

**PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
@BROMEN.OFFICIAL DALAM MEMBENTUK *CUSTOMER*  
*ENGAGEMENT***

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**ANNISA MARTA SITI MAHARANI RISKARNA PUTRI**

**19043010179**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SURABAYA**

**2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
@BROMEN.OFFICIAL DALAM MEMBENTUK *CUSTOMER*  
*ENGAGEMENT***

Disusun oleh :

**Annisa Marta Siti Maharani Riskarna Putri**  
**NPM. 19043010179**

**Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi**

Mengetahui,  
**PEMBIMBING**

**Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si**  
**NIP. 197006122021211002**

Mengetahui,  
**DEKAN FISIP**



**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
**NIP. 1968041820212211006**



LEMBAR PENGESAHAN

PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL @BROMEN.OFFICIAL  
DALAM MEMBENTUK *CUSTOMER ENGAGEMENT*

Oleh:


Annisa Marta Siti Maharani Riskarna Putri  
NPM. 19043010179


Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur  
Pada Tanggal 17 Januari 2025

PEMBIMBING

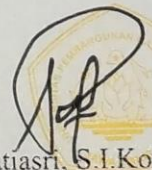
TIM PENGUJI

1. Ketua


  
Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si.  
NIP. 197006122021211002

  
Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si.  
NIP. 197006122021211002



2. Sekretaris

  
Ririn Puspita Tutiasri, S.I.Kom., M.Med.Kom.  
NIP. 198904112021212001

3. Anggota

  
Dian Hutami R., S.I.Kom., M.Med.Kom.  
NIP. 199409202024062001

Mengetahui,  
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

  
  
Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.  
NIP. 196804182021211006

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Annisa Marta Siti Maharani Riskarna Putri  
NPM : 19043010179  
Angkatan : 2019  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga pendidikan tinggi dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain/Lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam skripsi ini dan disebutkan sumbernya secara lengkap dalam daftar rujukan. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan karya penulis lain, penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Surabaya, 10 Januari 2025



Annisa Marta Siti Maharani Riskarna Putri

## KATA PENGANTAR

Segala ucapan Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian dengan judul **“Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram @bromen.official Dalam Membentuk *Customer Engagement*”**

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa adanya dukungan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si., selaku dosen pembimbing peneliti yang membantu dan membimbing tiap langkah penulisan. Dalam kesempatan ini, peneliti juga ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M. Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Syafrida Nurrachmi Febrianti, S. Sos., M. Medkom, selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Yudiana Indriastuti, M. Si., selaku dosen wali peneliti, atas segala arahan sehingga peneliti dapat lulus dengan baik.
4. Bapak/Ibu dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur atas ilmu yang telah diberikan
5. Teruntuk keluarga peneliti, Mama, Papa, dan Meli yang tidak pernah lelah mendoakan, mendukung dan memotivasi peneliti dalam

menyelesaikan skripsi. Serta atas pemberian segala bentuk dukungan, kasih sayang, serta kontribusi yang luar biasa dan tak ternilai dalam setiap langkah hidup peneliti.

6. Robby Rahmanda, Anni Muhtasibah dan Bude Anik yang selalu mendukung untuk peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini sebaik-baiknya.
7. Teman-teman KKN Balasklumprik Nafila, Lala dkk dan Grup SSC Nana, Resa, Neil dan Ical yang selalu menyemangati peneliti.
8. Teman-teman kuliah Lingga, Amanda, Shofir, Alivia, Biya dan banyak lagi yang tidak dapat peneliti sebutkan secara keseluruhan.
9. Channel Youtube Buramira Official dan Bapak/Ibu Dosen Konten Kreator di Tiktok yang kontennya membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi
10. Seluruh pihak yang sudah membantu menyelesaikan penelitian skripsi ini. Terima kasih atas motivasi dan bantuan yang selalu diberikan.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang.

**Surabaya, Januari 2025**

**Peneliti**

**Annisa Marta Siti M R P**

## ABSTRAK

**Annisa Marta Siti Maharani Riskarna Putri. Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram @bromen.official Dalam Membentuk *Customer Engagement*.**

Bagi para pelaku usaha, media sosial Instagram kini menjadi strategi yang baik untuk dekat dan berpartisipasi dengan audiens. Perkembangan konten Instagram memainkan peran penting untuk meningkatkan *customer engagement*. Namun sebagai brand skincare pria baru @bromen.official tentu memiliki kendalanya nya sendiri. Terlebih dibandingkan dengan pasar skincare wanita, segmen ini masih tergolong belum ramai dan tantangannya dalam menghadapi stereotipe maskulin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan konten Instagram @bromen.official dalam meningkatkan *customer engagement*, Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setelah dianalisis dengan The Circular Model of SOME, pengelolaan konten di Instagram telah dilakukan dengan baik. Bromen telah memaksimalkan konten interaktif, informatif dan inspiratif yang relevan dengan kebutuhan pria modern dan mampu menciptakan keterikatan emosional dengan audiensnya. Namun, pihak manajemen dirasa perlu memaksimalkan fitur live streaming di Instagram.

Kata Kunci : Pengelolaan konten, Instagram, *Customer Engagement*

**Annisa Marta Siti Maharani Riskarna Putri. *The Management of Instagram Social Media Content @bromen.official in Building Customer Engagement***

*For business owners, Instagram has now become an effective strategy to engage and participate with the audience. The development of Instagram content plays an essential role in enhancing customer engagement. However, as a new men's skincare brand, @bromen.official inevitably faces its own challenges. Especially compared to the women's skincare market, this segment remains relatively underdeveloped and encounters obstacles related to masculine stereotypes. This study aims to examine how @bromen.official manages its Instagram content to increase customer engagement. The research employs a qualitative descriptive method, with data collected through interviews and documentation. The findings indicate that, based on analysis using The Circular Model of SOME, Instagram content management has been executed effectively. Bromen has optimized interactive, informative, and inspiring content that aligns with the needs of modern men, fostering emotional connections with its audience. However, the management team is encouraged to better utilize Instagram's live streaming feature.*

Keyword : Content management, instagram, customer engagement



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori .....	13
2.2.1 New Media .....	13
2.2.2 Media Sosial .....	16
2.2.3 Instagram .....	20
2.2.4 Pengelolaan Media Sosial .....	24
2.2.5 Konten .....	25
2.2.6 <i>Customer Engagement</i> .....	28
2.2.7 <i>The Circular Model Of SoMe</i> .....	32
2.3 Kerangka Berpikir .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	39
3.2 Definisi Konseptual .....	39
3.2.1 Pengelolaan Konten .....	39
3.2.2 <i>Circullar Mode Of SoMe</i> .....	40



3.2.3 <i>Customer Engagement</i> .....	41
3.2 Subyek dan Obyek Penelitian .....	42
3.3 Lokasi Penelitian .....	42
3.4 Sumber Data Penelitian .....	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5.1 Wawancara Mendalam.....	44
3.5.2 Dokumentasi.....	44
3.6 Teknik Penentuan Informan .....	45
3.7 Teknik Analisis Data .....	46
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	48
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	48
4.1.1 Sejarah Akun Broman Official .....	48
4.1.2 Logo .....	49
4.1.3 Tentang Informan .....	49
4.2 Hasil dan Pembahasan .....	50
4.2.1 Pemilihan Media Sosial Instagram.....	51
4.2.2 Optimalisasi dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> .....	55
4.2.3 Perencanaan dan Pengelolaan Instagram.....	61
4.2.4 Meningkatkan <i>Engagement</i> dengan Membangun Konten Sesuai Target Audiens .....	71
4.2.5 Tahapan <i>Customer Engagemen</i> t.....	79
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	83
a. Kesimpulan.....	83
b.Saran .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	85
<b>LAMPIRAN</b> .....	88
Lampiran 1 Panduan Wawancara ( <i>Interview Guide</i> ) .....	88
Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara .....	90
Lampiran 3 Transkrip Wawancara.....	91
Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup .....	108

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Data Pengguna Media Sosial Pada Januari 2024 .....</b>	<b>2</b>
<b>Gambar 1. 2 Halaman Profil Instagram @Bromen.Official.....</b>	<b>7</b>
<b>Gambar 4. 1 Logo Bromen Skincare.....</b>	<b>49</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>13</b>
--	-----------

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1 Panduan Wawancara (<i>Interview Guide</i>) .....</b>	<b>88</b>
<b>Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara .....</b>	<b>90</b>
<b>Lampiran 3 Transkrip Wawancara .....</b>	<b>91</b>
<b>Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup .....</b>	<b>108</b>