	51
4.1.1 Konsistensi Frekuensi Unggahan.....	51
4.1.2 Kategori Konten dan Fungsi Komunikatif.....	52
4.2 Analisis Fitur Instagram yang Digunakan.....	53
4.2.1 Feed Post	54
4.2.2 Instagram Stories.....	55
4.2.3 Reels.....	56
4.2.4 IGTV	57
4.2.5 Hashtag.....	57
4.2.6 Highlights.....	58
4.2.7 Instagram Live	58
4.2.8 Direct Messages	58
4.3 Analisis Interaksi Pengguna.....	58
4.3.1 Caption sebagai Alat Komunikasi Dua Arah.....	60
4.3.2 Respon Pengguna dalam Komentar	60
4.3.3 Partisipasi dalam Kuis dan Event.....	61
4.3.4 Keterlibatan Emosional dan Sosial Komunitas.....	62
4.4 Analisis Berdasarkan Teori Uses and Gratifications	64

4.4.1 Pemenuhan Kebutuhan Informasi	64
4.4.2 Pemenuhan Kebutuhan Hiburan	65
4.4.3 Pemenuhan Kebutuhan Interaksi Sosial.....	66
4.4.4 Pemenuhan Kebutuhan Ekspresi Diri (Self-Expression/Personal Identity)	67
4.5 Pengaruh Aktivitas Instagram terhadap Popularitas Game Undawn	68
4.5.1 Keterlibatan Komunitas sebagai Pilar Popularitas	69
4.5.2 Peningkatan Visibilitas dan Kesadaran Merek (Brand Awareness)	70
4.5.3 Efek Viralitas dan Ekspansi Digital	71
4.5.4 Konversi Audiens ke Pemain Aktif.....	71
4.6 Analisis Visual Konten Instagram @undawnid	72
4.7 Efektivitas Caption dalam Meningkatkan Engagement	73
BAB V	75
PENUTUP	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Databoks Resource	2
Gambar 1.2 Logo Garena.....	4
Gambar 1.3 Peta Undawn	5
Gambar 1.4 Instagram @Undawnid	5
Gambar 2.1 Update Patch Undawn.....	23
Gambar 2.2 Patch Review.....	24
Gambar 2.3 Outfit Serenading Strings	24
Gambar 2.4 Buff Resep Level 140.....	25
Gambar 2.5 Interaksi Komunitas	26
Gambar 2.6 Website FAQ Undawn	27
Gambar 3.1 Pemberitahuan Maintenance	38
Gambar 3.2 Pembaruan Konten Game.....	39
Gambar 3.3 Event Pernikahan.....	40
Gambar 3.4 Quiz guess the emoji	41
Gambar 3.5 Tutorial Mendapatkan Creature	42
Gambar 3.6 Repost Respon Pemain.....	43
Gambar 3.7 Event Mini Gathering	43
Gambar 3.8 Komentar Apresiasi Pemain.....	45
Gambar 3.9 Komentar Pertanyaan Pemain	46
Gambar 3.10 Komentar Keluhan Pemain	47
Gambar 3.11 Komentar Jawaban Quiz	48



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 State Of The Art.....	10
Tabel 2.1 Data Terkini @undawnid.....	27
Tabel 3.1 Konten Juni-Oktober 2024.....	36



BAB I

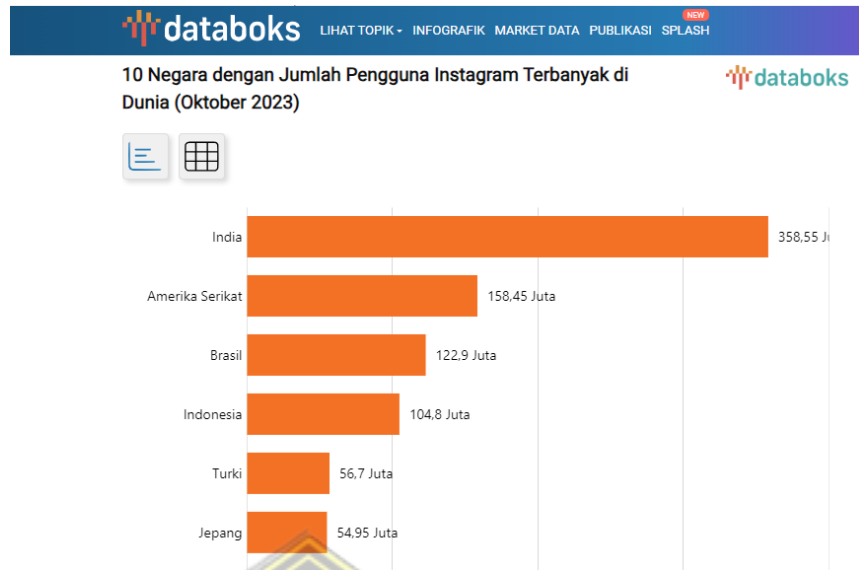
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu platform utama untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan mempromosikan berbagai produk, termasuk dalam industri video game. Dengan Perkembangan teknologi informasi ini telah membawa kita kedalam perubahan besar dalam cara kita berkomunikasi.

Media sosial merupakan sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis media digital. Dikarenakan internet selalu mengalami perkembangan, maka berbagai macam teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna pun selalu mengalami perubahan. Hal ini menjadikan media sosial lebih hypernym dibandingkan sebuah referensi khusus terhadap berbagai penggunaan atau rancangan. (Nasrullah, 2017).

Menurut Databoks, jumlah pengguna internet global diperkirakan akan mencapai 4,95 miliar pada tahun 2022, meningkat sebesar 4% dibandingkan tahun lalu. Di Indonesia sendiri, pengguna internet mencapai 204,7 juta pada Januari 2022 atau mencakup 73,7% dari total populasi. Perkembangan Internet juga memunculkan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Media sosial memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.



Gambar 1.1 Databoks Resource

Menurut Nasrullah (2015), media sosial adalah sebuah media di Internet yang memungkinkan penggunanya berkomunikasi dan berinteraksi secara digital. Platform media sosial yang sangat populer adalah Instagram. Berdasarkan laporan We Are Social, akan ada sekitar 104,8 juta pengguna Instagram di Indonesia pada Oktober 2023, menjadikan Indonesia sebagai negara keempat di dunia dengan pengguna Instagram terbanyak.

Semakin berkembangnya penggunaan teknologi informasi dan meningkatnya kebutuhan untuk berinteraksi menjadikan *social networking* ini menjadi sesuatu yang tidak bisa dibendung kembali. Media sosial menjadi bagian penting teknologi informasi yang memberikan ruang dan waktu interaksi tak terbatas bagi semua kalangan, sampai kalangan anak-anak remaja sekalipun.

Media sosial sendiri telah memperlihatkan bagaimana ia mampu memicu banyak perubahan manusia dalam bersosialisasi. Media sosial tak hanya berguna sebagai media interaksi semata, tetapi ia telah menjadi sumber informasi yang sangat cepat melebihi media-media lain, seperti koran, majalah, radio maupun televisi.

Salah satu media sosial yang sangat berkembang pesat sekarang adalah Instagram. Instagram adalah bentuk dari salah satu media jejaring sosial yang dapat mengangkat branding sesuatu. Karena itu, Instagram memiliki keunggulan yang sangat disukai pengguna maupun perusahaan, karena dapat membantu perusahaan menuju tujuannya, membangun serta meningkatkan brand awareness, brand image, dan interaksi antara perusahaan dengan konsumennya secara langsung. Fitur *followers* dan *following* yang membuat para pengguna mengetahui siapa yang tertarik dengan akun yang ada di Instagram, serta dapat posting foto dan video (*reels*) dengan caption hashtag, mendapatkan tanda suka atau komentar dari pengikut yang lain, fitur IGTV dan Live yang mempermudah berinteraksi dengan pengikut dan terakhir cerita sebagai fitur dari Instagram yang menampilkan cerita singkat yang bertahan selama 24 jam.

Media sosial memainkan peran krusial dalam pemasaran industri game dengan menyediakan *platform* untuk interaksi langsung antara pengembang dan pemain. Melalui strategi pemasaran yang efektif, seperti kolaborasi dengan streamer dan penggunaan iklan berbayar, pengembang dapat meningkatkan visibilitas dan keterlibatan audiens, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan dan loyalitas merek. Dalam hal ini, Industri game telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, dengan peningkatan jumlah pemain dan pendapatan yang terus meningkat. Dengan banyaknya pengembang dan judul game yang tersedia, pemasaran menjadi sangat penting untuk membedakan produk di pasar yang padat. Strategi pemasaran yang tepat memungkinkan pengembang untuk menjangkau audiens yang relevan, meningkatkan peluang penjualan dan tidak hanya menjual produk, tetapi juga membangun komunitas di sekitar game, yang penting untuk keberlangsungan jangka panjang.

Garena adalah pengembang *game online* Singapura dan penerbit game gratis. Perusahaan mendistribusikan judul game di Garena+ di berbagai negara di Tenggara dan Asia Timur, termasuk game multiplayer

online battle arena (MOBA) League of Legends dan Heroes of Newerth, game football (soccer) online FIFA Online 3, *game first-person shooter* Point Blank, game MOBA seluler Arena of Valor dan game balap seluler Speed Drifters. Pada tahun 2017, ia merilis Garena Free Fire, yang memiliki lebih dari 80 juta pengguna aktif harian secara global pada Mei 2020. Pada tahun 2019, Garena mengumumkan rencana untuk mereorganisasi berbagai kepentingannya sebagai konglomerat di bawah Sea Limited. Garena sekarang adalah salah satu anak perusahaan Sea Limited (seperti perusahaan e-niaga Shopee) dan terus menjadi perusahaan payung untuk kepentingan game Sea Limited.



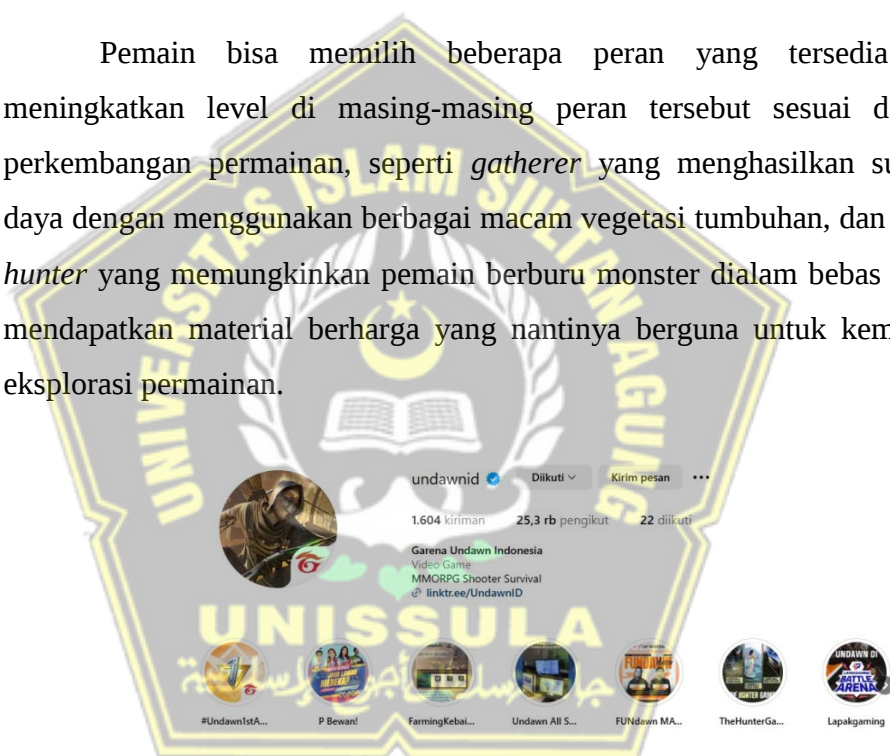
Gambar 1.2 Logo Garena

Undawn merupakan sebuah video game online yang dikembangkan oleh anak dari perusahaan Tencent yakni lightspeed studio, dan Garena menerbitkan game ini untuk wilayah Indonesia, Singapura, Malaysia, Filipina, dan Thailand. Undawn sendiri merupakan game yang bergenre *open world survival shooter*. Sehingga memungkinkan kita menjelajahi dunia luas, yang dipenuhi dengan zombie dan manusia-manusia berbahaya yang dipersenjatai berbagai macam senjata. Undawn memiliki berbagai macam medan, seperti pegunungan, perkotaan, bukit, dataran, hutan, dan gurun.



Gambar 1.3 Peta Undawn

Pemain bisa memilih beberapa peran yang tersedia dan meningkatkan level di masing-masing peran tersebut sesuai dengan perkembangan permainan, seperti *gatherer* yang menghasilkan sumber daya dengan menggunakan berbagai macam vegetasi tumbuhan, dan peran *hunter* yang memungkinkan pemain berburu monster dialam bebas untuk mendapatkan material berharga yang nantinya berguna untuk kemajuan eksplorasi permainan.



Gambar 1.4 Instagram @Undawnid

@undawnid merupakan akun official dari game garena undawn, digunakan sebagai media promosi dan membuat konten-konten terkait garena undawn sebagai media mempopulerkan game garena undawn. @undawnid berisi berbagai informasi dan video menarik mengenai garena undawn, akun @garena undawn ini memiliki jumlah pengikut sekitar 25,3 ribu dan sudah menampilkan 1,604 ribu postingan. Konten-konten yang ada

di instagram tersebut juga menarik pengguna instagram lain untuk melihatnya.

Di samping konten visual yang menarik, keberhasilan akun Instagram @undawnid dalam meningkatkan popularitas game Undawn juga tidak lepas dari peran algoritma Instagram yang sangat bergantung pada tingkat interaksi pengguna. Semakin tinggi jumlah like, komentar, dan berbagi yang diperoleh suatu konten, maka semakin besar pula peluang konten tersebut ditampilkan ke pengguna lain melalui fitur *Explore* atau *Suggested Post*. Artinya, keterlibatan aktif audiens menjadi indikator utama dalam menjangkau target pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, setiap strategi konten harus dirancang untuk mendorong keterlibatan secara organik, baik melalui caption yang interaktif, konten partisipatif seperti kuis atau polling, hingga kolaborasi dengan influencer yang memiliki basis pengikut kuat. Di sinilah letak tantangan sekaligus peluang akun @undawnid sebagai media promosi digital yang dinamis dan berbasis komunitas. Pengaruh nyata terhadap popularitas game tidak hanya ditentukan oleh seberapa sering konten dipublikasikan, tetapi juga oleh seberapa dalam konten tersebut mampu membangun keterhubungan emosional dan sosial dengan pengguna.

Sebagian besar target pasar industri game saat ini berasal dari generasi Z, yaitu kelompok usia yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an. Generasi ini dikenal sebagai *digital native* yang sangat familiar dengan teknologi dan media sosial sejak usia dini. Dalam konteks konsumsi media, generasi Z menunjukkan preferensi terhadap konten yang bersifat cepat, visual, dan mudah diakses melalui perangkat mobile. Mereka cenderung lebih responsif terhadap pesan visual yang disampaikan melalui platform seperti Instagram dibandingkan dengan media konvensional. Oleh karena itu, pendekatan komunikasi pemasaran yang mengandalkan narasi visual, konten interaktif, serta pengalaman imersif sangat relevan untuk menjangkau dan mempengaruhi kelompok ini. Akun Instagram @undawnid yang menyajikan konten-konten informatif

sekaligus menghibur melalui *Reels*, dan *Stories*, memiliki potensi besar untuk membangun kedekatan emosional dan menarik perhatian generasi Z sebagai pemain aktif.

Selain strategi konten dari pihak pengelola akun, komunitas pengguna atau pemain juga memainkan peran penting dalam memperkuat popularitas suatu game. Dalam ekosistem digital seperti *game online*, promosi tidak hanya bersifat satu arah, tetapi juga didorong oleh keterlibatan komunitas yang aktif membagikan pengalaman bermain, menghasilkan konten buatan pengguna, dan saling merekomendasikan melalui jejaring sosial. Komunitas ini seringkali membentuk subkultur tersendiri yang loyal dan memiliki identitas kolektif. Kehadiran akun Instagram @undawnid sebagai wadah komunikasi dua arah memperkuat ekosistem tersebut, tidak hanya sebagai media promosi, tetapi juga sebagai ruang komunitas yang memfasilitasi interaksi, validasi sosial, hingga ekspresi diri antar pemain. Hal ini menunjukkan bahwa kesuksesan promosi game di media sosial sangat erat kaitannya dengan sejauh mana media tersebut mampu membangun dan merawat komunitas digital secara berkelanjutan.

Dalam perkembangan dunia digital, media sosial tidak hanya menjadi alat interaksi sosial tetapi juga menjadi tempat yang sangat efektif dalam membangun komunitas yang loyal. Di sisi lain, integrasi media sosial dengan pemasaran produk digital seperti game membawa dimensi baru dalam menciptakan pengalaman konsumen. Hal ini mendorong pengembang untuk memanfaatkan fitur-fitur unik dari platform seperti Instagram guna menjangkau audiens dengan cara yang lebih personal dan emosional.

Dalam era di mana teknologi berkembang pesat, media sosial telah menjadi alat yang tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi, tetapi juga sebagai media pemasaran yang strategis. Instagram, sebagai salah satu *platform* terpopuler, memungkinkan penggunanya untuk berbagi konten secara visual yang menarik perhatian audiens dalam waktu singkat. Penggunaan

fitur-fitur seperti *Stories*, *Reels*, dan *Feed Post* telah menciptakan cara baru untuk menarik perhatian audiens, terutama dalam mempromosikan produk digital seperti *game*. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang bagaimana media sosial dapat memengaruhi popularitas sebuah produk menjadi sangat penting, terutama di industri game yang sangat kompetitif.

Dari fenomena di atas, maka peneliti memiliki minat dalam mengidentifikasi permasalahan yang terjadi di akun instagram @undawnid dalam meningkatkan kepopuleran game garena undawn, maka daripada itu penelitian ini memiliki judul **PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @UNDAWNID DALAM MENINGKATKAN POPULARITAS GAME UNDAWN.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, ditemukan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Peran media sosial instagram @undawnid dalam meningkatkan popularitas game undawn ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis peran akun instagram @undawnid dalam meningkatkan popularitas game garena undawn.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Akademis

Menambah literatur mengenai pengaruh media sosial dalam strategi pemasaran game online. Dan memberikan wawasan tentang bagaimana platform media sosial seperti Instagram dapat mempengaruhi popularitas.

1.4.2 Praktis

Memberikan panduan bagi peneliti dan pengembang game tentang cara efektif menggunakan Instagram untuk meningkatkan popularitas game mereka.

1.4.3 Sosial

Meningkatkan pemahaman tentang bagaimana media sosial dapat digunakan untuk mendukung pemasaran dan promosi. Dan mendukung pemain dalam memanfaatkan media sosial untuk tetap terhubung dengan komunitas game dan mengakses informasi terbaru tentang game.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah cara memahami kompleksitas dunia nyata. Sebuah paradigma harus tertanam kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisinya untuk menunjukkan apa yang penting, valid, dan rasional. Paradigma juga bersifat deskriptif, menunjukkan kepada praktisi apa yang perlu dilakukan tanpa memerlukan refleksi eksistensial atau epistemologis yang panjang (Mulyana, 2003: 9). Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis menggunakan observasi dan objektivitas untuk menemukan realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap perilaku penting secara sosial melalui pengamatan langsung dan rinci terhadap aktor sosial yang menciptakan dan mengelola dunia sosial (Hidayat, 2003: 3).

Dalam konteks penelitian ini, paradigma konstruktivis membantu kita memahami bagaimana pengguna Instagram (khususnya pemain game Garena Undawn) membentuk persepsi mereka terhadap popularitas game melalui interaksi mereka dengan konten media sosial. Paradigma konstruktivis didasarkan pada beberapa asumsi penting.

1. Realitas tidak bersifat objektif dan tetap, melainkan dibentuk oleh berbagai penafsiran individu berdasarkan pengalaman, budaya, dan latar belakang sosial.

2. Individu dipandang sebagai agen aktif yang menciptakan makna melalui interaksi sosial dan komunikasi. Dalam penelitian ini, pengguna Instagram tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, namun juga pencipta dan penyampai makna terkait game Garena Undawn.

3. Berfokus pada proses penciptaan makna dan pengetahuan melalui interaksi sosial. Analisis konten, komunikasi, dan reaksi pengguna di Instagram.

Dengan menggunakan paradigma konstruktivis, penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang peran media sosial dalam meningkatkan popularitas game Garena Undawn, dan memberikan wawasan berharga bagi peneliti dan para praktisi di industri pemasaran digital.

1.5.2 State Of The Art (SOTA)

Tabel 1.1 State Of The Art

NO	JUDUL	PUBLIKASI	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	TAHUN
1	Strategi Konten Kreatif Pada Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan	https://pakisjournal.com/index.php/mestaka/article/view/254	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif, yang memiliki tujuan agar	Penelitian ini menemukan bahwa konten kreatif yang diunggah di Instagram mampu meningkatkan popularitas klub sepak bola	2024

	k Atkan Popular i Tas Klub Internal Perseba y A Amatir. Sabilaa mar A Rachm a, Supriyo no		mendapatkan gambaran mendalam mengenai pengelolaan konten kreatif di media sosial instagram klub internal Persebaya Amatir.	Persebaya Amatir. Konten konten ini termasuk video kreatif, tulisan kreatif, dan gabungan keduanya, yang semuanya berkontribusi dalam meningkatkan interaksi dan brand image di media sosial.	
2	Pemanf a Atan Media Sosial Instagra M Akun @Mr.C re Ampuff Sebagai Promos i Dalam Mening k Atkan Penjual	<a href="https://jom.unr
i.ac.id/index.p
hp/JOMFSIP/a
rticle/view/163
39">https://jom.unr i.ac.id/index.p hp/JOMFSIP/a rticle/view/163 39	Penelitian deskriptif bertujuan untuk mengumpulka n informasi aktual secara rinci dengan melukiskan gejala yang ada, mengidentifika sik an gejala yang berlaku, menentukan apa yang	Penelitian yang penulis lakukan melalui pengamatan langsung dan melakukan wawancara kepada informan penelitian, maka didapatkan fakta-fakta hasil dilapangan mengenai pemanfaatan media sosial instagram akun	2017

	a N By: Fadli Harisa Ramad han		dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang (Rahmad, 2004:25). Menggunakan metode penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsik an apa-apa yang saat ini berlaku	@mr.creamp uff dalam meningkatka n promosi penjualan. Pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi dalam meningkatka n penjualan, Pemanfaatan instagram sebagai media pemasaran dalam meningkatka n promosi penjualan, dan Pemanfaatan instagram sebagai media bisnis dalam meningkatkan promosi penjualan	
3	Strategi Promos i Dc Product	https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Comdex.php/Comdex	Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang	2022

	i On Dengan Mengg un Akan Media Sosial Untuk Mening k Atkan Popular i Tas Denny Caknan . Oleh Eva Triana, Gilang Gusti Aji.	mercium/articl e/view/50009	kualitatif dengan metode studi kasus. Paradigma yang digunakan adalah paradigma konruktivisme dimana proses sosial didapatkan melalui aksi dan interaksi yang diciptakan oleh individu secara terus menerus sehingga menghasilkan suatu realitas yang dimiliki dan dialami secara perorangan.	digunakan oleh DC Production yaitu dengan memanfaatka n media sosial. Media sosial berperan penting dalam melakukan promosi karya dari Denny Caknan. DC Production menggunaka n alat promosi berupa media sosial seperti Instagram, Youtube dan TikTok. Youtube berguna sebagai etalase pengenalan sebuah lagu, kemudian di promosikan atau diperkenalka n melalui Instagram dan TikTok.	
--	---	---	--	---	--

				Instagram untuk mempengaruhi engagement rate melalui likes dan komentar. Kemudian strategi promosi yang digunakan yaitu personal branding yang melekat pada diri Denny Caknan di media sosialnya.	
--	--	--	--	---	--

Dari ketiga state of the art diatas, sama-sama melakukan penelitian yang menggunakan media sosial sebagai subyek penelitian.

Karya tulis yang pertama hasil dari Sabila Amara Rachma, dan Supriyono yang berjudul “Strategi Konten Kreatif Pada Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Popularitas Klub Internal Persebaya Amatir”. memiliki perbedaan pada objek yang diteliti oleh peneliti kali ini, objek yang digunakan mereka ialah klub internal persebaya, sedangkan objek yang digunakan peneliti adalah akun @undawnid dimana sudah terlihat jelas dari jenisnya dimana klub internal persebaya merupakan sebuah organisasi yang bernaung dibawah olahraga sepakbola yang menampilkan berbagai macam hal terkait dengan sepak bola persebaya itu sendiri, sedangkan objek yang digunakan peneliti merupakan akun instagram dari game garena undawn yang jelas akan menampilkan hal-hal dari game itu sendiri, keduanya masih didalam kategori yang sama.

Karya tulis yang kedua adalah karya dari Fadly Harisa Ramadhan yang berjudul “Pemanfaatan media sosial instagram akun @mrcreampuff sebagai

promosi dalam meningkatkan penjualan, perbedaan pada penelitian ini ada pada objek yang digunakan, karya Fadly menggunakan akun @mr.creampuff yang merupakan toko penjualan untuk melakukan promosi sedangkan peneliti menggunakan objek @undawnid yang berfokus pada game garena undawn yang jelas akan menampilkan hal-hal dan bagian dari game itu sendiri.

Ketiga ada karya ilmiah dari Eva Triana dan Gilang Gusti Aji yang bertajuk “strategi promosi dc production dengan menggunakan media sosial untuk meningkatkan popularitas denny caknan” sama halnya dengan penelitian-penelitian sebelumnya karya dari Eva dan Gilang masih menggunakan media sosial sebagai unit penelitian, penelitian mereka tidak terfokus pada satu media sosial saja, melainkan juga menggunakan youtube, tiktok, dan instagram sebagai media promosi untuk meningkatkan popularitas dari seorang artis bernama Deni Caknan yang sedang ramai diperbincangkan di dunia seni musik sekarang ini.

1.6 Teori *Uses and Gratifications*

Penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Gratifications*, Teori ini diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam bukunya "*The Uses on Mass Communication : Current Perspectives on Gratification Research*". Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan suatu media. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut Elihu Katz dan Herbert Blumer, teori ini meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial yang menimbulkan harapan-harapan tertentu dari media. Inti dari teori *uses and gratifications* sebenarnya adalah pemilihan media pada khalayak berdasarkan kepuasan, keinginan, kebutuhan, atau motif .

Menurut Jinyoung Kim dan S. Shyam Sundar teori ini menjadi salah satu landasan utama dalam memahami bagaimana individu menggunakan

media, terutama dalam konteks media digital dan sosial. Dalam penelitian mereka, Kim dan Sundar menekankan bahwa pengguna media sosial tidak hanya pasif menerima informasi, melainkan secara aktif memilih dan menggunakan platform tersebut untuk mencapai tujuan spesifik, seperti mencari informasi, hiburan, atau interaksi sosial.

Kim dan Sundar (2016) dalam penelitian mereka yang berjudul *"Mobile Shopping and Cognitive Load: The Role of Screen Size and Information Density"* menunjukkan bahwa pengguna media digital, termasuk media sosial, memiliki motivasi yang beragam ketika menggunakan platform tersebut. Mereka mengidentifikasi beberapa gratifikasi utama yang dicari pengguna media sosial, seperti *social interaction* (interaksi sosial), *information seeking* (pencarian informasi), *entertainment* (hiburan), dan *self-expression* (pengekspresian diri). Dalam konteks Instagram, misalnya, pengguna mungkin menggunakan platform tersebut untuk melihat konten hiburan, seperti video atau gambar menarik, atau untuk berinteraksi dengan komunitas yang memiliki minat yang sama. Dengan demikian, Kim dan Sundar menegaskan bahwa pengguna media sosial adalah "aktor aktif" yang secara sadar memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Kim dan Sundar juga menekankan bahwa gratifikasi yang diperoleh pengguna dari media sosial dapat mempengaruhi perilaku mereka, seperti keputusan untuk mengikuti akun tertentu, menyukai konten, atau bahkan melakukan tindakan nyata, seperti membeli produk atau mencoba layanan. Dalam penelitian mereka, Kim dan Sundar juga menyoroti pentingnya kualitas konten dalam memenuhi kebutuhan pengguna. Mereka menemukan bahwa konten yang relevan, menarik, dan interaktif cenderung memberikan gratifikasi yang lebih besar bagi pengguna, sehingga meningkatkan kemungkinan pengguna untuk terlibat lebih dalam dengan konten tersebut. Selain itu, Kim dan Sundar juga mengemukakan bahwa pengguna media sosial cenderung memiliki preferensi yang berbeda-beda dalam hal tampilan

dan desain konten. Mereka menemukan bahwa pengguna yang lebih muda cenderung lebih menyukai konten yang visual dan interaktif, seperti video pendek atau cerita, sementara pengguna yang lebih tua mungkin lebih prefer dengan konten yang berisi informasi detail.

Teori *Uses and Gratifications* menurut Jinyoung Kim dan S. Shyam Sundar memberikan kerangka yang komprehensif untuk memahami bagaimana pengguna media sosial, seperti Instagram, secara aktif menggunakan *platform* tersebut untuk memenuhi kebutuhan mereka. Maka teori ini dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana akun @undawnid memberikan gratifikasi kepada pengguna, seperti informasi, hiburan, atau interaksi sosial, dan bagaimana gratifikasi tersebut mempengaruhi popularitas Game Undawn. Dengan demikian, teori ini tidak hanya memberikan wawasan tentang perilaku pengguna media sosial, tetapi juga memberikan panduan praktis untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran game melalui media sosial.

Teori *Uses and Gratifications* memberikan perspektif yang kuat untuk memahami bagaimana audiens memanfaatkan media sosial untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dalam konteks pemasaran digital, pengguna media sosial cenderung aktif memilih konten yang relevan dengan minat mereka. Oleh karena itu, pemahaman tentang kebutuhan audiens, seperti kebutuhan akan informasi, hiburan, dan interaksi sosial, dapat membantu perusahaan dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif.

1.7 Konsep Operasional

Instagram

Instagram adalah *platform* media sosial berbasis gambar dan video yang memungkinkan pengguna membangun komunitas *online*, berinteraksi dengan orang lain, dan berbagi konten visual. Penggunaan Instagram Garena Undawn diukur berdasarkan jumlah postingan yang dibuat setiap bulan dan jenis konten yang diposting: gambar, video, cerita, dan IGTV.

Jumlah pendukung tingkat keterlibatan (jumlah *likes*, komentar, dan berbagi per postingan).

Popularitas Game

Popularitas game adalah tingkat pengenalan dan ketertarikan pemain terhadap game tertentu, yang dapat diukur dari jumlah unduhan game, jumlah pemain aktif setiap bulan, tingkat interaksi pemain dengan konten game di media sosial (dengan memberikan komentar, *likes*, dan *shares*), dan peringkat game di toko aplikasi (seperti *Google Play Store* dan *Apple App Store*).

Interaksi Pengguna

Diukur berdasarkan jumlah *likes*, *comments*, *shares*, *mentions*, dan *tags* per postingan di platform media sosial Instagram Garena Undawn, interaksi pengguna adalah apa yang dilakukan pengguna saat berkomunikasi atau berpartisipasi dalam konten yang diposting.

Konten Instagram

Konten Instagram adalah semua jenis materi yang diposting di platform Instagram, termasuk foto, video, dan cerita. Konten Garena Undawn dinilai berdasarkan kategori konten (misalnya, promosi, gameplay, teaser, acara), panjang video (untuk video konten), jumlah cerita yang diposting per hari, dan kualitas visual (misalnya, resolusi gambar atau video, desain grafis).

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Tipe Penelitian

Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memberikan gambaran bagaimana peran media sosial instagram dalam meningkatkan popularitas game Garena Undawn. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi kualitatif. Analisis isi kualitatif lebih banyak dipakai untuk meneliti dokumen yang dapat berupa

teks, gambar, simbol dan sebagainya, untuk memahami budaya dari suatu konteks sosial tertentu. Dalam analisis isi dokumen yang dimaksud adalah wujud dari representasi simbolik yang dapat direkam/didokumentasikan atau disimpan untuk dianalisis. Analisis isi kualitatif ini merujuk pada metode analisis yang integrative dan lebih secara konseptual untuk menemukan, mengidentifikasi, mengolah, dan menganalisis dokumen untuk memahami makna, signifikansi dan relevansinya. (Eriyanto, 2017).

Terdapat tiga pendekatan dalam analisis isi (Eriyanto, 2017) yaitu, analisis isi deskriptif, analisis isi eksplanatif, dan analisis isi prediktif. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis isi deskriptif, yang digunakan untuk menggambarkan secara detail isi dari akun @undawnid dalam meningkatkan popularitas gamearena undawn.

Penggunaan analisis isi dalam penelitian ini memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam makna di balik pesan-pesan yang disampaikan melalui unggahan akun @undawnid. Dengan memanfaatkan data dari berbagai sumber, seperti komentar pengguna, jumlah suka, dan tingkat *engagement*, penelitian ini berusaha memberikan gambaran menyeluruh tentang efektivitas peran media sosial dalam mempengaruhi popularitas sebuah produk digital. Metode ini memungkinkan untuk peneliti memahami bagaimana konten media sosial instagram dapat meningkatkan popularitas.

1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah akun instagram @undawnid dan objek penelitiannya adalah konten-konten yang ada di instagram @undawnid.

1.8.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa konten-konten instagram @undawnid, data-data ini akan membantu peneliti dan pembaca dalam memahami proses penelitian. Sumber data terbagi menjadi dua :

a. data primer

data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah postingan dan konten dari akun instagram @undawnid.

b. data sekunder

data sekunder guna mendukung penelitian berupa buku, skripsi, jurnal, dan bahan bacaan lain yang memiliki hubungan dengan penelitian yang diambil.

1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data, metode yang digunakan termasuk observasi, dan dokumentasi.

Observasi dilakukan dengan mengamati tindakan dan konten yang dibagikan di akun Instagram @undawnid. Creswell (2014 : 267) menyatakan “Observasi merupakan proses yang dilakukan peneliti dengan turun langsung ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu di lokasi penelitian.” Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi langsung atau observasi partisipan yang dilakukan di akun Instagram @undawnid.

Dokumentasi dilakukan dengan memperoleh informasi melalui fakta yang tersimpan dalam bentuk surat, catatan harian, arsip foto, jurnal kegiatan, dan lain sebagainya. Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif. (Abidin, 2017).

1.8.5 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah analisis bentuk deskriptif kualitatif. Analisis kualitatif bertujuan untuk menjelaskan secara rinci fenomena yang terjadi di masyarakat dengan mengumpulkan data secara rinci dan lengkap. (Burhan Bungin, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana Instagram berperan dalam meningkatkan popularitas game Garena Undawn. Penyediaan data yang jelas akan membantu menjawab pertanyaan penelitian dan menawarkan saran praktis untuk strategi pemasaran digital yang berhasil.

1.8.6 Kualitas Data

Untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini valid, reliabel, dan representatif, Teknik uji kualitas data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi. triangulasi data melibatkan pengumpulan data dari berbagai sumber, seperti pengamatan langsung terhadap aktivitas dan konten akun Instagram @undawnid, dan dokumentasi. Metode triangulasi ini meningkatkan validitas dan kredibilitas temuan penelitian dengan memastikan bahwa data konsisten, mengurangi kemungkinan bias, dan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pengaruh akun Instagram @undawnid dalam meningkatkan popularitas game Garena.

1.8.7 Batasan Penelitian

Penelitian ini membutuhkan batasan masalah agar penelitian lebih terarah dan mempermudah proses penelitian. Maka dari itu penulis memfokuskan pada pengaruh media sosial instagram @undawnid dalam meningkatkan popularitas game undawn, dan penelitian ini bersumber dari konten yang dimulai pada Bulan Juni 2024 hingga Bulan Oktober 2024 pada akun @undawnid.

BAB II

PROFIL PENELITIAN

2.1 Profil Akun Instagram

@undawnid adalah akun Instagram resmi yang diperuntukkan untuk *game survival open-world* Undawn di Indonesia. Akun ini dibangun sebagai bagian dari strategi pemasaran dan komunikasi pengembang game, Tencent Games, untuk menjangkau pasar Indonesia secara lebih personal. Diluncurkan pada bulan mei tahun 2023 bersamaan dengan persiapan rilis resmi game di Indonesia, akun ini bertujuan membangun komunitas pemain lokal sejak awal, sekaligus mempromosikan keunikan Undawn yang menggabungkan elemen *PvP (Player vs Player)*, *PvE (Player vs Environment)*, eksplorasi dunia terbuka, dan mekanisme bertahan hidup di tengah ancaman zombie dan lingkungan yang dinamis.

Sejak awal berdiri, @undawnid difungsikan sebagai pusat informasi terpercaya bagi pemain Indonesia. Pada fase pra-rilis, akun ini aktif membagikan *trailer gameplay*, cerita latar belakang dunia Undawn, serta profil karakter yang bisa dimainkan. Konten-konten tersebut dirancang untuk membangkitkan antusiasme calon pemain dengan menonjolkan grafis berkualitas tinggi, sistem pertarungan yang intens, dan desain lingkungan pasca-apokaliptik yang imersif. Selain itu, akun ini juga menjadi media untuk mengumumkan tanggal rilis resmi, panduan pra-registrasi, dan bonus eksklusif bagi pengguna yang mendaftar lebih awal.

Dalam menjalankan strategi pemasarannya, akun @undawnid memanfaatkan berbagai fitur yang ditawarkan Instagram untuk membangun keterikatan dengan pengikutnya. Konten yang diunggah mencakup infografis, video pendek, hingga *Highlight Stories* yang dirancang untuk memberikan informasi, meningkatkan keterlibatan, serta menciptakan daya tarik visual yang sesuai dengan preferensi audiens target. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan loyalitas pemain, tetapi

juga memperkuat citra merek game Undawn sebagai salah satu game survival terkemuka di Indonesia.

Setelah game resmi diluncurkan, @undawnid berkembang menjadi platform multifungsi yang melayani berbagai kebutuhan pemain. Berikut detail kegunaannya:

1. Pembaruan Konten dan *Patch*

Akun ini secara rutin menginformasikan pembaruan game, seperti penambahan fitur, perbaikan bug, atau penyesuaian *nerf/buff* pada senjata dan karakter. Misalnya, saat musim baru (*season*) diperkenalkan, @undawnid akan memposting ringkasan konten baru, termasuk peta tambahan, misi khusus, atau skin eksklusif, disertai jadwal *maintenance server*.



Gambar 2.1 Update Patch Undawn



Gambar 2.2 Patch Review

2. Event

@undawnid kerap mengadakan event temporer, atau *giveaway merchandise* bertanda tangan pengembang. Informasi tentang syarat partisipasi, periode event, dan hadiah selalu dijelaskan secara transparan melalui *feed* dan *Instagram Story*.



Gambar 2.3 Outfit Serenading Strings

3. Tips dan Strategi Bermain

Bagi pemain pemula, akun ini menyediakan konten edukatif seperti panduan membangun basis pertahanan, mengelola sumber daya, atau mengoptimalkan kombinasi senjata. Untuk pemain tingkat lanjut, ada analisis mendalam tentang meta *game*, rekomendasi *squad composition*, atau taktik menghadapi *boss PvE*. Konten ini sering disajikan dalam bentuk infografis atau video pendek yang mudah dipahami.



Gambar 2.4 Buff Resep Level 140

4. Interaksi Komunitas

@undawnid tidak hanya menjadi corong satu arah, tetapi juga memfasilitasi dialog antara pengembang dan pemain. Melalui fitur kuis, jajak pendapat (*poll*), atau sesi Q&A, pemain bisa memberikan masukan langsung tentang fitur yang diharapkan atau melaporkan masalah teknis. Akun ini juga kerap membagikan karya kreatif pemain, seperti *fan art*, video montage pertarungan, atau cerita *role-play*, yang kemudian di-repost untuk memperkuat rasa kebersamaan.

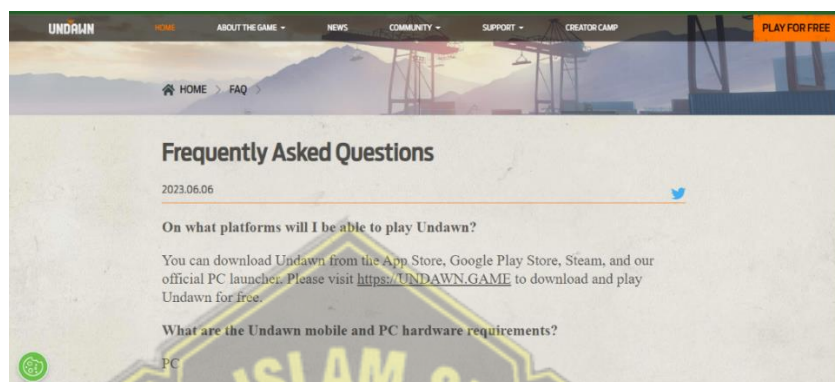


Gambar 2.5 Interaksi Komunitas

Interaksi komunitas adalah elemen penting dalam membangun popularitas sebuah *game*, dan akun @undawnid secara aktif memfasilitasi hal ini. Selain berperan sebagai media informasi, akun ini juga menjadi wadah bagi pemain untuk berbagi pengalaman, memberikan umpan balik, dan berpartisipasi dalam diskusi tentang fitur *game*. Melalui fitur interaktif seperti *polling* dan Q&A, pengelola akun dapat menggali wawasan langsung dari pemain mengenai kebutuhan dan harapan mereka terhadap *game*. Sebagai contoh, sesi Q&A sering kali menghasilkan ide-ide baru yang kemudian diimplementasikan dalam pembaruan *game* berikutnya. Dengan cara ini, @undawnid tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi satu arah, tetapi juga sebagai jembatan antara pemain dan pengembang, menciptakan ekosistem digital yang inklusif dan kolaboratif.

5. Dukungan Teknis dan FAQ

Sebagai bagian dari layanan pengguna, @undawnid menyediakan panduan *troubleshooting* untuk masalah umum, seperti *error login*, *lag*, atau kompatibilitas perangkat. Pemain juga diarahkan ke kanal resmi (seperti situs *web* atau CS *email*) untuk masalah yang lebih kompleks.



Gambar 2.6 Website FAQ Undawn

6. Promosi Konten Eksklusif

Akun ini menjadi sumber utama untuk mengakses konten eksklusif, seperti skin karakter atau misi khusus yang terinspirasi dari berbagai elemen. Hal ini menunjukkan komitmen pengembang dalam melakukan peningkatan untuk pasar Indonesia.

Tabel 2.1 Data Terkini @undawnid

Kategori	Detail
Pengikut	25,2 ribu (Oktober 2024)
Pertumbuhan	+500-700 pengikut/bulan
Postingan <i>Feed/Reels</i>	1.604 postingan 5-7 konten/hari
Keterlibatan Pengguna	8-12% (rata-rata) 20% (puncak)

Sejak diluncurkan, @undawnid berhasil mengumpulkan puluhan ribu pengikut yang aktif berinteraksi. Pertumbuhan ini didukung oleh konsistensi dalam membagikan konten berkualitas, respons cepat terhadap

tren, dan kemampuan mengakomodasi aspirasi komunitas. Akun ini juga menjadi jembatan antara pemain Indonesia dan pengembang global, di mana masukan dari komunitas lokal kadang diimplementasikan dalam pembaruan game, seperti penambahan server khusus Indonesia untuk mengurangi *latency*.

Dengan kombinasi antara konten informatif, interaktif, dan hiburan, @undawnid tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga ruang bagi pemain Indonesia untuk terhubung, berkolaborasi, dan mengekspresikan kecintaan mereka terhadap dunia Undawn. Keberadaan akun ini memperkuat posisi Undawn sebagai salah satu *game survival* yang relevan dan adaptif di pasar Indonesia.

2.2 Fitur Kegunaan Instagram Bagi @undawnid

2.2.1 *Feed Post* (Unggahan Utama)

Feed Post merupakan fitur inti Instagram untuk mengunggah konten permanen berupa gambar, video, atau *carousel* (beberapa gambar dalam satu postingan). Konten ini muncul di beranda pengikut dan dapat dikustomisasi dengan *caption*, *hashtag*, *tag* lokasi, atau *mention* akun lain. Bagi @undawnid, fitur ini menjadi tulang punggung strategi branding dan informasi. Akun ini memanfaatkan *Feed Post* untuk membagikan *trailer gameplay* yang menampilkan grafis memukau dan mekanisme pertarungan dalam Undawn, seperti adegan epik melawan zombie atau pertarungan *PvP* antar-pemain. Konten edukatif seperti infografis "5 Tips aman dayli blockade" juga sering diunggah untuk membantu pemain pemula. Selain itu, @undawnid aktif merepost *User-Generated Content (UGC)* seperti *fan art* atau video montage karya pemain, yang tidak hanya memperkaya konten tetapi juga membangun rasa memiliki dalam komunitas. Penggunaan *hashtag* khusus seperti #UndawnID atau #SurvivorID memudahkan pengguna menemukan konten terkait, sementara tag lokasi "Garena Indonesia" memperkuat identitas lokal. Rata-rata, akun ini mengunggah 5-

7 *Feed Post* per hari, dengan keterlibatan tertinggi pada konten yang menampilkan skin eksklusif. Dengan konsistensi ini, *Feed Post* berperan sebagai arsip visual yang merekam perkembangan game sekaligus mencerminkan identitas merek yang dinamis dan responsif terhadap pasar lokal.

2.2.2 Instagram Stories

Instagram *Stories* adalah fitur konten sementara (24 jam) yang memungkinkan pengguna berbagi foto, video pendek, atau teks dengan tambahan elemen interaktif seperti *poll*, *quiz*, atau *link*. Bagi @undawnid, *Stories* menjadi alat utama untuk komunikasi *realtime* dan peningkatan *engagement*. Contohnya, akun ini menggunakan *poll* dengan pertanyaan seperti, "Musuh mana yang paling sulit: jackson atau corrodors?" untuk memicu diskusi dan memahami preferensi pemain. Fitur *countdown sticker* digunakan untuk membangun antisipasi jelang peluncuran *update* besar, seperti musim baru atau *event* kolaborasi. Selain itu, *Stories* juga menjadi saluran cepat untuk pengumuman teknis, seperti jadwal *maintenance server* atau perbaikan *bug*, yang disampaikan dengan desain visual mencolok dan bahasa informal. Untuk konversi langsung, @undawnid memanfaatkan *swipe-up link* (bagi akun dengan 10k+ *followers*) guna mengarahkan pengguna ke halaman registrasi *event* atau toko aplikasi. Fitur *question box* dipakai untuk mengumpulkan masukan pemain tentang fitur yang diinginkan, seperti permintaan penambahan senjata atau mode permainan. Data menunjukkan bahwa *Stories* dengan konten *giveaway* (misal: "Screenshot skor tertinggi kamu dan menangin skin langka!") mencapai *engagement rate* hingga 20%, jauh di atas rata-rata 8-12%. Dengan fleksibilitasnya, *Stories* menjadi jembatan antara formalitas *Feed Post* dan spontanitas interaksi langsung.

2.2.3 Reels

Reels adalah fitur video pendek (15-90 detik) yang menekankan kreativitas melalui musik, efek visual, dan editing dinamis. Konten ini

memiliki potensi viral tinggi karena muncul di *Explore Page*, menjangkau audiens di luar pengikut akun. @undawnid memanfaatkan Reels untuk menyajikan konten hiburan dan informatif yang padat. Contohnya, video montage 30 detik berjudul "5 Detik yang Bikin Kamu Pengen Main Undawn!" menampilkan klimaks pertarungan, eksplorasi dunia terbuka, dan desain karakter epik. *Reels* juga digunakan untuk tips kilat, seperti cara meng-*upgrade* senjata atau menghindari serangan zombie, dengan transisi cepat dan teks overlay yang menarik. Tak hanya itu, akun ini aktif berpartisipasi dalam tren viral, seperti *dance challenge* dengan karakter *game* atau duet bersama kreator konten. Salah satu strategi sukses adalah kolaborasi dengan influencer gaming Indonesia dalam *Reels* bertajuk "Ngerjain orang lagi anterin suplai camp", yang menggabungkan humor dengan promosi skin eksklusif. Analisis menunjukkan bahwa *Reels* @undawnid mendapat 40% lebih banyak *shares* dibanding konten biasa, terutama yang menggunakan musik trending atau efek *augmented reality* (AR). Dengan kombinasi hiburan dan utilitas, *Reels* berhasil menarik pemain baru sekaligus mempertahankan minat pemain lama.

2.2.4 IGTV

IGTV memungkinkan pengunggahan video panjang (hingga 60 menit) yang ideal untuk konten mendalam. @undawnid menggunakan fitur ini untuk edukasi kompleks dan penguatan hubungan emosional dengan komunitas. Misalnya, video 20 menit berjudul "Membangun Basis Pertahanan Anti Zombie" memberikan panduan langkah demi langkah, dilengkapi tips dari pemain profesional. IGTV juga menjadi wadah untuk konten *Behind-the-Scenes*, seperti dokumentasi proses desain skin bertema arabian atau wawancara eksklusif dengan *developer game* tentang tantangan teknis membuat dunia *open-world*. Selain itu, akun ini mengarsipkan rekaman *live streaming event* kolaborasi, seperti sesi bermain bersama streamer ternama, yang di-*upload* ulang agar bisa diakses kapan saja. Konten IGTV @undawnid kerap diintegrasikan dengan *Feed Post* melalui

trailer pendek, misalnya cuplikan 1 menit dari video panjang yang mengarahkan penonton ke IGTV untuk versi lengkap. Meskipun *engagement rate* IGTV lebih rendah daripada *Reels*, konten ini berperan krusial dalam membangun citra akun sebagai sumber informasi terpercaya. Pemain yang mengakses IGTV cenderung berada dalam *fase deep engagement*, di mana mereka tidak hanya mencari hiburan singkat, tetapi juga ingin mendalami mekanisme game atau terhubung dengan sisi humanis pengembang.

2.2.5 *Hashtag*

Hashtag # berfungsi sebagai alat kategorisasi konten dan perluasan jangkauan organik. @undawnid menggunakan *hashtag* dengan strategi tiga lapis: *branding*, kampanye, dan eksplorasi. Untuk *branding*, *hashtag* khusus seperti #UndawnID dan #SurvivorID menciptakan identitas unik yang mudah diingat. Kampanye event menggunakan *hashtag* tematik, seperti #UndawnFanArtContest untuk kompetisi fan art atau #UndawnGiveaway untuk program hadiah. Sementara itu, *hashtag* umum seperti #GameIndonesia atau #SurvivalGame membantu konten muncul di pencarian pengguna yang belum mengenal Undawn. Analisis menunjukkan bahwa postingan dengan 8-10 *hashtag* campuran (khusus dan umum) mendapat 30% lebih banyak reach daripada yang hanya menggunakan *hashtag* khusus. Selain itu, @undawnid membuat *hashtag challenge* seperti #UndawnGlitchFix untuk mengajak pemain melaporkan *bug* sambil berkesempatan memenangkan hadiah. Keberhasilan strategi ini terlihat dari 1.200 lebih postingan pengguna yang menggunakan #UndawnID, menciptakan efek *social proof* dan memperkuat kepercayaan calon pemain. Dengan kombinasi *hashtag* yang tepat, akun ini tidak hanya mengorganisir konten, tetapi juga membentuk komunitas yang aktif dan terhubung.

2.2.6 *Highlights*

Highlights adalah kumpulan *Stories* yang diarsipkan secara permanen di bawah bio profil. @undawnid memanfaatkannya untuk

mengorganisir konten penting menjadi kategori mudah akses. Contohnya, *Highlight Tips* dan *Trik* berisi panduan membangun basis, mengelola sumber daya, dan strategi PvP. *Highlight Event* mengarsipkan informasi event aktif dan lampau, seperti jadwal *tournament* atau periode diskon in-game. Sementara itu, *highlight Lore* menyajikan cerita latar belakang dunia Undawn, termasuk profil karakter dan konflik antar-faksi. Desain *cover highlight* dibuat konsisten dengan tema warna gelap dan merah, mencerminkan atmosfer pasca-apokaliptik game. Fitur ini sangat berguna bagi pemain baru yang ingin mempelajari dasar-dasar game tanpa harus menggulir *feed* lama. Selain itu, *highlight FAQ* berisi jawaban atas pertanyaan umum seperti cara mengatasi *error login* atau syarat partisipasi *giveaway*. Dengan menyediakan informasi terstruktur, *Highlights* mengurangi beban pertanyaan berulang di DM dan memastikan pengalaman pengguna yang lebih efisien.

2.2.7 Instagram Live

Instagram *Live* memungkinkan siaran langsung *realtime* dengan interaksi dua arah melalui komentar. @undawnid menggunakan fitur ini untuk membangun kedekatan emosional dengan komunitas. Contohnya, sesi Q&A dengan Developer, di mana pemain bisa bertanya langsung tentang rencana *update* atau mekanisme *game*. Siaran *Live Gameplay* bersama influencer menarik ratusan penonton, dengan interaksi seperti "Drop emot jika kamu pernah mati di lokasi ini!". *Live* juga menjadi sarana *giveaway* instan, di mana penonton diminta mengirimkan komentar kreatif untuk memenangkan skin eksklusif. Salah satu momen viral adalah saat *developer* secara tak terduga mengumumkan skin gratis untuk semua penonton *Live* yang mencapai 1.000 viewers. Rekaman *Live* kemudian diarsipkan di IGTV atau *Highlights*, memastikan konten tetap bisa diakses oleh yang tidak sempat menyaksikan. Dengan tingkat *engagement* 3x (kali) lebih tinggi daripada konten biasa, *Live* menjadi bukti nyata komitmen @undawnid dalam mendengarkan dan merespons komunitas.

2.2.8 Direct Messages

Direct Messages (DMs) adalah fitur pesan pribadi untuk komunikasi langsung antara pengguna dan pemilik akun. Bagi @undawnid, DMs berfungsi sebagai layanan dukungan 24/7 dan sarana umpan balik. Tim admin aktif merespons keluhan teknis seperti "*Game sering crash setelah update terbaru*" dengan solusi *step-by-step*. Selain itu, DMs menjadi saluran untuk menerima masukan pemain, seperti permintaan penambahan mode permainan atau perbaikan fitur. Untuk meningkatkan efisiensi, @undawnid menggunakan *quick replies* (balasan otomatis) untuk pertanyaan umum seperti "Cara ikut giveaway?". Di sisi lain, DMs juga digunakan untuk menjalin kerja sama dengan kreator konten atau brand lokal, seperti undangan kolaborasi atau negosiasi *sponsorship*. Dengan rata-rata 50-100 pesan per hari, DMs menjadi bukti interaktivitas akun ini, sekaligus cerminan responsivitas tim dalam memelihara hubungan dengan komunitas.



BAB III

TEMUAN DATA

3.1 Instagram @undawnid

Akun instagram @undawnid telah menjadi tempat dimana semua hal yang ada dan menjadi bagian dari game garena undawn itu diabadikan. Unggahan @undawnid per Oktober 2024 mencapai 1570 unggahan yang memiliki beragam jenis konten terkait undawn itu sendiri. @undawnid menggunakan *platform* instagram ini bertujuan untuk membangun komunitas pemain lokal sejak awal, sekaligus mempromosikan keunikan Undawn yang menggabungkan elemen *PvP (Player vs Player)*, *PvE (Player vs Environment)*, eksplorasi dunia terbuka, dan mekanisme bertahan hidup di tengah ancaman zombie dan lingkungan yang dinamis.

Sejak awal berdiri, @undawnid difungsikan sebagai pusat informasi terpercaya bagi pemain Indonesia. Pada fase pra-rilis, akun ini aktif membagikan *trailer gameplay*, cerita latar belakang dunia Undawn, serta profil karakter yang bisa dimainkan. Konten-konten tersebut dirancang untuk membangkitkan antusiasme calon pemain dengan menonjolkan grafis berkualitas tinggi, sistem pertarungan yang intens, dan desain lingkungan pasca-apokaliptik yang imersif. Selain itu, akun ini juga menjadi media untuk mengumumkan tanggal rilis resmi, panduan pra-registrasi, dan bonus eksklusif bagi pengguna yang mendaftar lebih awal.

Setelah game resmi diluncurkan, @undawnid berkembang menjadi *platform* multifungsi yang melayani berbagai kebutuhan pemain. Berikut detail kegunaannya:

1. Pembaruan Konten dan *Patch*

Akun ini secara rutin menginformasikan pembaruan game, seperti penambahan fitur, perbaikan *bug*, atau penyesuaian *nerf/buff* pada senjata dan karakter.

2. *Event*

@undawnid kerap mengadakan *event* temporer, atau *giveaway merchandise* bertanda tangan pengembang. Informasi tentang syarat partisipasi, periode *event*, dan hadiah selalu dijelaskan secara transparan melalui *feed* dan *Instagram Story*.

4. Interaksi Komunitas

@undawnid tidak hanya menjadi corong satu arah, tetapi juga memfasilitasi dialog antara pengembang dan pemain. Melalui fitur kuis, jajak pendapat (*poll*), atau sesi Q&A, pemain bisa memberikan masukan langsung tentang fitur yang diharapkan atau melaporkan masalah teknis. Akun ini juga kerap membagikan karya kreatif pemain, seperti *fan art*, video montage pertarungan, atau cerita *role-play*, yang kemudian di-*repost* untuk memperkuat rasa kebersamaan.

5. Dukungan Teknis dan *FAQ*

Sebagai bagian dari layanan pengguna, @undawnid menyediakan panduan *troubleshooting* untuk masalah umum, seperti *error login*, *lag*, atau kompatibilitas perangkat. Pemain juga diarahkan ke kanal resmi (seperti situs *web* atau *CS email*) untuk masalah yang lebih kompleks.

6. Promosi Konten Eksklusif

Akun ini menjadi sumber utama untuk mengakses konten eksklusif, Hal ini menunjukkan komitmen pengembang dalam melakukan peningkatan untuk pasar Indonesia.

Secara keseluruhan konten @undawnid menampilkan konten berupa gambar, gambar (*carousel*), dan video (*reels*), jumlah keseluruhan konten yang

diunggah oleh @undawnid per Oktober 2024 mencapai 409 konten unggahan. Peneliti akan menganalisis konten yang diunggah oleh @undawnid yang meliputi unggahan *feed post*, dan video (*reels*), jumlah keseluruhan konten, kategori atau isi konten, caption dari masing-masing unggahan, komentar dari pengguna.

3.2 Jumlah Unggahan Konten

Tabel 3.1 Konten Juni-Oktober 2024

Jenis Unggahan	Jumlah Juni-Oktober 2024
Keseluruhan Unggahan	409
Unggahan Foto/Gambar <i>Carousel</i>	308
Unggahan Video <i>Reels</i>	101

Akun instagram @undawnid merupakan salah satu akun yang aktif berbagi informasi atau hal-hal yang berkaitan dengan game garena undawn setiap harinya. Sebagai akun *official* dari game garena undawn *region* indonesia, @undawnid mengunggah konten yang beragam seperti gambar, foto *carousel*, video *reels* dan *story* untuk memberikan informasi, dan hiburan terkini mengenai game undawn. Berdasarkan data yang telah yang diketahui @undawnid telah mengunggah total lebih dari 1605 ribu konten unggahan baik itu gambar/foto dan video *reels*. Dalam lingkup batasan yang diteliti oleh penulis, dalam kurun waktu juni 2024 sampai dengan oktober 2024, tercatat 409 konten yang telah diunggah oleh @undawnid, konten tersebut terbagi dari 308 Gambar/Foto *carousel* dan 101 *Video Reels*.

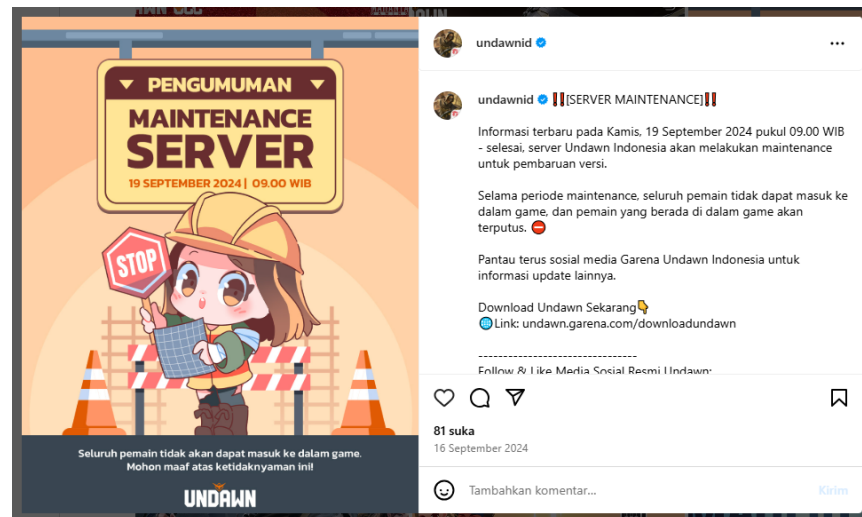
Unggahan Gambar/Foto *carousel* menjadi konten utama yang mendominasi pada akun @undawnid dengan total 409 unggahan, yang berisi informasi-informasi terupdate terkait undawn. Unggahan ini direncanakan untuk menarik perhatian pengguna secara langsung. Sementara, *video reels* digunakan untuk memberikan informasi yang lebih mendetail dan terperinci dari hal yang dilakukan, baik teknis dan non teknis.

Selain itu, @undawnid juga membuat konten-konten berupa Gambar(*carousel*), yang biasanya berisikan *quiz* atau *giveaway*, yang lebih menarik perhatian dengan menggunakan karakter-karakter yang ada didalam game, diubah menjadi *fan art chibby*, untuk lebih meningkatkan dan mendapatkan interaksi pengguna. Konten Gambar(*carousel*) lebih sedikit dibandingkan konten-konten yang lain, namun juga berperan penting dalam meningkatkan *insight* dan pemasaran dari game undawn itu sendiri. Dengan secara keseluruhan jumlah total konten yang telah diunggah @undawnid dapat mencerminkan tingkat aktivitas dan konsistensi yang tinggi dalam menyebarkan informasi. Sehingga memberikan ketertarikan dalam pendekatan yang dilakukan untuk meningkatkan kepopuleran game undawn itu sendiri.

3.3 Konten Instagram (Juni-Oktober 2024)

3.3.1 Pembaruan *Patch* dan Konten

Konten ini menginformasikan pembaruan game, seperti penambahan fitur, perbaikan *bug*, atau penyesuaian *nerf/buff* pada senjata dan karakter. Misalnya, saat musim baru (*season*) diperkenalkan, @undawnid akan memposting ringkasan konten baru, termasuk peta tambahan, misi khusus, atau skin eksklusif, disertai jadwal *maintenance server*.



Gambar 3.1 Pemberitahuan Maintenance

Pada gambar diatas, menunjukkan salah satu konten yang disajikan @undawnid adalah memberitahu keadaan terbaru atau yang akan terjadi didalam game, pada postingan tersebut menjelaskan secara detail, dan singkat bahwa game tersebut akan mengalami pemeliharaan sistem atau *maintenance*, guna meningkatkan fitur dan kenyamanan pemain dalam bermain game tersebut. Disebutkan juga jadwal yang akan dimulainya maintenance yang mana, pada saat hal tersebut dilakukan, seluruh pemain atau *player* yang bermain tidak bisa melakukan *login* dan bermain didalam *game*. Oleh sebab itu, konten tersebut dibuat untuk memberikan informasi atau himbauan kepada seluruh pemain untuk meninggalkan permainan terlebih dahulu.

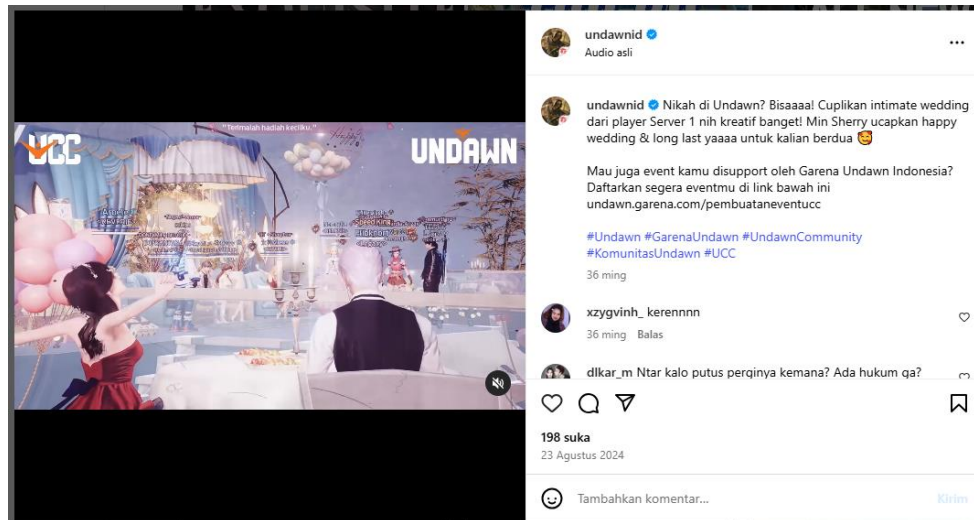


Gambar 3.2 Pembaruan Konten Game

Konten berikut merupakan lanjutan dari konten diatas, dimana setelah dilakukannya maintenance atau pemeliharaan, @undawnid akan mengeluarkan postingan atau konten terbaru terkait hal yang ditingkatkan didalam game. Pada postingan tersebut tampak bahwasanya ada job terbaru yang akan dihadirkan didalam permainan, sehingga hal ini akan membuat para pemain atau *player* tertarik, dan tidak sabar untuk mencobanya didalam *game*.

3.3.2 Event

@undawnid juga mengadakan *event* temporer, atau *giveaway merchandise* bertanda tangan pengembang. Informasi tentang syarat partisipasi, periode event, dan hadiah selalu dijelaskan secara transparan melalui *feed* dan *Instagram Story*.



Gambar 3.3 Event Pernikahan

Pada postingan tersebut, merupakan salah satu event yang dibuat oleh ide-ide kreatif dari pemain didalam *game*, yang mana mereka membuat event simulasi pernikahan didalam *game*, tentu saja hal ini tidak dilakukan secara sepihak atau pemain digame saja, juga ada campur tangan dari pihak pengembang *game*, sehingga event ini dapat dilaksanakan dan terselenggarakan. Konten ini berguna untuk memberikan gambaran dari permainan yang tidak monoton atau begitu-begitu saja, yang mana didalam permainan seluruh pemain diberi kebebasan untuk melakukan eksplorasi mengenai apapun yang ada didalam game, tentu saja hal tersebut, tetap didalam pedoman-pedoman yang ada digame tersebut.

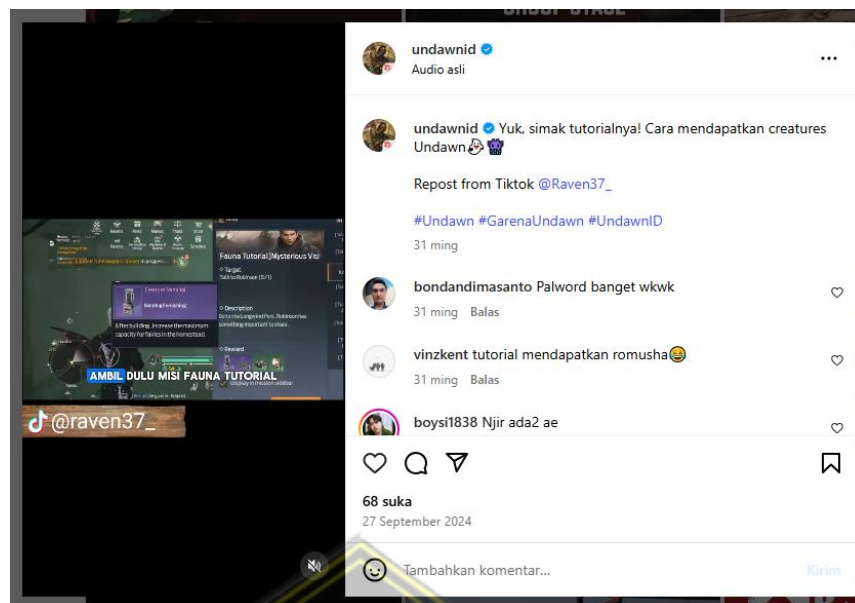


Gambar 3.4 Quiz guess the emoji

Pada postingan berikut, menunjukkan bahwa @undawnid juga membuat konten yang dapat meningkatkan interaksi antara pengguna lainnya. Dengan mengadakan *mini games quiz* di beberapa postingan instagram mereka. Dengan menambahkan *reward* untuk beberapa pemenang terpilih.

3.3.3 Tips Bermain

Bagi pemain pemula, akun ini menyediakan konten edukatif seperti panduan membangun basis pertahanan, mengelola sumber daya, atau mengoptimalkan kombinasi senjata. Untuk pemain tingkat lanjut, ada analisis mendalam tentang meta game, rekomendasi *squad composition*, atau taktik menghadapi *boss PvE*. Konten ini sering disajikan dalam bentuk infografis atau video pendek yang mudah dipahami.



Gambar 3.5 Tutorial Mendapatkan Creature

Pada postingan tersebut, @undawnid menampilkan sebuah konten yang berupa video reels yang menjelaskan tentang cara mendapatkan creature atau pet didalam game, untuk menemani kita dalam melakukan eksplorasi didunia undawn. Konten ini bertujuan untuk membantu para pemain yang memiliki kesusahan dalam melakukan hal tersebut, atau tidak mengetahui caranya, maka @undawnid hadir untuk memberikan solusi dalam konten-konten yang berupakan tutorial. Dengan adanya jenis postingan tersebut, dapat diketahui @undawnid sangat memikirkan dan mementingkan para pemain yang memainkan game undawn tersebut.

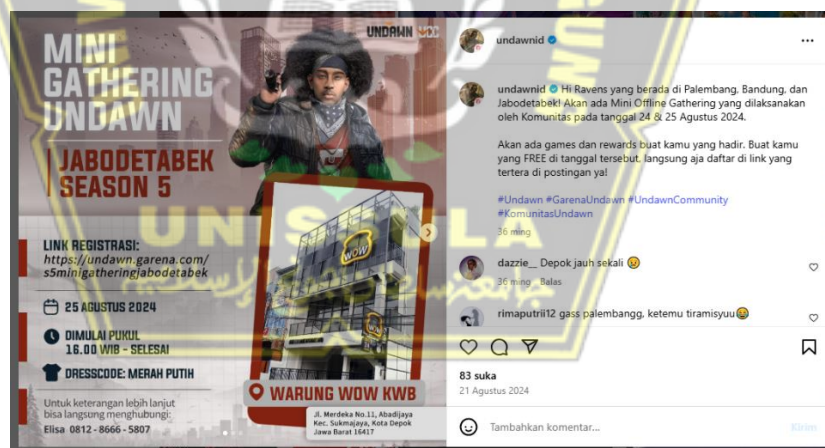
3.3.4 Interaksi Komunitas

@undawnid tidak hanya menjadi corong satu arah, tetapi juga memfasilitasi dialog antara pengembang dan pemain. Melalui fitur kuis, jajak pendapat (*poll*), atau sesi Q&A, pemain bisa memberikan masukan langsung tentang fitur yang diharapkan atau melaporkan masalah teknis. Akun ini juga kerap membagikan karya kreatif pemain, seperti *fan art*, video montage pertarungan, atau cerita *role-play*, yang kemudian di-*repost* untuk memperkuat rasa kebersamaan.



Gambar 3.6 Repost Respon Pemain

Salah satu postingan @undawnid, yang menunjukkan bahwa mereka mendengar suara para pemain undawn indonesia, dengan menyatukan beberapa server permainan menjadi satu, dimana hal ini dilakukan untuk mempertemukan pemain dari server yang berbeda-beda, hal ini juga dilakukan, untuk menurunkan lonjakan *signal* (*ping jump*) saat bermain game undawn tersebut.



Gambar 3.7 Event Mini Gathering

Postingan berikut merupakan konten yang menampilkan informasi yang berhubungan dengan komunitas-komunitas yang ada diberbagai macam daerah diindonesia, yang mana mereka menyelenggarakan sebuah acara mini gathering guna mempererat rasa kebersamaan antar sesama

pemain undawn di indonesia, hal ini juga didukung penuh oleh pengembang @undawnid.

3.4 Caption Postingan

Caption dalam Instagram memiliki peran sangat penting karena berfungsi sebagai penjelas atau keterangan bagi foto atau video yang dibagikan, caption juga sebagai sarana untuk menyampaikan pesan, emosi, atau bahkan membentuk narasi tertentu. Sebuah caption yang tepat dapat memperkuat pesan visual, meningkatkan daya tarik audiens, dan bahkan memicu interaksi lebih banyak dengan audiens melalui komentar, *likes*, atau *shares*. Dalam sebuah postingan Instagram, caption memiliki peran kunci tentunya dalam pemilihan bahasa yang dapat membentuk cara pengikut berinteraksi dengan konten yang dibagikan. Pemilihan kata, gaya penulisan, dan bahasa dalam caption dapat memengaruhi bagaimana pesan diterima dan dipahami oleh audiens.

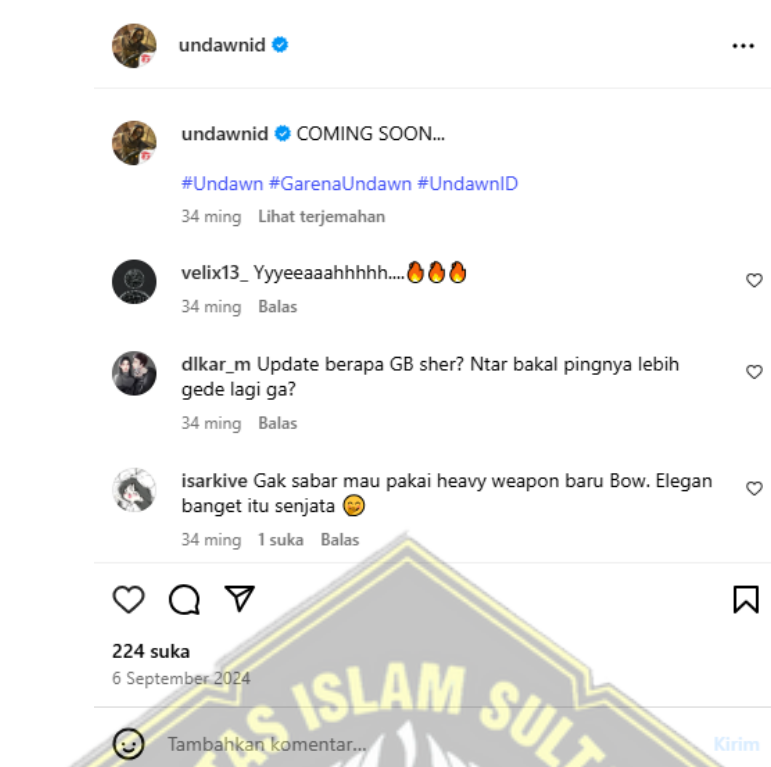
3.5 Komentar Pengguna (*User Engagement*)

Komentar pengguna merupakan indikator penting dalam mengukur tingkat keterlibatan (*engagement*) audiens terhadap konten yang dipublikasikan. Berdasarkan observasi pada unggahan konten antara bulan Juni hingga Oktober 2024, komentar yang masuk menunjukkan bahwa akun @undawnid berhasil menciptakan ruang interaksi yang aktif dan dinamis.



Gambar 3.8 Komentar Apresiasi Pemain

Pada gambar tersebut, terlihat sebuah unggahan dari akun Instagram resmi @undawnid yang memberikan apresiasi kepada tim “*Squad Wave*” atas partisipasi mereka dalam turnamen *Dawn of Champions (DOC) 2024*. Postingan ini mengandung nada semangat dan penghargaan, yang juga tercermin dalam bentuk komentar dari pengguna. Komentar yang muncul seperti “GGWP all” dari pengguna @jejechan21 menunjukkan bentuk dukungan dan pengakuan terhadap performa tim “GGWP”, GGWP sendiri adalah singkatan dari “*Good Game Well Played*”, istilah umum dalam komunitas game untuk menghormati permainan yang baik. Sementara itu, komentar lain dari @jumadichaa yang hanya menuliskan “DOC” disertai emoji sedih mengindikasikan keterlibatan emosional pengguna terhadap hasil atau akhir dari turnamen tersebut, bisa bermakna kecewa, terharu, atau sekadar menunjukkan simpati. Bentuk komentar-komentar ini mencerminkan adanya keterlibatan emosional dan solidaritas dari komunitas pemain terhadap event yang berlangsung, serta memperlihatkan bahwa konten dari @undawnid mampu membangkitkan respons positif dan interaktif dari pengikutnya.



Gambar 3.9 Komentar Pertanyaan Pemain

Pada unggahan Instagram @undawnid yang bertuliskan “*COMING SOON...*”, terlihat bahwa bentuk komentar yang muncul mencerminkan antusiasme dan rasa penasaran dari para pengikut terhadap konten atau fitur baru yang akan dirilis. Komentar dari pengguna @velix13 dengan ekspresi semangat “Yyyeaaahhhh...” menunjukkan respons emosional positif yang penuh antusias, tanpa menanyakan detail lebih lanjut. Sementara itu, komentar dari @dlkar_m lebih bersifat teknis, mempertanyakan ukuran *file update* dan potensi dampaknya terhadap kualitas koneksi, yang menandakan perhatian pada aspek performa teknis *game*. Di sisi lain, komentar dari @isarkive menyoroti rasa tidak sabar untuk mencoba senjata baru berupa *Bow*, dan memuji tampilannya yang elegan, mengekspresikan ketertarikan pada elemen visual dan konten *in-game*. Kombinasi antara komentar emosional, pertanyaan teknis, dan pujian terhadap konten menegaskan bahwa unggahan tersebut mampu menarik berbagai jenis respons dari komunitas, mulai dari *excitement*, keingintahuan, hingga apresiasi terhadap estetika dan fitur game yang akan datang.



Gambar 3.10 Komentar Keluhan Pemain

Pada unggahan Instagram @undawnid yang bersifat promosi dan ajakan untuk mengikuti turnamen “*Dawn Showdown Season 3*”, komentar yang muncul dari para pengguna menunjukkan adanya masukan kritis dan keluhan yang konstruktif terhadap aspek teknis game. Pengguna @luthfi990000 menyampaikan kritik mengenai ketidaksesuaian antara reset *event* dan toko penukaran item yang tidak ikut diperbarui, menandakan perhatian terhadap keadilan sistem dalam game. Sedangkan komentar dari @dano.04 menyoroti adanya *bug* pada fitur *scope* senjata selama turnamen berlangsung, yang mengindikasikan adanya masalah teknis yang mengganggu pengalaman bermain. Bentuk komentar seperti ini memperlihatkan bahwa selain dukungan atau antusiasme, pengikut akun juga aktif menyampaikan keluhan serta harapan mereka terhadap perbaikan dalam sistem permainan. Ini menunjukkan keterlibatan komunitas yang tidak hanya bersifat pasif sebagai penonton, tetapi juga aktif memberikan umpan balik demi kualitas game yang lebih baik.



Gambar 3.11 Komentar Jawaban Quiz

Pada unggahan Instagram @undawnid yang menampilkan pertanyaan kuis seputar item yang dicari dalam *Stygian Restricted Area* untuk meningkatkan stats, bentuk komentar yang muncul menunjukkan respons partisipatif dan antusias dari komunitas pemain. Beberapa pengguna seperti @dheaawaw, @val1722, dan @ovv_alone memberikan jawaban yang relatif konsisten, yaitu “Sigit” atau “Sigil”, yang tampaknya merupakan istilah dalam game. Bahkan, @ovv_alone memberikan jawaban lengkap dan menyertakan detail tambahan seperti jenis warna dan UID, mengindikasikan tingkat pemahaman yang tinggi terhadap konten permainan. Di sisi lain, terdapat komentar seperti dari @noe_pgsz yang menjawab dengan nada bercanda (“Kelereng”), menunjukkan adanya unsur humor dalam komunitas. Komentar dari @rifadkulan, “Kok gua ga dpt,” mengekspresikan kekecewaan karena mungkin belum berhasil memperoleh item tersebut dalam game. Bentuk-bentuk komentar ini memperlihatkan adanya kombinasi interaksi serius dan kasual dari pemain, yang menunjukkan bahwa konten kuis seperti ini tidak hanya dari pemain, yang menunjukkan bahwa konten kuis seperti ini tidak hanya menciptakan edukasi dan penguatan informasi in-game, tetapi juga memperkuat keterlibatan emosional dan rasa kebersamaan antar pemain.

Konten visual yang dibuat oleh @undawnid juga secara konsisten mengintegrasikan elemen-elemen yang menarik perhatian, seperti penggunaan warna yang mencolok, desain grafis yang modern, serta caption yang bersifat

interaktif. Misalnya, unggahan video pendek tentang fitur-fitur terbaru di game Undawn sering kali dilengkapi dengan ajakan untuk berinteraksi, seperti kuis atau tantangan. Strategi ini tidak hanya meningkatkan *engagement rate*, tetapi juga menciptakan ruang dialog antara pengembang dan pemain, sehingga komunitas digital yang terbentuk semakin kuat.



BAB IV

ANALISIS HASIL TEMUAN

Bab ini bertujuan untuk memaparkan hasil dari analisis terhadap peran media sosial, khususnya akun Instagram @undawnid, dalam upaya meningkatkan popularitas game Undawn di Indonesia. Penelitian dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif menggunakan metode analisis isi, dengan fokus pada periode Juni hingga Oktober 2024. Dalam periode tersebut, akun @undawnid mengunggah ratusan konten dalam berbagai bentuk dan memanfaatkan hampir seluruh fitur utama yang disediakan oleh Instagram. Oleh karena itu, bab ini disusun untuk menjelaskan secara menyeluruh bagaimana strategi komunikasi visual, interaksi digital, serta pemanfaatan fitur-fitur media sosial telah menjadi sarana efektif dalam membangun keterlibatan audiens, menciptakan komunitas, dan pada akhirnya meningkatkan visibilitas serta popularitas game.

Peneliti menyusun analisis ini berdasarkan kategorisasi isi unggahan, observasi terhadap pola interaksi pengguna, serta pendekatan teoritis melalui teori Uses and Gratifications. Dengan mengurai fungsi komunikatif dari tiap elemen konten, peneliti dapat mengungkap mekanisme strategis yang dijalankan akun Instagram @undawnid dalam menumbuhkan popularitas produk digital. Dalam hal ini, *game survival openworld* bernama Undawn. Penekanan analisis terletak pada keterpaduan antara konten visual, narasi caption, serta interaktivitas digital yang semuanya saling terhubung dalam menciptakan pengalaman pengguna yang memuaskan.

Dengan cakupan data yang mencakup lebih dari 400 unggahan konten selama lima bulan observasi, bab ini akan mengelaborasi tidak hanya kuantitas aktivitas akun, tetapi juga kualitas dan efeknya terhadap partisipasi pengguna. Dengan demikian, pembahasan dalam bab ini diharapkan mampu menjawab pertanyaan utama dalam

rumusan masalah, yaitu: *Bagaimana peran media sosial Instagram @undawnid dalam meningkatkan popularitas game Undawn?*

4.1 Analisis Strategi Konten Instagram @undawnid

Instagram sebagai media sosial berbasis visual memerlukan strategi konten yang bukan hanya informatif, tetapi juga menarik secara estetika dan relevan secara emosional. Dalam konteks akun @undawnid, strategi ini diwujudkan dalam bentuk kombinasi unggahan yang konsisten, beragam, serta terfokus pada pemenuhan kebutuhan pengguna. Selama periode penelitian, akun ini berhasil mengunggah 409 konten yang terdiri dari 308 unggahan gambar/foto *carousel* dan 101 unggahan video Reels. Dalam bagian ini, peneliti akan menguraikan dua dimensi utama strategi konten: konsistensi frekuensi unggahan dan klasifikasi isi konten.

4.1.1 Konsistensi Frekuensi Unggahan

Salah satu indikator penting dalam efektivitas akun media sosial adalah konsistensi dalam mengunggah konten. Akun @undawnid secara rata-rata mengunggah 5 hingga 7 konten per hari, baik dalam bentuk *feed*, *reels*, maupun *story*. Konsistensi ini menciptakan ekspektasi harian bagi pengikutnya, yang memungkinkan terjadinya *habitual engagement*, yakni kebiasaan audiens untuk secara rutin mengecek akun guna mendapatkan *update* terbaru.

Konsistensi ini bukan semata-mata persoalan kuantitas, tetapi juga kualitas dan keberagaman. Dalam kurun lima bulan, akun ini mampu mempertahankan ritme unggahan tanpa mengorbankan kualitas visual, narasi caption, atau struktur informasi. Ini menunjukkan adanya sistem manajemen konten yang terencana, baik dari sisi editorial maupun desain kreatif. Efek dari konsistensi ini terlihat dari meningkatnya jumlah pengikut yang tercatat bertambah sekitar 500-700 pengikut setiap bulan, menunjukkan bahwa eksistensi akun terus menarik perhatian pengguna baru.

Dengan frekuensi unggahan yang tinggi, algoritma Instagram cenderung memberikan eksposur lebih besar melalui fitur *Explore*, sehingga meningkatkan kemungkinan akun untuk ditemukan oleh non-pengikut. Ini memperkuat posisi akun @undawnid sebagai salah satu saluran pemasaran digital utama yang mampu mengangkat awareness terhadap game Undawn secara luas.

4.1.2 Kategori Konten dan Fungsi Komunikatif

Strategi konten akun @undawnid juga terlihat dalam cara mereka mengklasifikasikan dan menyusun isi unggahan ke dalam kategori tertentu. Berdasarkan analisis isi, terdapat lima kategori konten utama :

1. Pembaruan *Patch* dan *Konten*

Game merupakan kategori yang paling dominan dari sisi informasi teknis. Postingan dalam kategori ini umumnya menginformasikan tentang maintenance server, penambahan fitur baru, atau peluncuran job karakter terbaru. Bahasa yang digunakan bersifat informatif, padat, dan *to the point*, dengan visual yang menampilkan elemen kunci seperti senjata baru atau desain karakter yang diperbarui.

2. *Event* dan *Giveaway*

Digunakan untuk membangkitkan semangat partisipasi pengguna. Konten dalam kategori ini mencakup kuis, tantangan kreatif, serta turnamen ingame seperti *Dawn Showdown*. Dengan menyertakan hadiah berupa item langka, skin eksklusif, atau merchandise fisik, akun ini mendorong interaksi yang bersifat kompetitif sekaligus emosional.

3. Tips dan Strategi Bermain

Merupakan bentuk konten edukatif yang bertujuan untuk mendampingi pemain dalam mengembangkan kemampuannya di dalam game. Konten ini sering kali hadir dalam bentuk infografis carousel atau video pendek *Reels* yang menjelaskan fitur-fitur seperti upgrade senjata,

komposisi squad PvP terbaik, atau lokasi terbaik untuk farming sumber daya.

4. Interaksi Komunitas

Memperlihatkan bagaimana akun ini tidak hanya menjadi penyampai informasi satu arah, tetapi juga fasilitator percakapan dua arah. Unggahan yang merepost fan art, menyampaikan polling, serta membagikan cuplikan komunitas seperti mini gathering memperkuat rasa kepemilikan dan kebersamaan di antara pemain. Ini penting dalam menciptakan komunitas digital yang loyal.

5. Promosi Konten Eksklusif

Mencakup peluncuran skin, misi kolaborasi dengan karakter tertentu, atau merchandise game. Konten ini bersifat komersial, namun dibungkus dengan narasi estetika yang kuat sehingga tetap terasa menyatu dengan identitas akun. Dari semua kategori tersebut, akun @undawnid memperlihatkan kepekaan terhadap kebutuhan audiensnya, mulai dari informasi fungsional hingga pemuasan emosional. Ini selaras dengan prinsip dalam teori *Uses and Gratifications* yang menyatakan bahwa khalayak memilih media berdasarkan kemampuannya memenuhi kebutuhan tertentu.

4.2 Analisis Fitur Instagram yang Digunakan

Instagram sebagai platform media sosial memiliki berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai tujuan komunikasi dan pemasaran. Dalam konteks akun @undawnid, hampir seluruh fitur utama Instagram digunakan secara strategis untuk membangun keterlibatan dengan pengguna, meningkatkan penyebaran informasi, serta menciptakan citra positif terhadap game Undawn. Penggunaan fitur-fitur ini menunjukkan bahwa akun @undawnid tidak hanya mengandalkan kekuatan visual semata, tetapi juga menerapkan pendekatan komunikasi dua arah dan partisipatif.

Setiap fitur memiliki fungsi unik yang jika dimanfaatkan secara optimal, mampu menciptakan pengalaman digital yang kuat dan berkesan bagi pengguna. Dalam hal ini, peneliti akan membahas secara terperinci bagaimana fitur-fitur tersebut digunakan dan memberikan pengaruh terhadap interaksi serta popularitas game Undawn.

4.2.1 *Feed Post*

Feed post adalah fitur dasar dari Instagram yang memungkinkan pengguna mengunggah gambar atau video secara permanen pada profil mereka. *Feed post* merupakan fondasi utama dari konten akun @undawnid, di mana sebanyak lebih dari 300 dari total 409 unggahan yang dianalisis berasal dari feed berupa foto, gambar *carousel*, dan visual informatif lainnya. Dalam *feed post* ini, akun @undawnid menampilkan berbagai jenis konten, mulai dari pengumuman pembaruan *patch*, pengenalan karakter atau senjata baru, hingga konten edukatif seperti tips bermain.

Setiap unggahan tidak hanya menampilkan gambar biasa, tetapi didesain dengan estetika yang kuat, mengusung warna dominan merah dan gelap khas suasana pasca-apokaliptik dalam dunia Undawn. Komposisi gambar sering kali dilengkapi dengan elemen tipografi digital futuristik, membuatnya langsung dikenali sebagai identitas visual game.

Selain tampilan visual, *caption* yang menyertai *feed post* memiliki peran yang sangat penting. *Caption* ditulis dengan bahasa informal namun informatif, membentuk jembatan komunikasi yang humanis antara akun dan pengikutnya. Dalam banyak kasus, *caption* juga mengandung ajakan untuk bertindak (*call to action*), misalnya: “Sudah siap bertarung di season baru?” atau “Ceritakan pengalamanmu saat lawan boss ini di kolom komentar!”.

Strategi feed ini terbukti efektif dalam membangun awareness. Postingan feed dengan konten informatif seperti update *patch* atau event mendatang biasanya mendapatkan komentar komentar bersifat teknis atau pertanyaan dari pemain. Sementara feed yang menampilkan konten hiburan seperti

meme, *fan art*, atau recap turnamen lebih banyak mendapatkan komentar emosional dan apresiatif.

4.2.2 *Instagram Stories*

Instagram Stories adalah fitur konten sementara yang berlangsung selama 24 jam. Fitur ini banyak digunakan oleh akun @undawnid untuk menyampaikan informasi singkat, interaktif, dan *realtime* kepada pengikutnya. Setiap hari, akun ini menggunakan fitur *Stories* untuk berbagai keperluan seperti pengumuman *maintenance*, *countdown event*, *polling*, dan kuis.

Salah satu kekuatan utama dari *Instagram Stories* adalah fleksibilitas dan sifatnya yang cepat dikonsumsi. *Stories* memungkinkan penggunaan elemen interaktif seperti tombol *polling* ("Pilih karakter favoritmu!"), kuis singkat, *countdown*, link tautan langsung ke toko aplikasi, dan bahkan *question box*. Dalam konteks @undawnid, fitur ini tidak hanya dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi satu arah, tetapi juga untuk mendengarkan opini dan keinginan pemain secara langsung. Sebagai contoh, dalam salah satu *polling story*, akun ini menanyakan, "Musuh mana yang lebih menyebalkan, Jackson atau Corroders?" *Polling* semacam ini tidak hanya menciptakan interaksi, tetapi juga membentuk keterlibatan emosional karena pengikut merasa opini mereka dihargai. Data dari *story* yang interaktif menunjukkan *engagement rate* bisa mencapai 20%, jauh melebihi rata-rata *feed* biasa.

Stories juga sangat cocok untuk pengumuman mendesak. Ketika server mengalami *maintenance* mendadak, informasi disampaikan langsung lewat *story* dengan desain mencolok. Hal ini membuktikan bahwa @undawnid telah menjadikan *story* sebagai media komunikasi cepat dan efektif yang mampu menjangkau pemain dalam situasi *realtime*.

Penggunaan fitur *Instagram Stories* oleh @undawnid telah terbukti menjadi salah satu cara paling efektif untuk menarik perhatian audiens dalam waktu

singkat. Dengan rata-rata durasi kurang dari 15 detik, *Stories* memungkinkan pengelola akun untuk menyampaikan pesan yang padat, relevan, dan menarik. Sebagai contoh, *Stories* yang berisi pengumuman *event* atau *giveaway* sering kali mendapatkan *engagement rate* yang lebih tinggi dibandingkan unggahan biasa, karena audiens merasa terlibat secara langsung dalam aktivitas yang ditawarkan.

4.2.3 Reels

Instagram Reels merupakan fitur video pendek berdurasi 15-90 detik yang difokuskan pada konten dinamis, kreatif, dan berpotensi viral. Dalam kurun Juni hingga Oktober 2024, @undawnid telah mengunggah lebih dari 100 video *Reels* yang sebagian besar bertujuan untuk edukasi cepat, promosi skin, kolaborasi dengan kreator konten, serta hiburan ringan. *Reels* menjadi salah satu alat paling efektif dalam menarik pengguna baru karena memiliki kemungkinan muncul di halaman *Explore Instagram*. *Konten Reels* yang dibuat oleh @undawnid menggabungkan elemen visual sinematik dari game, *sound effect* yang intens, serta narasi teks yang muncul seiring video berjalan (*dynamic text overlay*). Misalnya, dalam video "5 Detik yang Bikin Kamu Pengen Main Undawn!", penonton disuguhkan klip pertarungan dengan visual spektakuler yang dikemas dalam format cepat.

Melalui strategi *Reels*, keberanian akun ini untuk mengikuti tren. Misalnya, saat tren audio tertentu viral, akun @undawnid membuat konten *Reels* versi Undawn dengan menggabungkan humor, *gameplay*, dan unsur musik *trending*. Dalam satu video, karakter dalam game digambarkan "ngerjain" teman saat sedang membawa suplai ke markas, diiringi dengan musik lucu. Konten seperti ini mendorong niat berbagi secara luas, bahkan oleh pengguna yang belum bermain Undawn. Selain promosi hiburan, *Reels* juga digunakan untuk konten edukasi kilat seperti "cara upgrade senjata dalam 30 detik" atau "lokasi terbaik farming material minggu ini." Kecepatan dan padatnya informasi membuat pengguna tertarik menyimpan dan membagikan video ke sesama pemain, memperluas jangkauan akun dan

membangun reputasi sebagai akun yang bermanfaat, sebagaimana mestinya.

4.2.4 IGTV

IGTV memungkinkan akun Instagram mengunggah video berdurasi panjang, hingga 60 menit. Dalam kasus @undawnid, fitur ini dimanfaatkan untuk menyajikan konten mendalam yang tidak bisa dikemas secara padat dalam *feed* atau *reels*. Beberapa video IGTV yang ditayangkan antara lain adalah dokumentasi *event* turnamen besar, serta wawancara dengan pengembang game. Video IGTV seperti “Cara Bangun Basis Anti Zombie” berdurasi 20 menit, menampilkan narasi mendetail, petunjuk visual, dan komentar dari pemain profesional. Ini menjadikan akun tidak hanya sebagai kanal promosi, tetapi juga sebagai sumber edukasi terpercaya. Meski *engagement rate* dari IGTV lebih rendah dibanding *Reels* atau *Stories*, audiens yang menonton IGTV cenderung berada pada *fase deep engagement*, yakni pengguna yang sudah menjadi pemain aktif dan ingin mendalami game lebih jauh.

4.2.5 Hashtag

Penggunaan *hashtag* oleh @undawnid sangat strategis. Akun ini membagi *hashtag* ke dalam tiga fungsi utama :

1. Branding

Seperti #UndawnID, #SurvivorID

2. Event

Seperti #UndawnFanArtContest, #UndawnGiveaway

3. Eksplorasi Umum

Seperti #GameIndonesia, #SurvivalGame

Dengan perpaduan *hashtag* khusus dan umum, jangkauan konten dapat meluas ke audiens yang lebih luas. Data internal menunjukkan bahwa

unggahan dengan 8-10 *hashtag* kombinasi mendapatkan 30% lebih banyak *reach* dibanding yang hanya memakai *hashtag* generik.

4.2.6 Highlights

Highlights adalah fitur pengarsipan *stories* secara permanen di bagian profil. Akun @undawnid memanfaatkannya untuk menyusun kategori seperti Tips & Trik, *Event*, *Lore* (cerita latar), dan *FAQ*. Ini memudahkan pemain baru mencari informasi dasar game tanpa harus menggulir *feed* lama. Visualisasi sampul *highlights* juga dibuat konsisten dengan tema pasca-apokaliptik Undawn, membangun kesan profesional dan terorganisir.

4.2.7 Instagram Live

Instagram Live digunakan untuk menjalin koneksi emosional langsung dengan komunitas. Siaran langsung berupa Q&A dengan *developer* atau *Live Match* dengan influencer menjadi alat efektif untuk membentuk loyalitas. *Live* juga dimanfaatkan untuk *giveaway realtime*, misalnya "beri komentar terbaik untuk menangkan skin eksklusif." *Engagement* dari fitur Live tiga kali lipat lebih tinggi dibanding konten *feed* biasa.

4.2.8 Direct Messages

DMs menjadi saluran komunikasi langsung dengan pengguna. Dalam sehari, akun menerima 50-100 pesan, yang sebagian besar berisi keluhan teknis, pertanyaan *event*, atau kerja sama konten. Admin akun menggunakan *quick replies* untuk meningkatkan efisiensi respons. Fitur ini berperan dalam membangun citra akun sebagai entitas yang responsif dan terbuka terhadap komunitas.

4.3 Analisis Interaksi Pengguna

Keterlibatan pengguna atau *user engagement* merupakan salah satu indikator utama dalam mengukur efektivitas komunikasi sebuah akun media sosial.

Dalam konteks akun Instagram @undawnid, keterlibatan pengguna tidak hanya tercermin dari jumlah *likes* atau *views*, tetapi juga melalui komentar, partisipasi dalam kuis, dan respon terhadap caption yang diberikan pada setiap unggahan. Bentuk-bentuk interaksi ini menggambarkan sejauh mana pengguna merasa terhubung dengan konten, memiliki kepedulian terhadap produk, serta merasa menjadi bagian dari komunitas yang dibentuk oleh akun tersebut.

Menurut Blumler dan Katz (1974), dalam teori *Uses and Gratifications*, individu menggunakan media tidak hanya untuk menerima informasi, melainkan untuk memenuhi berbagai kebutuhan psikologis dan sosial mereka, seperti hiburan, identitas pribadi, hubungan sosial, dan pengawasan lingkungan. Oleh sebab itu, keterlibatan aktif seperti berkomentar atau menjawab kuis menjadi bukti bahwa pengguna melihat media (dalam hal ini, akun Instagram @undawnid) sebagai sarana pemenuhan kebutuhan personal dan sosialnya. Aktivitas ini menunjukkan bahwa pengguna bukan lagi objek pasif, melainkan subjek aktif yang ikut membentuk makna dan nilai dalam sebuah komunikasi digital.

Salah satu strategi yang terbukti efektif dalam meningkatkan *engagement* adalah penggunaan konten berbasis cerita yang mengundang emosi *audiens*. Sebagai contoh, unggahan video pendek yang menampilkan momen epik dalam permainan atau interaksi komunitas seperti *fan art* berhasil menciptakan rasa keterikatan yang lebih dalam di antara pemain. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang memadukan aspek emosional dan informatif dapat memberikan dampak yang lebih signifikan dalam membangun loyalitas pemain.

4.3.1 Caption sebagai Alat Komunikasi Dua Arah

Caption atau keterangan tulisan yang menyertai setiap unggahan gambar atau video di Instagram memiliki peran penting dalam membangun komunikasi yang efektif. Dalam konteks @undawnid, caption digunakan tidak hanya sebagai penjelas konten visual, tetapi juga sebagai sarana untuk mengundang percakapan, mendorong partisipasi, dan mengekspresikan identitas merek yang inklusif dan komunikatif.

Penulisan caption oleh akun ini menunjukkan pendekatan yang bersifat dialogis dan adaptif terhadap gaya bahasa audiensnya. *Caption-caption* seperti “Menurut kamu, skin ini cocok dipakai buat PvP atau PvE?” atau “Gimana pendapatmu tentang senjata baru ini?” menunjukkan upaya akun dalam menciptakan komunikasi dua arah. Ini sesuai dengan gagasan McQuail (1987) bahwa media massa termasuk media sosial yang berperan sebagai sarana interaksi sosial jika pengguna dilibatkan dalam proses komunikasi.

Caption dengan gaya naratif juga digunakan untuk membangun suasana emosional tertentu. Misalnya, dalam unggahan tentang fan art yang dibuat pengguna, *caption* seperti “Lihat kreativitas *survivor* satu ini! Siapa tahu *artwork* kamu jadi selanjutnya?” bukan hanya memberikan pujian, tetapi juga mendorong audiens lain untuk ikut berkontribusi, sehingga terjadi interaksi berbasis apresiasi.

4.3.2 Respon Pengguna dalam Komentar

Komentar yang diberikan oleh pengguna terhadap konten Instagram merupakan bentuk keterlibatan aktif yang sangat bernilai. Dalam konteks akun @undawnid, peneliti menemukan bahwa setiap unggahan mendapatkan respons berupa komentar yang beragam, mulai dari apresiasi, pertanyaan teknis, kritik terhadap *bug game*, hingga candaan khas komunitas *gamer*. Variasi komentar ini menunjukkan bahwa audiens akun memiliki identitas sosial yang hidup dan terhubung dengan konten.

Sebagai contoh, pada unggahan bertema update patch, banyak komentar yang bersifat teknis seperti “*Update* kali ini bikin senjata MG jadi *overpower* banget” atau “Kenapa habis *maintenance* malah makin lag?” Komentar-komentar semacam ini menunjukkan bahwa pengguna menganggap akun @undawnid sebagai perpanjangan dari pengembang game, dan merasa memiliki ruang untuk menyampaikan keluhan atau masukan mereka.

Sementara itu, pada unggahan bertema *event* komunitas, muncul komentar yang lebih emosional dan hangat, seperti “GGWP *tim Wave!* Keren banget mainnya” atau “Bangga banget bisa nonton langsung turnamen DOC!” Komentar ini mengindikasikan adanya ikatan emosional antar pengguna dan antara pengguna dengan akun, yang secara tidak langsung meningkatkan loyalitas terhadap game Undawn itu sendiri.

Dalam banyak kasus ditemukan komentar berbasis humor atau sarkasme, seperti “Update baru tapi bugnya juga ikut update ya” atau “Bisa gak dapet skin langka tanpa harus berdoa dulu semalam suntuk?” Komentar ini memperlihatkan bahwa pengguna merasa cukup nyaman untuk mengekspresikan pendapatnya secara santai, yang merupakan ciri dari komunitas yang sehat dan terbuka.

4.3.3 Partisipasi dalam *Quis dan Event*

Partisipasi pengguna dalam konten kuis, *polling*, dan *event* yang diadakan oleh @undawnid merupakan wujud dari keterlibatan aktif yang sangat efektif dalam meningkatkan *engagement rate*. Dalam observasi peneliti, ditemukan bahwa konten kuis seperti tebak emoji, tebak lokasi dalam game, atau jawab trivia untuk menangin skin selalu mendapatkan puluhan hingga ratusan komentar dari pengguna yang antusias mengikuti.

Sebagai contoh, dalam satu unggahan kuis yang menampilkan gambar emoji dan meminta pengguna menebak item game yang dimaksud, banyak komentar muncul dengan jawaban seperti “SIGIL! Pasti ini buat upgrade

stat di Stygian!” atau bahkan jawaban lucu seperti “Kelereng aja deh, biar ga terlalu serius.” Variasi jawaban ini menunjukkan bahwa audiens merespons dengan cara masing-masing, sesuai dengan tingkat pengetahuan dan gaya komunikasi mereka. Menariknya, partisipasi ini tidak selalu digerakkan oleh hadiah (reward), tetapi juga karena adanya semangat kompetitif dan keinginan untuk menunjukkan pemahaman mereka terhadap game. Hal ini sesuai dengan pandangan Ruggiero (2000) dalam pengembangan teori *Uses and Gratifications*, bahwa salah satu motivasi utama penggunaan media digital adalah *self presentation* dan *status seeking* atau keinginan untuk diakui oleh komunitas sebagai pengguna yang berpengetahuan dan aktif.

Event komunitas seperti mini *gathering* yang diselenggarakan di beberapa kota besar juga menunjukkan keterlibatan dunia nyata dari pengguna. Dalam unggahan yang menampilkan dokumentasi *gathering* di Jakarta dan Surabaya, terlihat komentar-komentar seperti “Kapan *gathering* di Medan, bang?” atau “Gue kemarin ketemu *survivor* dari guild lain, ternyata asik banget orangnya.” Interaksi ini menandakan bahwa keterlibatan pengguna sudah melampaui dunia digital, dan menjelma menjadi relasi sosial nyata antar pemain.

4.3.4 Keterlibatan Emosional dan Sosial Komunitas

Lebih dari sekadar interaksi teknis, pengguna akun @undawnid menunjukkan keterlibatan emosional terhadap game dan komunitasnya. Hal ini terlihat dari komentar-komentar yang menunjukkan dukungan, simpati, atau bahkan kekecewaan terhadap fitur-fitur game. Emosi ini adalah elemen penting dalam pembentukan loyalitas merek (*brand loyalty*) karena menunjukkan bahwa pengguna merasa terlibat secara personal.

Dalam teori Elihu Katz dan Jay Blumler, dijelaskan bahwa salah satu kebutuhan utama dalam penggunaan media adalah personal *identity*, yakni kebutuhan untuk memperkuat atau mengekspresikan identitas pribadi.

Dalam komunitas game, hal ini bisa berarti menunjukkan keahlian bermain, menjadi bagian dari guild tertentu, atau sekadar menunjukkan kecintaan terhadap karakter favorit.

Ketika pengguna merasa bahwa pengalaman bermain mereka dihargai, opini mereka didengar, dan konten mereka direpost oleh akun resmi, maka tercipta rasa keterhubungan dan pengakuan (*recognition*). Sebagai contoh, ketika salah satu fan art buatan pemain diunggah ulang oleh @undawnid, komentar seperti “Akhirnya karya gue masuk IG resmi!!” menunjukkan rasa bangga dan keterlibatan emosional yang tinggi. Repost semacam ini juga mendorong pengguna lain untuk ikut serta berkarya, menciptakan efek berantai (*ripple effect*) dalam komunitas.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @undawnid berhasil membangun *engagement* dengan pengikutnya melalui kombinasi strategi caption yang komunikatif, pemanfaatan kuis dan *event* interaktif, serta keterbukaan terhadap komentar pengguna. Pendekatan yang digunakan akun ini sesuai dengan prinsip-prinsip dalam teori *Uses and Gratifications*, di mana media tidak hanya menyediakan informasi, tetapi juga memfasilitasi ekspresi diri, interaksi sosial, dan pembentukan identitas. Sebagaimana dikemukakan oleh Sundar dan Kim (2016), pengguna media sosial adalah aktor aktif yang mencari gratifikasi spesifik dari konten yang mereka konsumsi. Dalam hal ini, akun @undawnid berhasil menyediakan berbagai bentuk gratifikasi tersebut melalui konten visual yang menarik, ruang partisipasi yang terbuka, serta pengakuan terhadap komunitas sebagai entitas sosial yang berdaya.

4.4 Analisis Berdasarkan Teori *Uses and Gratifications*

Teori *Uses and Gratifications* adalah pendekatan yang memandang pengguna media sebagai subjek aktif yang secara sadar memilih media untuk memenuhi kebutuhannya. Teori ini pertama kali dikembangkan oleh Elihu Katz dan Jay G. Blumler pada awal tahun 1970-an sebagai reaksi terhadap teori efek media sebelumnya yang cenderung melihat audiens sebagai pasif. Menurut Katz dan Blumler (1974), "*the audience is conceived as active and goal directed, and the use of media is motivated by the needs and expectations of individuals*" (audiens dipahami sebagai aktif dan memiliki tujuan, serta penggunaan media dimotivasi oleh kebutuhan dan harapan individu).

Dalam konteks media sosial, pendekatan ini semakin relevan. Media sosial seperti Instagram memungkinkan pengguna untuk memilih konten yang akan mereka konsumsi, menyukai, komentari, atau bagikan berdasarkan motivasi pribadi, sosial, dan psikologis tertentu. Penelitian ini menyoroti bahwa pengguna akun Instagram @undawnid terlibat secara aktif dan menunjukkan berbagai bentuk partisipasi yang sesuai dengan empat kategori utama kebutuhan menurut teori *Uses and Gratifications*: informasi, hiburan, interaksi sosial, dan ekspresi diri (*personal identity/self-expression*).

4.4.1 Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Kebutuhan akan informasi merupakan salah satu motif utama penggunaan media sosial menurut teori ini. Dalam konteks akun @undawnid, pengguna secara aktif mengakses konten untuk mendapatkan informasi terkini terkait *update game*, perubahan *patch*, *event ingame*, hingga panduan teknis bermain. Unggahan-unggahan seperti pengumuman *maintenance server*, peluncuran job baru, atau penyesuaian fitur senjata menunjukkan bahwa akun ini memiliki fungsi sebagai saluran informasi yang cepat dan terpercaya.

Sebagaimana disampaikan oleh Ruggiero (2000), dalam era media digital, pencarian informasi telah bergeser dari sifat pasif menjadi aktif dan terarah.

“In the digital era, information seeking is not a mere consumption but a cognitive and participatory behavior,” ungkapnya. Artinya, pengguna tidak hanya menerima informasi, melainkan juga mencari, membandingkan, dan memprosesnya secara aktif. Hal ini terbukti dari komentar pengguna yang mempertanyakan detail teknis update atau membandingkan konten saat ini dengan update sebelumnya.

Postingan tutorial, seperti “Cara mendapatkan pet” atau “Strategi PvP terbaik”, juga menunjukkan bahwa pengguna Instagram menggunakan platform ini bukan hanya untuk hiburan, tetapi juga untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan bermain mereka. Ini menunjukkan bahwa akun @undawnid berhasil memenuhi kebutuhan kognitif audiensnya secara konsisten.

4.4.2 Pemenuhan Kebutuhan Hiburan

Kebutuhan hiburan merupakan dimensi penting lainnya dalam teori *Uses and Gratifications*. Menurut Katz, Gurevitch & Haas (1973), salah satu fungsi media adalah memberikan pelepasan dari ketegangan dan rutinitas melalui konten yang bersifat menghibur, menyenangkan, dan menyegarkan. Dalam akun @undawnid, konten hiburan hadir dalam berbagai bentuk: video *Reels* lucu yang mengikuti tren audio viral, meme dari komunitas, montage pertempuran epik, hingga kompilasi momen kocak dari dalam game. Video seperti “5 Detik yang Bikin Kamu Pengen Main Undawn!” atau konten yang menunjukkan karakter game sedang melakukan tantangan dance menjadi contoh nyata bagaimana konten media sosial digunakan sebagai pelarian dari stres atau kebosanan.

Penggunaan efek visual yang dinamis, *sound effect* yang menggugah adrenalin, serta narasi lucu dalam konten *Reels* atau *Stories* menciptakan pengalaman hiburan yang instan namun berdampak. Hal ini sesuai dengan temuan Jinyoung Kim dan S. Shyam Sundar (2016), yang menyatakan bahwa pengguna media sosial modern mencari gratifikasi emosional

melalui konten yang singkat, ringan, namun intens secara visual dan auditori.

Dengan menyajikan konten hiburan yang segar dan tidak monoton, akun @undawnid tidak hanya menghibur tetapi juga memperkuat daya tarik merek (*brand attraction*) yang penting untuk mempertahankan minat pengguna jangka panjang.

4.4.3 Pemenuhan Kebutuhan Interaksi Sosial

Media sosial memungkinkan terjadinya interaksi antara pengguna, baik secara vertikal (dengan akun resmi) maupun horizontal (antar pengguna). Menurut Katz dan Blumler, media digunakan sebagai sarana untuk memperkuat hubungan sosial yang sudah ada atau membentuk hubungan baru. Dalam hal ini, akun @undawnid telah berhasil membentuk komunitas pemain yang aktif, responsif, dan memiliki identitas bersama sebagai “Survivor Undawn Indonesia.”

Bukti dari pemenuhan kebutuhan interaksi sosial terlihat dari tingginya partisipasi pengguna dalam kolom komentar, *polling* di *stories*, sesi *live streaming*, serta repost karya pengguna. Ketika @undawnid mengadakan *polling* seperti “Karakter mana yang paling kamu sukai?” atau mengunggah fan art dari komunitas, pengguna merespons secara aktif dan antusias. Selain itu, komentar-komentar dalam unggahan juga menunjukkan dinamika sosial yang kuat, seperti bercanda, menyemangati pemain lain, atau berdiskusi tentang strategi permainan. Ini menunjukkan bahwa akun Instagram tidak hanya menjadi tempat mendapatkan informasi, tetapi juga sebagai ruang pertemuan digital tempat identitas kolektif dibentuk dan dipelihara.

Menurut Sundar dan Kim, motivasi *social interaction* menjadi semakin penting dalam konteks digital, di mana pengguna ingin merasa didengar, diakui, dan terhubung. Dalam komunitas Undawn, keterlibatan sosial ini diperkuat oleh *event offline* seperti mini gathering yang didukung oleh

pengembang dan akun resmi. Transisi dari interaksi digital ke sosial nyata ini merupakan puncak dari keterlibatan pengguna yang sangat dalam (*deep engagement*).

4.4.4 Pemenuhan Kebutuhan Ekspresi Diri (*Self-Expression/Personal Identity*)

Salah satu aspek menarik dalam penggunaan media sosial adalah kemampuannya untuk menjadi panggung bagi ekspresi diri. Pengguna Instagram @undawnid tidak hanya menjadi konsumen konten, tetapi juga kreator aktif yang mengekspresikan identitasnya sebagai pemain Undawn. Hal ini tampak dari banyaknya pengguna yang membuat fan art, montage video, hingga ulasan pribadi tentang fitur game yang kemudian diunggah ulang oleh akun resmi.

Teori *Uses and Gratifications* menyatakan bahwa media dapat digunakan untuk memperkuat citra diri dan membangun identitas personal. Katz menyebutkan bahwa media memungkinkan individu untuk “*gain insight into oneself*” (memperoleh wawasan tentang diri sendiri). Ketika fan art pengguna direpost oleh akun resmi, mereka merasa karya dan keberadaan mereka diakui oleh komunitas, yang pada gilirannya memperkuat kepercayaan diri dan loyalitas terhadap game.

Dalam konteks ini, akun @undawnid tidak hanya berperan sebagai penyedia konten, tetapi juga sebagai fasilitator bagi komunitas untuk tumbuh, berkembang, dan saling mengenal melalui ekspresi kreatif yang difasilitasi secara positif.

Melalui teori *Uses and Gratifications*, terbukti bahwa akun Instagram @undawnid berhasil memenuhi berbagai kebutuhan pengguna, mulai dari kebutuhan kognitif akan informasi, kebutuhan emosional akan hiburan, kebutuhan sosial untuk berinteraksi, hingga kebutuhan psikologis untuk mengekspresikan diri. Keseluruhan ini menunjukkan bahwa media sosial

bukan sekadar alat penyebar informasi satu arah, tetapi juga ruang komunikasi sosial yang kaya, dinamis, dan berlapis makna.

Sebagaimana ditegaskan oleh Jinyoung Kim dan S. Shyam Sundar, “*Users of social media are active, self-directed, and strategic in their media choices.*” Dalam konteks ini, pengguna Instagram memilih untuk mengikuti dan terlibat dengan akun @undawnid karena akun tersebut mampu menyediakan konten yang relevan, menyenangkan, interaktif, serta memfasilitasi ekspresi diri.

Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip teori ini dalam strategi kontennya, akun @undawnid berhasil membentuk ekosistem digital yang tidak hanya informatif dan menghibur, tetapi juga manusiawi dan memberdayakan komunitasnya.

Berdasarkan Teori *Uses and Gratifications*, konten yang disajikan oleh akun @undawnid secara efektif memenuhi kebutuhan audiens dalam tiga dimensi utama: hiburan, interaksi sosial, dan informasi. Kebutuhan hiburan dipenuhi melalui unggahan video yang menarik, sementara kebutuhan interaksi sosial dipenuhi melalui *caption* interaktif dan sesi Q&A. Selain itu, kebutuhan informasi dipenuhi dengan pembaruan patch, fitur baru, dan event yang disampaikan secara teratur. Hal ini menunjukkan bahwa strategi konten yang seimbang dapat menghasilkan loyalitas audiens yang tinggi.

4.5 Pengaruh Aktivitas Instagram terhadap Popularitas Game Undawn

Popularitas sebuah video game di era digital tidak hanya ditentukan oleh kualitas permainan itu sendiri, melainkan juga oleh bagaimana game tersebut dikomunikasikan kepada audiens, dibahas di komunitas daring, dan dirasakan secara sosial oleh para pemainnya. Dalam konteks ini, akun Instagram resmi @undawnid memainkan peranan strategis sebagai perpanjangan tangan dari pengembang game Garena Undawn untuk membangun keterlibatan, menciptakan komunitas, dan meningkatkan eksistensi game di ranah publik Indonesia.

Berdasarkan temuan data dan analisis sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa aktivitas akun Instagram @undawnid berdampak secara langsung maupun tidak langsung terhadap peningkatan popularitas game Undawn. Dampak ini mencakup peningkatan visibilitas merek, pertumbuhan komunitas digital, serta peningkatan konversi pemain baru yang tertarik terhadap game melalui eksposur media sosial. Pada bagian ini, peneliti akan mengurai tiga aspek utama dari pengaruh tersebut: (1) keterlibatan komunitas, (2) peningkatan visibilitas dan kesadaran merek (*brand awareness*), dan (3) efek viralitas dan ekspansi digital.

4.5.1 Keterlibatan Komunitas sebagai Pilar Popularitas

Salah satu kunci utama dalam mempertahankan keberlangsungan dan popularitas sebuah game adalah keberadaan komunitas yang aktif dan solid. Akun Instagram @undawnid terbukti tidak hanya menjadi kanal promosi, melainkan juga sebagai fasilitator dialog komunitas, tempat pemain saling berbagi, berinteraksi, dan merasa menjadi bagian dari sesuatu yang lebih besar. Komunitas ini berkontribusi langsung dalam menciptakan user generated content yang kemudian dikurasi dan diangkat oleh akun resmi, memperkuat partisipasi sosial yang bermakna.

Menurut Henry Jenkins dalam teorinya mengenai *participatory culture*, komunitas digital yang *sehat dan aktif* adalah lingkungan tempat pengguna tidak hanya mengonsumsi, tetapi juga memproduksi, mendistribusikan, dan memodifikasi konten. Ini terlihat jelas dari aktivitas akun @undawnid yang sering memposting ulang fan art, montage video, tangkapan layar gameplay menarik dari pengguna, serta mengadakan kompetisi kreatif seperti *fan art contest* atau *quiz challenge* yang melibatkan komunitas secara langsung.

Keterlibatan komunitas ini menciptakan rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap game, yang pada gilirannya menghasilkan loyalitas jangka panjang terhadap produk. Pemain tidak hanya memainkan game karena kualitas teknisnya, tetapi juga karena mereka merasa menjadi bagian dari narasi kolektif dan komunitas sosial yang dibentuk melalui platform media sosial.

4.5.2 Peningkatan Visibilitas dan Kesadaran Merek (*Brand Awareness*)

Popularitas sebuah game dimulai dari eksposur. Dalam marketing digital, brand awareness menjadi fondasi penting untuk menarik calon pengguna baru. Aktivitas akun @undawnid yang konsisten dalam mengunggah konten setiap hari, memanfaatkan berbagai fitur Instagram, serta mengemas pesan visual yang kuat telah menjadikan akun ini sebagai alat penting dalam membentuk kesadaran merek di kalangan pemain Indonesia. Salah satu strategi yang memberikan dampak signifikan terhadap popularitas game adalah kolaborasi lintas platform. Akun @undawnid tidak hanya terbatas pada promosi di Instagram, tetapi juga terhubung dengan platform lain seperti YouTube dan TikTok. Contohnya, unggahan *Reels* yang dibuat dengan klip dari konten kreator di TikTok sering kali mendapatkan respons positif karena menghadirkan perspektif baru tentang permainan. Kolaborasi lintas platform ini memungkinkan kampanye pemasaran mencapai audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda yang lebih sering mengakses konten hiburan di berbagai platform secara bersamaan.

Instagram memiliki algoritma distribusi konten yang mengandalkan *engagement* sebagai indikator utama. Ketika sebuah unggahan mendapatkan banyak *like*, *comment*, *share*, dan *save*, maka konten tersebut memiliki kemungkinan besar muncul di halaman *Explore*, menjangkau audiens yang belum mengikuti akun tersebut. Dalam konteks ini, unggahan dari @undawnid yang berupa *reels* viral, *polling* interaktif, dan konten edukatif menjadi pemicu utama meningkatnya visibilitas akun, yang berdampak langsung pada peningkatan jumlah pengikut dan unduhan game.

Berdasarkan data yang dikumpulkan selama lima bulan pengamatan, akun @undawnid mengalami pertumbuhan pengikut sebesar 500-700 pengikut setiap bulan, dan *engagement rate* mencapai puncaknya pada konten *giveaway* dan *event* kolaborasi. Ini menunjukkan bahwa audiens baru

tertarik dan memutuskan untuk mengikuti akun setelah melihat konten yang relevan, menghibur, dan memberikan nilai tambah. Dengan kata lain, akun ini telah berfungsi sebagai *top of the funnel* dalam strategi pemasaran, menarik perhatian dan menciptakan kesan pertama yang positif terhadap game Undawn.

4.5.3 Efek Viralitas dan Ekspansi Digital

Efek viralitas ini sangat signifikan dalam membentuk opini publik dan menjangkau pengguna yang sebelumnya tidak mengenal game Undawn. Banyak pengguna yang menemukan konten akun bukan melalui pencarian langsung, tetapi karena video tersebut dibagikan oleh teman, muncul di *explore*, atau direkomendasikan oleh algoritma berdasarkan ketertarikan visual dan interaksi sebelumnya. Selain viralitas, ekspansi digital juga terjadi dalam bentuk kolaborasi lintas platform. Beberapa konten Instagram @undawnid merupakan hasil sinergi dengan kreator konten YouTube dan TikTok. Ketika konten tersebut dipublikasikan secara simultan dan saling menaut, jangkauan promosi menjadi lebih luas dan menjangkau segmen pasar yang lebih beragam. Ini sejalan dengan gagasan Jenkins tentang *convergence culture*, yaitu ketika berbagai medium dan platform media bersatu membentuk pengalaman pengguna yang terpadu dan memperluas pengaruh suatu brand.

4.5.4 Konversi Audiens ke Pemain Aktif

Salah satu tolok ukur paling nyata dari keberhasilan strategi media sosial dalam meningkatkan popularitas adalah konversi audiens menjadi pemain aktif. Dalam studi ini, meskipun data langsung tentang jumlah unduhan game tidak tersedia secara publik, indikator tidak langsung seperti jumlah interaksi pengguna, pertanyaan teknis seputar *gameplay*, hingga komentar yang menyebutkan “baru install Undawn karena lihat konten IGnya” menjadi bukti kualitatif bahwa banyak pengguna tergerak untuk mencoba game karena tertarik oleh konten media sosialnya.

Sebagaimana dinyatakan oleh Kotler dalam teori pemasaran digital modern, strategi komunikasi yang berhasil tidak hanya menciptakan *awareness*, tetapi juga mendorong tindakan (*action*) dari konsumen. Dalam konteks ini, akun @undawnid berhasil membawa pengguna dari *fase awareness*, *interest*, *desire*, dan berlanjut ke *action*, melalui konten yang bertahap dan konsisten. Dimulai dari konten informatif untuk menarik perhatian, dilanjutkan dengan konten hiburan dan edukasi untuk membangun minat, hingga akhirnya mendorong pengguna untuk mengunduh dan mencoba gamenya.

4.6 Analisis Visual Konten Instagram @undawnid

Salah satu elemen penting dalam efektivitas komunikasi visual di media sosial adalah desain dan estetika visual dari konten yang dipublikasikan. Dalam kasus akun @undawnid, visual konten seperti pemilihan warna, tipografi, ikonografi, dan tata letak sangat memengaruhi daya tarik pengguna terhadap informasi yang disampaikan. Konten visual yang konsisten dengan identitas visual game, seperti dominasi warna gelap, merah, dan abu-abu mencerminkan suasana pasca-apokaliptik yang menjadi latar utama game Undawn. Misalnya, konten promosi *event* menggunakan efek tekstur usang, cahaya temaram, dan karakter dengan ekspresi intens, memberikan kesan serius dan penuh tantangan yang sesuai dengan narasi game. *Reels* yang menampilkan *gameplay* menggunakan transisi cepat, efek kilat, dan suara ledakan untuk menciptakan dinamika visual yang mampu mempertahankan perhatian audiens. Dari segi estetika, *Reels* dengan desain sinematik cenderung mendapat *engagement* yang lebih tinggi, terutama jika dikombinasikan dengan musik latar yang populer di kalangan komunitas game. Akun ini juga memanfaatkan ikon khas game, seperti simbol senjata atau logo faksi, yang sering muncul berulang dalam infografis. Simbol-simbol tersebut membantu membangun memori visual yang kuat di benak pengguna, sehingga memperkuat pengenalan merek (*brand recognition*).

4.7 Efektivitas *Caption* dalam Meningkatkan *Engagement*

Caption dalam konten Instagram bukan sekadar pelengkap, namun berperan strategis dalam menciptakan komunikasi dua arah. *Caption* yang digunakan oleh @undawnid biasanya bersifat interaktif, informatif, dan terkadang humoris. Berdasarkan observasi konten Juni-Oktober 2024, *caption* yang mengandung ajakan langsung seperti “Tulis jawabanmu di komentar!” atau “Tag temanmu yang harus tahu ini!” terbukti meningkatkan jumlah komentar secara signifikan. Ini sesuai dengan prinsip *call to action* (CTA) dalam strategi komunikasi digital. *Caption* dengan gaya bertanya (“Siapa yang siap jadi MVP di mode PvP terbaru?”) menciptakan rasa partisipasi dan mendorong pengguna untuk menjawab, dibandingkan *caption* informatif biasa yang hanya menyampaikan berita. Selain itu, penggunaan emoji juga meningkatkan daya tarik visual teks, membuatnya lebih ekspresif dan personal. *Caption* yang terlalu panjang cenderung memiliki *engagement* lebih rendah, karena pengguna lebih tertarik pada informasi yang cepat, ringkas, dan relevan dengan gambar.

Berdasarkan analisis mendalam, dapat disimpulkan bahwa aktivitas akun Instagram @undawnid memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan popularitas game Undawn di Indonesia. Melalui kombinasi strategi konten yang konsisten, interaksi komunitas yang intens, serta pemanfaatan fitur Instagram secara maksimal, akun ini telah menjelma menjadi ujung tombak strategi pemasaran digital yang efektif.

Dampak dari aktivitas media sosial ini bukan hanya tercermin dalam angka pengikut dan interaksi, tetapi juga dalam bentuk pembentukan komunitas yang kuat, peningkatan reputasi merek, hingga peningkatan jumlah pemain aktif yang mengunduh dan memainkan game. Hal ini membuktikan bahwa media sosial bukan lagi sekadar alat bantu promosi, tetapi sudah menjadi bagian integral dari siklus hidup sebuah produk digital, termasuk game online.

Sebagaimana dinyatakan oleh Blumler dan Katz, “*media is not what shapes the user, but what the user shapes through media.*” Dalam hal ini, pengguna

membentuk makna dan pengalaman mereka atas game Undawn melalui interaksi di media sosial, dan akun @undawnid telah menyediakan medium yang ideal untuk membentuk makna tersebut secara positif.



BAB V

PENUTUP

Pada bab ini, peneliti akan menyampaikan penutup dari penelitian mengenai "*Peran Media Sosial Instagram Akun @undawnid dalam Meningkatkan Popularitas Game Undawn*". Penutup ini terdiri dari dua bagian utama, yaitu kesimpulan dan saran. Bagian ini dirumuskan berdasarkan hasil analisis dan temuan yang telah dijelaskan secara rinci pada Bab IV, serta berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan pada bab-bab sebelumnya.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui pendekatan analisis isi dengan menggunakan teori *Uses and Gratifications* sebagai landasan teoritik, dapat disimpulkan beberapa poin penting sebagai berikut:

1. Akun Instagram @undawnid telah berhasil menjalankan strategi komunikasi digital yang konsisten, kreatif, dan adaptif. Akun ini secara aktif memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti *feed post*, *reels*, *stories*, *highlights*, *IGTV*, *live*, hingga *direct message* sebagai kanal komunikasi dengan audiens. Setiap fitur digunakan dengan pendekatan dan tujuan yang berbeda, namun terintegrasi untuk memenuhi berbagai bentuk kebutuhan pengguna, baik informasi, hiburan, interaksi sosial, maupun ekspresi diri. Jumlah unggahan yang tinggi dan berkala juga menunjukkan bahwa akun ini memiliki perencanaan konten yang sistematis dan terarah.

2. Pengguna akun @undawnid menunjukkan keterlibatan aktif dalam berbagai bentuk interaksi digital. Hal ini ditunjukkan dengan tingginya jumlah komentar, partisipasi dalam polling dan kuis, serta respons terhadap *caption* dan konten *Reels*. Pengguna tidak hanya menjadi konsumen pasif, melainkan juga partisipan aktif yang turut membentuk dinamika komunikasi dalam komunitas digital game Undawn. Fenomena

ini membuktikan relevansi teori *Uses and Gratifications*, yang menekankan bahwa media digunakan secara aktif dan sadar oleh individu untuk memenuhi kebutuhan psikologis dan sosial mereka.

3. Aktivitas media sosial Instagram berperan penting dalam membentuk popularitas dan persepsi publik terhadap game Undawn. Akun @undawnid tidak hanya meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*), tetapi juga menciptakan loyalitas dan keterikatan emosional melalui konten yang relevan, menghibur, dan partisipatif. Melalui konten-konten edukatif, informatif, dan kolaboratif, akun ini berhasil menarik audiens baru dan mempertahankan keterlibatan komunitas yang sudah ada. Transformasi audiens menjadi pemain aktif dan bahkan menjadi duta komunitas (*brand advocates*) adalah salah satu indikator keberhasilan strategi pemasaran digital yang dilakukan melalui akun ini.

4. Penelitian ini mendukung dan memperluas hasil-hasil penelitian sebelumnya serta memberikan kontribusi baru secara kontekstual. Penelitian ini membuktikan bahwa strategi komunikasi melalui Instagram dapat menjadi alat promosi yang sangat efektif dalam industri game digital, terutama ketika pendekatannya bersifat komunitatif dan partisipatif. Kontribusi penelitian ini terletak pada analisis rinci setiap fitur Instagram dalam konteks lokal (Indonesia), serta pada kaitannya langsung dengan konversi audiens ke pemain aktif, hal yang belum banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya.

Dengan semakin meningkatnya peran media sosial dalam kehidupan sehari-hari, perusahaan diharapkan mampu memanfaatkan platform ini secara optimal untuk meningkatkan daya saing. Studi ini menegaskan bahwa keberhasilan sebuah kampanye pemasaran digital tidak hanya bergantung pada frekuensi unggahan, tetapi juga pada kemampuan untuk menghadirkan konten yang relevan, kreatif, dan memenuhi kebutuhan audiens.

Penelitian ini juga menggaris bawahi pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran yang dinamis. Dalam konteks Instagram, kemampuan untuk mengintegrasikan elemen visual, *audio*, dan teks secara bersamaan memberikan peluang besar untuk menciptakan pengalaman audiens yang menyeluruh. Keberhasilan akun @undawnid dalam meningkatkan popularitas game Undawn menjadi bukti nyata bagaimana strategi digital yang terencana dapat memberikan dampak signifikan dalam memperkuat *brand* dan membangun komunitas yang loyal.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti memberikan beberapa saran yang ditujukan untuk pihak-pihak yang relevan dan untuk pengembangan penelitian selanjutnya:

1. Untuk Tim Pengelola Akun @undawnid.

Diharapkan dapat terus mempertahankan konsistensi konten serta meningkatkan kualitas narasi dan visualisasi yang digunakan. Penguatan pada konten *Reels* dan *storytelling* berbasis pengalaman komunitas akan semakin meningkatkan kedekatan emosional dengan pengguna. Selain itu, memperluas kolaborasi dengan kreator konten dan komunitas lokal juga dapat memperluas jangkauan pasar secara organik.

2. Untuk Pengembang Game (Garena Undawn).

Penting untuk menyelaraskan strategi komunikasi media sosial dengan pembaruan dan pengembangan dalam game agar pengguna tidak merasa adanya ketidaksesuaian antara promosi dan pengalaman bermain. Meningkatkan respons terhadap keluhan dan aspirasi pemain melalui akun Instagram juga akan membangun kepercayaan dan loyalitas jangka panjang terhadap produk.

3, Untuk Peneliti Selanjutnya.

Disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan yang menggunakan metode kuantitatif guna mengukur hubungan antara interaksi media sosial dengan tingkat retensi pemain. Selain itu, penelitian perbandingan antara platform media sosial lain seperti TikTok, YouTube, dan Discord juga akan memberikan gambaran yang lebih utuh tentang ekosistem digital game di Indonesia. Penelitian tentang dampak konten buatan pengguna (*user-generated content*) terhadap popularitas game juga menjadi topik yang menjanjikan.

4. Untuk Akademisi dan Praktisi Komunikasi

Penelitian di masa depan diharapkan dapat mengembangkan analisis yang lebih komprehensif tentang dampak algoritma media sosial terhadap keberhasilan pemasaran. Selain itu, studi lanjutan juga dapat menggali lebih dalam tentang bagaimana konten buatan pengguna (*user-generated content*) dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk memperkuat keterlibatan komunitas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial tidak lagi sekadar menjadi alat komunikasi tambahan, melainkan menjadi elemen utama dalam strategi pemasaran modern, terutama dalam industri hiburan digital. Oleh karena itu, kurikulum komunikasi dan pemasaran perlu memberi perhatian lebih besar terhadap dinamika dan pemanfaatan media sosial dalam membangun *brand engagement*, loyalitas komunitas, dan identitas digital.

Dengan selesainya penelitian ini, penulis berharap bahwa hasil analisis dan temuan yang telah disusun dapat memberikan kontribusi teoritis maupun praktis dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi digital dan promosi media sosial. Harapan penulis, penelitian ini dapat menjadi referensi bermanfaat bagi pihak-pihak yang terlibat dalam strategi pemasaran game dan

pengelolaan komunitas digital di Indonesia. Penulis juga menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan, baik dari sisi cakupan data maupun metode, sehingga diharapkan dapat dilengkapi dan dikembangkan lebih lanjut oleh penelitian-penelitian mendatang.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Dr. Wira Yudha Alam S.IP., S. M. (2025). *SOSIAL MEDIA DAN STRATEGI PEMASARAN*. MEGA PRESS.
- Eriyanto. (2017). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Gaurav, K. (2019). *Penggunaan dan Kepuasan Internet. Sebuah Bukti dari Generasi Milenial di Hyderabad*. Germany: GRIN Verlag.
- Hidayat, D. N. (2003). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi. (2020). (n.p.): Deepublish.
- Katz, E. B. (1974). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Hakikat, Etika, dan Filsafat Komunikasi dalam Dinamika Sosial. (2023). (n.p.): Mahakarya Citra Utama Group.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2003). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siositeknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Wijaya, A. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Pustaka Pelajar.
- METODE PENELITIAN KUALITATIF DAN KUANTITATIF : Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif di Berbagai Bidang. (2023). (n.p.): PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Metode Penelitian Kualitatif. (2022). (n.p.): UNISMA PRESS.
- Metodologi penelitian kualitatif. (2018). (n.p.): CV Jejak (Jejak Publisher).
- Burhan Bungin. (2018). Ringkasan Dan Ulasan Buku Analisis Penelitian Kualitatif. Jurnal ResearchGate, 1(70), 1–45.
<https://repository.sttjaffray.ac.id/media/publications/269013-ringkasan-dan-ulasan-buku-analisis-data-31d9d0eb.pdf>

Jurnal

- Any Noor, M. (2019). Perilaku Mahasiswa Pariwisata Menggunakan Media Sosial Untuk Mempromosikan Destinasi Wisata. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 61-70.
- Ary Jamiat Fauzi., D. A. (2022). Pengelolaan Media Sosial Instagram @Visitbogor dalam Menarik Wisatawan. *Bandung Conference Series: Public Relations*. doi:<https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i1.2241>
- Difla Difla Firdaus, Y. Y. (2021). HUBUNGAN ANTARA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @INFOBDGCOM DENGAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS. *Journal of Scientific Communication*, 85-96. doi:<https://doi.org/10.31506/JSC.V3I2.11360>
- Eva Triana, G. G. (2022). STRATEGI PROMOSI DC PRODUCTION MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MENAIKKAN POPULARITAS DENNY CAKNAN. *The Commecium*.
- Fadli Harisa Ramadhan, M. F. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Mr.creampuff Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan. *JOM FISIP UNRI*, 1–15.
- H. Helen., F. R. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Prologia*. doi:<https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3712>
- Isnawati, S. I. (2021). Viral Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial. *Jibaku*, 1–10.
- Ki Joon Kim. S. Shyam Sundar. (2016). Mobile Shopping and Cognitive Load: The Role of Screen Size and Information Density. *Journal of Retailing and Consumer Services*. *Researchgate*, 346-353. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.01.006>
- Made Karina Puspa Paramita, L. E. (2023). Peranan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran. *PARIS*, 962 - 977 .
- Mutia, A. C. (2023). *Teknologi & Telekomunikasi*. Diambil kembali dari Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/16d2a8a4aaa0bc2/indonesia-jadi-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-ke-4-di-dunia>
- Nani., F. S. (2022). Analisis Isi Kualitatif Konten Influencer Di Instagram Dalam Kampanye Tokopedia By Me. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*.

- Natalia, Y. C. (2019). MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA UNTUK MENINGKATKAN POPULARITAS DIRI Studi Kasus Terhadap Public Figure : Bena Kribo, Ronald Yehezkiel Jasita dan Laurentius Rando. *Universitas Mercu Buana Institutional Repository*. doi:<https://repository.mercubuana.ac.id/54829/>
- Nuraeni., D. S. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Common* , 71-80.
- Sabila Amara Rachma, S. (2024). Strategi Konten Kreatif Pada Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Popularitas Klub Internal Persebaya Amatir. *Pakis Jurnal*, 36–41.
- Safira Dewi Purnama, F. S. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KULINER MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA GRANDE GARDEN CAFÉ. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Te-Lin (Doreen) Chung, N. A.-P. (2016). Who's behind the screen? Segmenting social venture consumers through social media usage,. *Sciencedirect*, 288-295.
- Widi, S. (2023). Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023. *dataindonesia.id*.

