

SKRIPSI

**ANALISIS KARAKTERISTIK KOMUNIKASI AKUN
“RINTIK SEDU” PADA INSTAGRAM MERAIH
KETERLIBATAN AUDIENS**



Oleh:

ZAHRA ADELIA SARI

105651102521

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2025

SKRIPSI

ANALISIS KARAKTERISTIK KOMUNIKASI AKUN “RINTIK SEDU” PADA INSTAGRAM MERAH KETERLIBATAN AUDIENS

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi Dan Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2025

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul proposal penelitian : Analisis Karakteristik Komunikasi Akun “Rintik Sedu”

Pada Instagram Meraih Keterlibatan Audiens

Nama Mahasiswa : Zahra Adelia Sari


Nomor Induk Mahasiwa : 105651102521

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II


Arni, S.Kom., M.I.Kom


Dian Muhtadiah, S.IP., M.I.Kom

Mengetahui:

Dekan Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Makassar



Dr. A. Suhur Prianto S.IP., M.Si
NBM: 992 797

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dr. Syukri, S.Sos., M.Si
NBM: 923568



HALAMAN PENERIMAAN TIM

Telah diterima oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 0472/FSP/A.4.-II/VII/47/2025 sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana dalam Program Studi Ilmu Komunikasi yang dilaksanakan di Makassar pada hari Sabtu, 25 Agustus 2025.

Mengetahui:

Ketua

Sekretaris

Dr. Andi. Luhur Prianto, S.IP., M.Si

NBM. 992 797

Nasrul Hafid, S.Sos., MPA

NBM. 1067 463

Tim Penguji:

1. Dr. Muhammad Yahya, M.Si

(.....)

2. Dr. Syukri, S.Sos., M.Si

(.....)

3. Arni, S.Kom., M.I.Kom

(.....)

4. Dian Muhtadiah, S.IP., M.I.Kom

(.....)

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Zahra Adelia Sari

Nomor Induk Mahasiswa : 105651102521

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa benar skripsi ini adalah karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari sumber lain. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 28 Agustus 2025

Yang Menyatakan,



Zahra Adelia Sari

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahiim

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Segala puji dan syukur yang tak terhingga atas kehadiran Allah SWT, yang memberikan rahmat, hidayah dan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Karakteristik Komunikasi Akun Rintik Sedu Pada Instagram Meraih Keterlibatan Audiens”** skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Program Studi Ilmu Komunikasi.

Dalam perjalanan penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa setiap langkah yang diambil merupakan bagian dari takdir-Nya. Semua usaha dan kerja keras yang dilakukan penulis tidaklah lepas dari petunjuk dan ridha Allah SWT. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan penghargaan sebesar – besarnya kepada Allah SWT, yang senantiasa memberikan petunjuk dan kekuatan.

Ucapan terima kasih teruntuk kepada orang tua saya tercinta, Ibu Saberiah, Bapak Basri, dan Bapak Ismet atas segala bimbingan, nasehat, dukungan dan kasih sayang serta selalu memperjuangkan segala hal yang tiada henti diberikan selama penulis menempuh pendidikan hingga di bangku perkuliahan.

Tidak lupa pula saya mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, teruntuk kepada:

1. Bapak Dr. Ir. H. Abd. Rakhim Nanda, MT., IPU selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar beserta jajarannya.
2. Bapak Dr. Andi Luhur Prianto, S.IP., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. Syukri, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu

Komunikasi.

4. Ibu Arni, S.Kom., M. I.Kom selaku pembimbing I dan Ibu Dian Muhtadiah, S.IP., M.I.Kom, selaku pembimbing II, yang tak kenal lelah memberikan bimbingan, mengarahkan, mengoreksi, serta selalu mendorong dan membantu memberikan semangat peneliti hingga penyelesaian skripsi.
5. Bapak dan Ibu dosen serta Staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah memberikan bekal pengetahuan dan membantu penulis selama menjalani proses perkuliahan di bangku kuliah.
6. Teruntuk organisasi saya IMM dan Humanikom, kedua organisasi ini telah menjadi rumah kedua bagi penulis untuk belajar, berkembang, dan menempa pengalaman berharga, baik dalam hal kepemimpinan, kebersamaan, maupun pengabdian. Dukungan moral, motivasi, serta kebersamaan dari rekan-rekan di organisasi sangat membantu penulis dalam menyelesaikan proses perkuliahan hingga penulisan skripsi ini.
7. Segenap Keluarga besar Kelas Ilmu Komunikasi A Angkatan 2021 yang senantiasa memberikan keceriaan semasa perkuliahan berlangsung selama semester-semester berlalu.
8. Kepada keluarga besar penulis yang senantiasa memberikan dukungan moral, baik melalui do'a maupun perhatian, menjadi pengingat bahwa dalam setiap perjuangan, ada alasan untuk terus melangkah.
9. Kepada sahabat dan teman-teman selama dibangku perkuliahan, terima kasih atas kebersamaan, dukungan dan motivasi selama 4 tahun.
10. Para informan yang telah bersedia meluangkan waktunya dan memberikan pengalamannya kepada peneliti dengan sangat kooperatif, sehingga peneliti

memperoleh informasi mengenai skripsi peneliti.

11. Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih kepada seseorang yang dengan tulus senantiasa membantu dan mendampingi penulis dalam berbagai kesulitan selama penyusunan skripsi. Dukungan, motivasi, serta bantuannya telah menjadi bagian penting yang memudahkan penulis dalam menyelesaikan karya ini.
12. Terima kasih untuk diriku sendiri. Terima kasih telah bertahan di antara luka dan lelah, terima kasih telah menguatkan diri ketika hati ingin menyerah, dan terima kasih telah setia menemani setiap proses panjang yang penuh perjuangan. Skripsi ini adalah jejak dari air mata, doa, dan tekad yang tidak pernah padam. Hari ini, aku ingin merayakanmu, diriku sendiri karena akhirnya mampu sampai sejauh ini, dengan segala keterbatasan namun juga dengan segala keberanian.
13. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dan memberikan semangat dan doa kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Makassar, 28 Agustus 2025



Zahra Adelia Sari

ABSTRAK

Zahra Adelia Sari, 2025, Analisis Karakteristik Komunikasi Akun “Rintik Sedu” Pada Instagram Meraih Keterlibatan Audiens (Dibimbing oleh Arni dan Dian Muhtadiah)

Akun Instagram Rintik Sedu memiliki konten tentang berbagai quotes atau sajak menarik dan penuh makna seputar kehidupan, masa depan, dan cinta. Rintik Sedu menggunakan Instagram sebagai media untuk berinteraksi dan berekspresi dengan audiens. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik komunikasi akun Instagram @rintiksedu dan bagaimana pendekatan komunikatif tersebut berperan dalam meraih engagement audiens. Fokus penelitian ini untuk memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi komunikasi digital berbasis narasi emosional, yang tidak hanya relevan dalam kajian ilmu komunikasi, tetapi juga pada praktik promosi, branding, dan media literasi di era digital.

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan tipe deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara terhadap audiens akun rintiksedu dianalisis berdasarkan tiga indikator menurut Strauss dan Frost, yaitu: *Content engagement*, *Media Engagement*, *Engagement marketing activities*.

Hasil Analisis menunjukkan bahwa karakteristik komunikasi akun Instagram @rintiksedu terbukti memanfaatkan perpaduan pesan teks, visual, dan interaksi langsung yang konsisten untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens. Selanjutnya keberhasilan engagement yang dibangun @rintiksedu menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi medium literasi sekaligus sarana pemasaran yang efektif ketika dikelola dengan konsistensi, pemahaman audiens, dan inovasi format komunikasi.

Kata Kunci: Analisis Komunikasi Digital, Komunikasi Pemasaran

ABSTRACT

Zahra Adelia Sari, 2025, Analysis of the Communication Characteristics of the "Rintik Sedu" Account on Instagram to Achieve Audience Engagement (Supervised by Arni and Dian Muhtadiyah)

The Rintik Sedu Instagram account features content featuring various interesting and meaningful quotes and poems about life, the future, and love. Rintik Sedu uses Instagram as a medium to interact and express herself with her audience. This study aims to analyze the communication characteristics of the @rintiksedu Instagram account and how this communicative approach plays a role in achieving audience engagement. The focus of this research is to contribute to the development of digital communication strategies based on emotional narratives, which are relevant not only to communication studies but also to promotional practices, branding, and media literacy in the digital era.

The research method used in this study is qualitative, with a descriptive qualitative approach. Data collected through observations and interviews with the Rintiksedu account audience were analyzed based on three indicators according to Strauss and Frost: Content engagement, Media engagement, and Engagement marketing activities.

The analysis shows that the communication characteristics of the @rintiksedu Instagram account utilize a consistent mix of text messages, visuals, and direct interactions to build emotional connection with its audience. Furthermore, the successful engagement built by @rintiksedu demonstrates that social media can be both a medium for literacy and an effective marketing tool when managed with consistency, audience understanding, and innovative communication formats.

Keywords: Analysis, Digital Communication, Marketing Communication

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENERIMAAN TIM.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Konsep dan Teori	16
1. Komunikasi	16
2. Media Sosial.....	21
3. <i>Engagement</i>	26
C. Kerangka Pikir	27
D. Fokus Penelitian	29
E. Deskripsi Fokus.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	31
B. Jenis dan Tipe Penelitian	31

C. Sumber Data	32
D. Informan Penelitian	33
E. Teknik Pengumpulan Data	35
F. Teknik Analisis Data	36
G. Teknik Pengabsahan Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Deskripsi Objek Penelitian	39
B. Hasil Penelitian	43
C. Pembahasan	72
BAB V PENUTUP	86
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	92



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3. 1 Informan Penelitian	33
Tabel 4. 1 Insight Juli-Agustus @rintiksedu.....	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	28
Gambar 4. 1 Profil Instagram rintiksedu	39
Gambar 4. 2 Insight Instagram rintiksedu.....	40
Gambar 4. 3 Postingan rintiksedu (1)	44
Gambar 4. 4 Postingan rintiksedu (2)	46
Gambar 4. 5 Postingan rintiksedu (3)	47
Gambar 4. 6 Postingan rintiksedu (4)	48
Gambar 4. 7 Postingan rintiksedu 2021 & 2025	49
Gambar 4. 8 Postingan rintiksedu (5)	51
Gambar 4. 9 Postingan rintiksedu (6).....	53
Gambar 4. 10 Postingan rintiksedu (7).....	55
Gambar 4. 11 Story rintiksedu.....	57
Gambar 4. 11 Postingan rintiksedu (8).....	58
Gambar 4. 12 Postingan rintiksedu (9).....	61
Gambar 4. 13 Postingan rintiksedu (10).....	62
Gambar 4. 14 Postingan rintiksedu (11).....	65
Gambar 4. 15 Postingan rintiksedu (12).....	68
Gambar 5. 1 Wawancara Poppy Dayana S. I. Kom M. I. Kom	97
Gambar 5. 2 Wawancara M. Khaeril Zularasyid.....	97
Gambar 5. 3 Wawancara Putri Aprianti.....	98
Gambar 5. 4 Wawancara Makmun, MPD.....	98
Gambar 5. 5 Wawancara Nur Isnaini Syaifullah.....	99
Gambar 5. 6 Wawancara St. Ahyani Syarahiyah	99
Gambar 5. 7 Wawancara Nufadhilah Maulidiah Jamal	100

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi menjadi aspek sentral dari hubungan antarmanusia dan memainkan peran penting dalam banyak aspek kehidupan kita. Di dunia yang berkembang pesat ini, kemampuan berkomunikasi secara efektif menjadi semakin penting. Komunikasi yang efektif tidak hanya memungkinkan pesan tersampaikan dengan jelas dan ringkas, namun juga membangun hubungan yang kuat, menyelesaikan konflik, dan memfasilitasi pertukaran informasi penting.

Kajian sistem komunikasi yang dikembangkan bersifat antar individu yang berorientasi pada perubahan perilaku individu ke arah yang positif (Prasetyo & Anwar, 2021). Berkomunikasi dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung. Komunikasi langsung meliputi pertukaran lisan antara dua atau lebih individu secara pribadi, serta komunikasi tidak langsung melalui media cetak dan elektronik. Komunikasi akan selalu didukung oleh media. Media menjadi alat yang menghubungkan antara sumber dengan penerima yang sifatnya terbuka yang dapat dilihat, dibaca, atau didengarkan oleh setiap orang (Cangara, 2019). Media yang saat ini digemari adalah *new media*.

Menurut Flew 2002 (Watie, 2011) *new media* merupakan media yang menawarkan *digitalitation, convergence, interactivity, dan development of network* terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuannya menawarkan interaktifitas ini

memungkinkan penggunanya memiliki pilihan informasi yang dikonsumsi sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkan. Kemampuan menawarkan suatu *interactivity* itulah yang menjadi konsep sentral dari pemahaman tentang *new media*. Salah satu bentuk *new media* yaitu *social media*.

Media sosial *social media* atau yang dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Jelas kiranya bahwa muatan interaktif dalam media baru sangatlah tinggi. Media sosial, didefinisikan sebagai sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (Watie, 2011).

Industri media perlu lebih kreatif untuk menjangkau khalayak seluas-luasnya. Salah satu dari media sosial di Instagram. Dengan aplikasi ini, memudahkan untuk menarik audiens dengan konten dan kecepatan yang berbeda. Karena lebih sederhana daripada situs web, ini adalah salah satu platform yang umum digunakan sebagai jembatan untuk menjangkau target audiens.

Secara sudut pandang spiritual Al-Qur'an memberikan petunjuk tentang pentingnya berbicara dengan kata-kata yang baik dan bijaksana, yang menjadi prinsip dasar dalam berkomunikasi secara efektif. Allah

memerintahkan untuk berkata benar dan berbicara dengan perkataan yang benar agar dapat memperbaiki hubungan antar sesama dalam firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ قُلُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar." (QS Al-Ahzab:70)

Dalam konteks media sosial, prinsip-prinsip tersebut sangat relevan dalam membangun engagement yang autentik dan bermakna dengan audiens. Komunikasi yang mengandung kedalaman emosi, seperti yang ditunjukkan oleh "rintik sedu", dapat menciptakan koneksi yang lebih mendalam dan meningkatkan respons audiens.

Media sosial pada dasarnya adalah situs atau layanan *online* yang memungkinkan penggunaannya bukan hanya mengonsumsi, tetapi juga berpartisipasi dengan membuat, mengomentari, dan menyebarkan berbagai konten dalam beragam format seperti teks, gambar, audio, video, atau gabungan dari keempatnya (Ricko & Junaidi, 2019).

Berbagai jenis platform media sosial yang ada, Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki banyak pengguna. Dilansir dari Data Reportal, total pengguna Instagram di Indonesia mencapai 99,15 juta orang atau setara 35,7% dari total populasi. Dengan banyaknya pengguna di Instagram dan cepatnya proses penyampaian informasi melalui internet dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai pemasaran sebuah merek, produk, atau jasa. Bukan hanya itu, media sosial Instagram juga dimanfaatkan oleh para seniman, konten kreator, dan sastrawan sebagai

media untuk berinteraksi, berekspresi, dan membagikan karya-karyanya (Arifah & Anggapuspa, 2023). Media sosial digunakan untuk meningkatkan *engagement* dengan berbagai strategi konten.

Berdasarkan pendapat Wilbur Schramm (1954), secara sederhana *engagement* berarti komunikasi interaksional atau komunikasi dua arah. Komunikasi ini berdasarkan pada interaksi dan umpan balik terhadap pesan. *Engagement* diartikan sebagai berhubungan dengan orang secara emosional dan kognitif. Ketika audiens merasa terhubung secara emosional dengan konten suatu brand, audiens menjadi lebih perhatian dan lebih menyukai brand tersebut. *Engagement* sangatlah penting dalam komunikasi interpersonal, sebab isi dari pesan akan diterima dengan baik jika audiens memiliki awareness yang tinggi. *Engagement* manusia dengan media sosial adalah salah satu cara untuk memudahkan komunikasi interpersonal (Arifah & Anggapuspa, 2023).

Hal ini juga dilakukan oleh Rintik Sedu, nama pena dari seorang penulis bernama Nadhifa Allya Tsana, lahir di Jakarta pada 4 Mei 1998. Sejak remaja, ia sudah memiliki ketertarikan pada dunia menulis, meskipun karya-karyanya kala itu seringkali belum mendapat tempat di mading sekolah. Namun, hal tersebut tidak menyurutkan semangatnya. Ia kemudian menyalurkan hobinya menulis melalui blog pribadi hingga akhirnya berani membagikan kisah di platform Wattpad. Dari sinilah nama Rintik Sedu mulai dikenal, terutama melalui cerita Geez & Ann yang kemudian diterbitkan menjadi buku dan diadaptasi menjadi film serta serial web yang tayang di Netflix.

Meski latar pendidikannya berasal dari Politeknik Kesehatan Jakarta,

jurusan Teknik Elektromedik, Tsana justru menemukan jalannya di dunia sastra. Ia telah melahirkan berbagai karya tulis yang lekat dengan nuansa emosional, di antaranya Geez & Ann, Kata, Buku Rahasia Geez, hingga kolaborasi dengan penyair legendaris Sapardi Djoko Damono dalam buku Masih Ingatkah Kau Jalan Pulang. Tulisan-tulisannya selalu mampu menyentuh hati pembaca, terutama kalangan muda yang sering menemukan cermin dari perasaan mereka dalam rangkaian kata-kata sederhana namun penuh makna.

Akun Instagram Rintik Sedu memiliki konten tentang berbagai quotes atau sajak menarik dan penuh makna seputar kehidupan, masa depan, dan cinta. Rintik Sedu menggunakan Instagram sebagai media untuk berinteraksi dan berekspresi dengan audiens. Rintik Sedu dipilih karena dibandingkan dengan akun serupa seperti @NKCTHI dan @menjadimanusia.id, Rintik Sedu memiliki jumlah audiens atau followers paling banyak dan konsistensi unggahan yang lebih unggul dari akun lainnya.

Di tengah era digital yang semakin dinamis, media sosial menjadi salah satu ruang strategis dalam membangun komunikasi dua arah antara kreator konten dan audiens. Salah satu akun Instagram yang menonjol dalam membangun engagement melalui pendekatan naratif dan emosional adalah akun @rintiksedu milik Nadhifa Allya Tsana. Melalui gaya penyampaian yang puitis, personal, dan sarat akan makna emosional, Rintik Sedu berhasil membangun koneksi yang erat dengan jutaan pengikutnya (Nasrullah, 2023).

Fenomena ini menunjukkan bahwa karakteristik komunikasi yang

digunakan oleh seorang penulis tidak hanya mencerminkan gaya individual, tetapi juga mempengaruhi sejauh mana audiens merasa terhubung secara emosional. Dalam konteks ini, pendekatan komunikasi interpersonal di ranah digital menjadi faktor kunci dalam menciptakan engagement yang bermakna dan berkelanjutan.

Namun, hingga saat ini, penelitian yang menelaah bagaimana karakteristik komunikasi khas akun rintik sedu dapat membentuk keterikatan emosional dengan audiens melalui media sosial Instagram masih sangat terbatas. Sebagian besar kajian sebelumnya lebih banyak menyoroti aspek visual dan strategi konten secara umum, bukan pada karakteristik komunikasi yang digunakan dalam membangun ikatan dengan pengikut (Flew, 2021).

Penelitian ini mengambil posisi studi dengan melakukan modifikasi model yang ada pada penelitian terdahulu dari (Arifah & Anggapuspa, 2023) penelitian sebelumnya berfokus pada pengaruh elemen visual (desain feeds) pada konten Instagram Rintik Sedu dalam meraih engagement audiens. Mereka menyoroti bagaimana wujud visual atau desain feeds menjadi salah satu faktor penting dalam menarik engagement. Penelitian terdahulu lebih menekankan pada aspek visual konten. Sementara itu, penelitian ini akan berfokus pada karakteristik komunikasi penulis (Nadhifa Alya Tsana) terhadap audiens dan bagaimana karakteristik komunikasi tersebut dapat meraih engagement audiens. Ini menunjukkan pergeseran fokus dari "apa yang dilihat" menjadi "bagaimana pesan disampaikan" oleh kreator.

Penelitian dari Rety Palupi, Gema Irhamdhika, dan Uji Sukma

Medianti (2023) yang dijadikan peneliti sebagai kajian pustaka penelitian terdahulu berfokus pada karakteristik komunikasi media massa pada era reformasi, mencakup perubahan besar dalam media (televisi, radio, surat kabar) dalam konteks sosial, politik, dan budaya. Sedangkan penelitian akan berfokus pada komunikasi individu (penulis atau influencer) di media sosial, khususnya Instagram, dengan analisis lebih mendalam terhadap engagement audiens. Ini menunjukkan pergeseran dari komunikasi institusional ke komunikasi personal di platform digital.

Karena terdapat relevansi penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti sehingga menjadi bahan pertimbangan untuk dijadikan permasalahan dalam penelitian. Penelitian ini akan lebih mengacu bagaimana Karakteristik Komunikasi dan interaksi *engagement* pada *audiens* Instagram. Media sosial menjadi tombak kunci utama untuk memprovokasi mindset, dialog, dan tindakan. Kajian ini penting diulas sebab digitalisasi dan media tidak dapat dilepaskan sehingga untuk mendapat jawaban bagi permasalahan tersebut. Penelitian ini dibuat benar adanya dan tidak melakukan manipulasi.

Dengan mempertimbangkan hal tersebut, penelitian ini secara spesifik bertujuan untuk menganalisis karakteristik komunikasi akun Instagram @rintiksedu dan bagaimana pendekatan komunikatif tersebut berperan dalam meraih engagement audiens. Fokus ini menjadi penting karena dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi komunikasi digital berbasis narasi emosional, yang tidak hanya relevan dalam kajian ilmu komunikasi, tetapi juga pada praktik promosi, branding, dan media literasi di era digital.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dirumuskan peneliti dari latar belakang diatas adalah:

1. Bagaimana karakteristik komunikasi dalam platform Sosial Media Instagram @rintiksedu menurut pengikutnya di Universitas Muhammadiyah Makassar?
2. Bagaimana karakteristik komunikasi yang digunakan dapat meraih *engagement* audiens?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dari judul Analisa Karakteristik Komunikasi Penulis Nadhifa Allyah Tsana Pada Platform Sosial Media Instagram “Rintik Sedu” Dalam Meraih *Engagement* Audiens adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan memaparkan karakteristik komunikasi dalam media sosial Instagram @rintiksedu menurut pengikutnya di Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Untuk mendeskripsikan karakteristik komunikasi yang digunakan dapat meraih *engagement* audiens.

D. Manfaat Penelitian

Secara signifikan penelitian ini dapat bermanfaat secara teoritis dan praktis. Manfaat dari penelitian adalah:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu dan pengetahuan, terutama pengembangan dalam bidang Ilmu Komunikasi. Hal tersebut dikarenakan penelitian

ini menganalisis karakteristik komunikasi dan pemahaman tentang konsep *engagement* di media sosial sehingga dapat mengembangkan model komunikasi digital yang komprehensif.

2. Manfaat Praktis

Dalam bidang praktis, hasil penelitian akan berguna untuk pengembangan keterampilan komunikasi yang efektif, yang dapat diterapkan dalam konteks yang lebih luas. Penelitian ini dapat digunakan untuk merumuskan strategi konten yang lebih efektif dengan memahami karakteristik komunikasi yang berhasil.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber tertulis, seperti buku dan jurnal yang digunakan sebagai referensi. Kajian pustaka dilakukan dengan menelaah, mempelajari, dan mencoba menerapkan sumber-sumber yang relevan. Selain buku, peneliti juga mengacu pada penelitian-penelitian sebelumnya dalam penyusunan penelitian ini.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Nuril Lailatus Arifah, Meirina Lani Anggapuspa (2023) Pengaruh Elemen Visual Pada Konten Instagram Rintik Sedu Dalam Meraih Engagement	Penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, dengan kuesioner sebagai teknik pengumpulan datanya.	Wujud visual atau desain feeds pada konten Instagram Rintik Sedu merupakan salah satu faktor dalam meraih engagement audiens. Sebagai salah satu hal pertama yang dilihat dalam sebuah unggahan Instagram, bentuk visual tentu turut disorot. Dari desain visual, audiens dapat menangkap atmosfer dan kesan	Penelitian awal berfokus pada dampak elemen visual pada konten instagram Rintik Sedu. Peneliti awal berfokus pada wujud visual atau desain feeds pada konten dan bagaimana elemen tersebut dapat

	Audiens		<p>visual yang ingin disampaikan. Elemen-elemen visual pada feeds Instagram Rintik Sedu yang cenderung sederhana dan soft dinilai dapat memberikan suasana yang sesuai dan mewakili isi pesan. Tampilan visual feeds Instagram Rintik Sedu terutama elemen tipografi-nya yang dinilai unik dapat dijadikan sebagai ciri khas dan branding yang membuatnya berbeda dengan akun Instagram lainnya.</p>	<p>meraih engagement audiens. Sedangkan pada penelitian terbaru peneliti akan berfokus pada karakteristik komunikasi penulis terhadap audiens dan bagaimana karakteristik komunikasi yang digunakan dapat meraih engagement audiens. Peneliti awal menggunakan metode penelitian kuantitatif sementara penelitian terbaru menggunakan metode penelitian</p>
--	---------	--	--	---

				kualitatif.
2.	<p>Rety Palupi, Gema Irhamdhika, Uji Sukma Medianti (2023)</p> <p>Karakteristik Komunikasi Media Massa Pada Era Reformasi</p>	<p>Metode analisis isi teks, dengan pendekatan penelitian kualitatif, menurut Denzin & Lincoln seperti yang dikutip dalam (Fadli, 2021), penelitian kualitatif merupakan penelitian menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan sebuah fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.</p> <p>Penelitian kualitatif berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara naratif</p>	<p>Kehadiran fenomena digital disrupti membuat Batasan kaidah-jurnalistik yang semakin kabur. Hal ini juga berdampak pada komunikasi media pers yang bias tanpa memperhatikan kode jurnalistik.</p> <p>Komunikasi media pers akhirnya menjadi tidak memiliki Batasan yang jelas. Bisa dikatakan bahwa komunikasi media pers era reformasi memiliki ciri bebas dan terbuka, tetapi tidak sepenuhnya demikian. Sebab, pengaruh kapitalisasi pers oleh konglomerasi media masih kuat terhadap media pers. Hal ini juga mempengaruhi independensi media pers secara tidak langsung. Maka, komunikasi media</p>	<p>Penelitian awal berfokus pada karakteristik komunikasi media massa pada era reformasi yang mencakup perubahan-perubahan besar dalam media setelah jatuhnya Orde Baru di Indonesia.</p> <p>Penelitian akan mencakup karakteristik media massa yang berkembang (seperti televisi, radio, surat kabar) dalam konteks sosial, politik, dan budaya selama masa tersebut.</p>

		kegiatan yang dilakukan dan dampak dari tindakan yang dilakukan terhadap kehidupan mereka.	pers tidak murni idealis.	Sedangkan Penelitian terbaru berfokus utama pada komunikasi individu (penulis atau influencer) di media sosial, khususnya Instagram, dengan analisis lebih mendalam terhadap engagement audiens. Penelitian ini lebih terfokus pada bagaimana Nadhifa Alya Tsana menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dan meraih audiens.
3.	Ricko, Ahmad Junaidi(2019)	Penulis melakukan penelitian	Strategi yang dilakukan dalam penerapan strategi	Penelitian awal berfokus pada platform

	<p>Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion)</p>	<p>dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Bogdan dan Taylor (Moleong, 2010: 4) menjelaskan metode penelitian kualitatif merupakan sebuah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang maupun perilaku yang dapat diamati. Muri Yusuf (2014: 329) menjelaskan penelitian kualitatif merupakan suatu strategi inquiry yang menekankan pencarian makna,</p>	<p>konten Froyonion. Dalam pembuatan konten Froyonion sendiri, pesan yang ingin dilempar ialah kelokalan yang belum tentu arif. Kelokalan yang belum tentu arif disini sebagai contoh di antaranya ialah paradigma kecanduan jika mencoba rokok, mitos pamali, ataupun minuman jamu beralkohol. Pesan ini didasari karena Froyonion menganggap sesuatu yang nyata ada di masyarakat perlu disebar dan tak perlu ditutupi seolah tidak ada. Informasi yang dibutuhkan masyarakat tidak selamanya hanyalah informasi baik, masyarakat berhak untuk mendapat informasi yang benar. Banyak hal yang dibicarakan di tengah masyarakat tapi</p>	<p>YouTube, yang dikenal sebagai platform berbasis video. Penelitian ini lebih terfokus pada analisis strategi konten yang digunakan oleh Froyonion (sebuah kanal YouTube) dalam meraih engagement dari audiens, yang mencakup pengukuran keterlibatan pengguna dengan konten video, jumlah penonton, likes, comments, shares, dan sebagainya. Sedangkan Penelitian terbaru</p>
--	---	---	---	---

		<p>pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena, fokus, dan multimetode</p>	<p>belum dimengerti secara penuh dan jelas. Peristiwa ini menyebabkan banyaknya perilaku yang berdasarkan paradigma yang belum tentu benar.</p>	<p>berfokus pada platform Instagram, yang merupakan platform berbasis gambar dan teks pendek (caption). Penelitian ini berfokus pada karakteristik komunikasi yang digunakan oleh Nadhifa Alya Tsana di Instagram, dengan tujuan untuk memahami bagaimana ia berkomunikasi dengan audiens untuk meraih engagement.</p>
--	--	---	---	--

Sumber : Kreativitas Penulis

B. Konsep dan Teori

1. Komunikasi

Istilah komunikasi menurut Cherry dalam Stuart (1983) berawal dari kata *communis* yang berarti membuat kebersamaan dan membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari kata *communico* yang berarti membagi. Everett M Rogers juga mendefinisikan komunikasi sebagai proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan tujuan untuk mengubah tingkah laku mereka. (Cangara, 2019)

Sasa Djuarsa Sendjaja, seorang Guru Besar Ilmu Komunikasi dari Indonesia, menuliskan terdapat beberapa karakteristik dalam komunikasi (Deepublishstore, 2023) , di antaranya adalah:

- a. Komunikasi merupakan sebuah proses, Proses berarti komunikasi merupakan serangkaian kegiatan, tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan.
- b. Komunikasi merupakan upaya yang disengaja dan memiliki tujuan, Komunikasi dilakukan secara sadar dan pelaku yang terlibat di dalamnya pasti memiliki kepentingan tertentu tergantung keinginannya melakukan perbuatan tersebut.
- c. Adanya Keterlibatan Partisipan, Komunikasi menuntut adanya keterlibatan atau partisipasi dan kerja sama dari orang-orang yang terlibat di dalamnya.
- d. Komunikasi bersifat simbolis, Bersifat simbolis artinya komunikasi dilakukan dengan menggunakan simbol atau lambang tertentu.

Lambang yang paling umum digunakan dalam proses komunikasi adalah bahasa verbal baik secara lisan maupun tulisan. Selain verbal, lambang nonverbal juga digunakan dalam proses ini melalui gestur atau gerakan tubuh juga mimik atau ekspresi wajah.

e. Komunikasi bersifat transaksional, Transaksional berarti dalam proses komunikasi, keberhasilan penyampaian pesan dapat terwujud apabila kedua pihak yang saling terlibat memiliki kesepakatan mengenai hal-hal yang dikomunikasikan.

f. Komunikasi menembus ruang dan waktu, Komunikasi memungkinkan setiap manusia di dunia untuk dapat melakukan aktivitas penyampaian pesan tanpa harus melalui tatap muka dan waktu yang bersamaan.

Karakteristik komunikasi yang meliputi proses yang bersifat simbolis, transaksional, dan melibatkan interaksi dua arah menjadi dasar penting dalam memahami bagaimana pesan disampaikan dan diterima secara efektif. Dengan memahami karakteristik tersebut, strategi komunikasi dapat dirancang dengan tepat sebagai bentuk penentuan yang dapat mempengaruhi keberhasilan komunikasi yang dilakukan secara efektif. Strategi komunikasi adalah bentuk penentuan yang dapat mempengaruhi keberhasilan komunikasi yang dilakukan secara efektif. Menurut Indriyanti dan Syukri (2023), karakter pola komunikasi masih didominasi pola vertikal, di mana alur pesan lebih sering turun dari atasan ke bawahan dibandingkan komunikasi yang bersifat horizontal atau timbal balik.

Dalam strategi komunikasi terdapat hubungan antara perencanaan

komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan sebelumnya. Stainer (2013) menjelaskan bahwa strategi manajemen merupakan satu-satunya cara untuk melakukan pesaing aktual atau melawan pihak lain yang diperkirakan akan bergerak ke arah atau akan masuk dalam persaingan. (Butar et al., 2022).

Komunikasi adalah suatu proses atau aliran penyampaian informasi dan pesan secara dua arah yang berinteraksi kepada pihak penerimanya, dalam artian dapat dilihat oleh penerimanya. Menurut Denis McQuail, secara umum proses komunikasi dalam masyarakat berlangsung, terdapat ada 6 tingkatan (Soleh, 2017), yaitu:

- a. Komunikasi intra-pribadi (intrapersonal communication) Proses komunikasi ini yang terjadi dalam diri seseorang, berupa pengolahan informasi melalui pancaindra dan sistem syaraf. Contohnya: berpikir, merenung, menulis, menggambar, dan lain-lain.
- b. Komunikasi antar-pribadi Proses komunikasi ini yang dilakukan secara langsung antar seseorang dengan orang lainnya secara tatap muka ataupun virtual. Contohnya : korespondensi, tatap muka, ataupun melalui telepon dll.
- c. Komunikasi kelompok Proses komunikasi ini berlangsung antara suatu kelompok dengan kelompok lainnya, bukan bersifat pribadi. Pada tingkatan ini, setiap individu yang terlibat didalamnya masing-masing berkomunikasi sesuai dengan peran dan kedudukannya dalam suatu kelompok. Contohnya diskusi guru dan murid dikelas, ngobrol-ngobrol ayah dan ibu dll.

d. Komunikasi antar-kelompok/asosiasi Proses Komunikasi ini

berlangsung antara suatu kelompok dengan kelompok lainnya. Dengan jumlah pelaku yang terlibat boleh jadi hanya dua atau beberapa orang, akan tetapi masing-masing membawa peran dan kedudukannya sebagai wakil dari kelompok/asosiasinya masing-masing.

e. Komunikasi organisasi Komunikasi ini mencakup kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi dan komunikasi antar organisasi. Bedanya komunikasi ini yang memiliki sifat organisasi yang lebih formal dan lebih mengutamakan prinsip-prinsip efisiensi dalam melakukan komunikasinya.

f. Komunikasi dengan masyarakat luas Pada tingkatan ini kegiatan komunikasi ditunjukkan kepada masyarakat luas. Dengan bentuk kegiatan komunikasinya dapat dilakukan melalui dua cara yaitu komunikasi media massa. contohnya : surat kabar, radio, TV, dan sebagainya.

Setiap tingkatan ini mencerminkan cara pesan disampaikan dan diterima dalam konteks yang berbeda, mulai dari komunikasi internal individu hingga komunikasi yang menjangkau khalayak luas secara massal. Komunikasi dalam hal ini mencakup komunikasi massa. Komunikasi massa menurut Bitner (2017) adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media dengan jumlah yang besar. Komunikasi massa terdiri dari pesan-pesan yang ditransmisikan ke sasaran audiens yang banyak dan meluas dengan pemanfaatan media. Komunikasi massa merupakan tingkatan komunikasi yang

paling besar karena cakupan keterlibatan sasaran komunikasinya dapat dikatakan paling banyak. (Tama et al., 2022).

Berdasarkan Ardianto (2007) dalam (Patupi et al., 2023) komunikasi massa mempunyai beberapa karakteristik khas sebagai berikut:

a. Komunikasi terlembagakan

Karakteristik yang pertama adalah komunikator. Seperti yang dipahami bahwa komunikasi massa menggunakan media massa baik media cetak maupun elektronik.

b. Pesan bersifat umum

Komunikasi massa bersifat terbuka, hal ini berarti komunikasi massa ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu karena pesan dalam komunikasi massa bersifat umum. Pesan yang disampaikan dikemas dalam bentuk apapun dan memenuhi kriteria penting atau menarik, atau penting sekaligus menarik, bagi sebagian besar komunikan.

c. Komunikan bersifat anonim dan heterogen

Dalam komunikasi, komunikator tidak mengenal komunikannya (anonim) karena komunikasi yang terjalin tidak tatap muka. Disisi lain, komunikasi massa adalah heterogen karena terdiri dari berbagai jenis lapisan masyarakat yang berbeda dan dapat dikelompokkan berdasarkan faktor usia, jenis kelamin, pekerjaan, latar belakang budaya, agama dan tingkat ekonomi.

d. Media massa menimbulkan keserempakan

Kelebihan komunikasi massa adalah jumlah sasaran khalayak atau

komunikasikan yang dicapai relatif banyak dan tidak terbatas. Artinya komunikasi secara serempak memperoleh pesan yang sama pada waktu yang sama pula.

e. **Komunikasi mengutamakan isi daripada hubungan**

Setiap komunikasi melibatkan unsur isi dan unsur hubungan pada saat yang bersamaan. Namun dalam komunikasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan dengan karakteristik media massa yang digunakan.

f. **Komunikasi massa bersifat satu arah**

Dalam komunikasi massa, komunikator dan komunikan tidak bisa melakukan kontak langsung. Komunikator secara aktif menyampaikan pesan dan komunikan secara aktif menerima pesan. Maka dari itu disebut komunikasi massa bersifat satu arah.

g. **Stimulus alat indera terbatas**

Salah satu yang menjadi kelemahan komunikasi massa adalah stimulus alat indera yang terbatas. Artinya stimulus indera bergantung pada jenis media massa.

h. **Umpan balik tertunda**

Umpan balik dalam komunikasi menjadi faktor penting. Efektifitas komunikasi seringkali dapat dilihat dari umpan balik/ *feedback* yang disampaikan oleh komunikan.

2. Media Sosial

Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang fokus pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Oleh

karena itu, media sosial dianggap sebagai medium atau fasilitator *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial. Menurut Mansyur (2018) menjelaskan bahwa media sosial menjadi media yang paling populer digunakan pada semua kalangan masyarakat untuk berkomunikasi.

Media sosial merupakan platform yang banyak digunakan oleh masyarakat saat ini terutama untuk berinteraksi, mendapatkan dan berbagi informasi secara luas dan cepat dengan menggunakan suatu teknologi yang difasilitasi jaringan internet. Pada saat ini media sosial telah menjadi hal yang lumrah bagi setiap orang, hal tersebut menjadikan semakin banyak media sosial baru yang bermunculan, menjadikan masyarakat bebas memilih media sosial mana yang ingin digunakan untuk memenuhi kebutuhannya, salah-satunya untuk memenuhi kebutuhan informasi. Menurut Chris Heuer dalam penggunaan media sosial terdapat komponen 4C diantaranya (Solis, 2010:263):

- a. *Context* ialah bagaimana membentuk atau membingkai pesan atau cerita.
- b. *Communication* ialah kegiatan membagikan suatu cerita dan aktivitas interaktif termasuk mendengarkan, menanggapi, dan berkembang.
- c. *Collaboration* ialah fasilitasi dan agregasi atau pengumpulan tindakan hasil kolektif melalui interaksi atau percakapan (*conversation*), kreasi kerjasama (*co-creation*) dan aksi kolektif (*collective*).
- d. *Connection* ialah menjaga hubungan yang kita bina dan jaga secara berkelanjutan untuk membuat pengguna media merasa lebih dekat

dengan sebuah media.

Adapun karakteristik media sosial (Sari et al., 2018) sebagai berikut.

- a. Jaringan, yakni infrastruktur yang menghubungkan komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi dibutuhkan agar komunikasi dapat berjalan lebih baik
- b. Informasi, pengguna media sosial mampu mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan perangkat apapun.
- c. Arsip, arsip menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan dapat diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun
- d. Interaksi, media sosial mampu membentuk interaksi antar penggunanya dengan memperluas hubungan pertemanan atau pengikut dan semacamnya
- e. Simulasi sosial, media sosial adalah medium yang didalamnya terdapat masyarakat di dunia maya atau virtual. Ada semacam keunikan masyarakat dunia maya yang tidak dimiliki oleh masyarakat yang nyata
- f. Konten, isi konten sepenuhnya milik pengguna dan pemilik akun.

Media sosial bermanfaat karena dapat meningkatkan pengguna media sosial sebagai situs berita dan informasi oleh banyak, pengguna secara berkala bergantung terhadap media sosial di kalangan masyarakat, penyebaran berita dan informasi melalui media sosial dan jejaring sosial, memperluas audiens media massa, referensi ke situs berita utama yang seringkali tiba dari media sosial, peningkatan penggunaan media sosial untuk berkomunikasi. (Nainggolan et al.,

2018).

Kemajuan teknologi pada era 4.0 dengan fokus internet of things tentunya sangat berpengaruh dan menjadi komponen penting dalam kehidupan manusia, khususnya dalam hal komunikasi, seperti yang dikemukakan (McLuhan, M., 1962) *“Technology has changed the way we communicate”* yang memiliki arti bahwa teknologi lah yang merubah cara kita (manusia) berkomunikasi.

Berdasarkan data dari Websindo.com pada Januari 2019 tercatat ada 150 juta pengguna internet aktif di Indonesia dari total penduduk Indonesia sebanyak 268,2 juta jiwa atau 56% penduduk Indonesia sudah menggunakan internet. Selain itu, hampir keseluruhan pengguna internet merupakan pengguna aktif media sosial dengan jumlah penggunanya mencapai 56% dari total populasi penduduk Indonesia yang artinya lebih dari setengah penduduk Indonesia telah menggunakan media sosial. Penggunaan media sosial saat ini sudah semakin marak, salah satunya adalah media sosial Instagram (Amira & Nurhayati, 2019:117).

Instagram diciptakan oleh Kevin System dan Mike Krieger, dan didirikan pada Oktober 2010. Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, menerapkan filter digital, dan membagikan ke berbagai media sosial termasuk instagram itu sendiri. Saat ini, media sosial Instagram tidak hanya digunakan oleh individu tetapi juga dapat digunakan oleh kelompok, komunitas, organisasi, perusahaan bahkan hingga pemerintah.

Menurut Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika (2018:11-15) pemerintah memiliki konsen mengenai pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintah sebagai salah satu inovasi dalam memaksimalkan teknologi. Seperti digunakan sebagai media penyebaran informasi seputar suatu kota atau kabupaten oleh pemerintah kota atau kabupaten tersebut. Ini menunjukkan media sosial Instagram tidak hanya merupakan media yang digunakan untuk mengekspresikan diri tetapi juga digunakan sebagai media penyebaran informasi kepada masyarakat luas.

Adapun kelebihan dan kelemahan Instagram (Nainggolan et al., 2018) adalah sebagai berikut.

Kelebihan Instagram:

a. Mudah digunakan

Instagram menjadi media yang cepat menarik minat masyarakat untuk menggunakannya karena kemudahan yang ditawarkan. Membagikan foto atau video, *memfollow*, mengomentari, memberi *like*, hingga *searching* sesuai *hashtag* pun bisa dilakukan dengan praktis

b. Media utama berupa foto

Visual yang menjadi daya tarik utama Instagram untuk digunakan adalah foto. Instagram menyampaikan tampilan dan kualitas foto yang baik.

c. Koneksi dengan media sosial lainnya

Kelebihannya dalam memberikan koneksi dengan beberapa media sosial membentuk kemudahan tersendiri bagi penggunaannya. Hal ini

dapat menghemat waktu karena tidak perlu memposting berkali-kali pada media sosial lainnya.

Kelemahan instagram:

a. *Spamming*

Karena kemudahannya dalam berinteraksi, sehingga instagram sangat rawan *spamming*. *Spamming* banyak ditemukan pada kolom komentar, maka alternatifnya adalah mengaktifkan fitur privat di akun.

b. Tidak adanya penyaring konten

Instagram membuat siapa saja bisa memiliki akun Instagram. Hal tersebut menjadikan media sosial ini mudah dimasuki orang-orang yang ingin menyebarkan konten-konten yang buruk.

3. *Engagement*

Strauss dan Frost (2011) mengartikan *engagement* adalah sesuatu yang berhubungan dengan orang secara emosional dan kognitif. Saat pelanggan terhubung secara emosional dan kognitif dengan konten dari sebuah *brand* maka mereka menjadi lebih perhatian dan lebih menyukai *brand* tersebut. Strauss dan Frost menyebutkan ada 3 pilar yang berpengaruh dalam *engagement* audiens di media sosial (Arifah & Anggapuspa, 2023) adalah sebagai berikut

a. *Content engagement*, adalah pengelolaan konten media sosial kepada audiens atau *customer*

b. *Media engagement*, adalah media yang dipilih untuk mengunggah konten yang sudah ditentukan.

c. *Engagement marketing activities*, adalah aktivitas menarik yang

membantu audiens membangun hubungan personal dengan *brand*.

C. Kerangka Pikir

Menurut (Puspita, 2016) mengemukakan bahwa kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori dan hubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting oleh karena itu kerangka berpikir merupakan suatu pemahaman yang menjadi landasan yang paling mendasar dan menjadi landasan bagi segala bentuk pemikiran dan proses dalam semua penelitian yang dilakukan.

Dalam kerangka pikir, peneliti bertujuan untuk mengetahui apa karakteristik komunikasi akun @rintiksedu dan bagaimana karakter itu dapat meraih keterlibatan audiensi. Pada penelitian ini menggunakan teori (Strauss dan Frost, 2011) yang terdiri dari 3 indikator. Berikut 3 indikator yang digunakan dan alasannya:

1. *Content engagement*

Content engagement ini mengacu pada interaksi dan respon yang diberikan oleh pengguna sosial media terhadap konten yang dibagikan. Hal ini memperlihatkan seberapa banyak konten sudah dikonsumsi, seberapa lama pengguna sosial media berinteraksi dengan konten tersebut, dan seberapa sering pengguna membagikan atau memberikan tanggapan terhadap kontennya. Konten yang menarik dan relevan seringkali mampu meningkatkan keterlibatan.

2. *Media engagement*

Media engagement atau keterlibatan media mengarah pada cara konsumen berinteraksi dengan media. Media dalam penelitian ini adalah

media sosial instagram. Dalam hal ini keterlibatan medianya seperti tingkat kunjungan, durasi kunjungan, tingkat interaksi berupa *like*, komentar, dan *share* serta tingkat retensi pengguna di media tersebut. Media akan memudahkan interaksi dengan mudah dan menyediakan pengalaman yang memuaskan dan memungkinkan untuk meningkatkan keterlibatan pengguna.

3. *Engagement marketing activities*

Engagement marketing activities adalah kegiatan pemasaran *engagement*. Dalam hal ini keterlibatan yang dimaksud yaitu strategi dan aktivitas pemasaran yang dirancang untuk meningkatkan keterlibatan pengguna, seperti kontes, poling, atau personalisasi konten yang ditujukan untuk mendorong partisipasi dan keterlibatan aktif dari audiens. Tujuannya adalah untuk membangun hubungan yang lebih erat antara komunikator dengan audiensnya melalui interaksi yang lebih mendalam dan berarti.

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir



D. Fokus Penelitian

Berdasarkan teori dan kerangka pikir yang telah dipaparkan diatas maka fokus penelitian ini adalah karakteristik komunikasi yang dibangun akun @rintiksedu berdasarkan pandangan audiensnya di Universitas Muhammadiyah Makassar dalam meraih keterlibatan audiensi menggunakan teori engagement (Strauss dan Frost, 2011) yang terdiri dari 3 indikator.

E. Deskripsi Fokus

1. Content Engagement

- a. Relevansi: Konten yang menarik dan relevan adalah kunci untuk menarik perhatian audiens. Dengan menganalisis *content engagement*, peneliti dapat memahami seberapa efektif konten yang dibagikan oleh akun

@rintiksedu dalam menarik interaksi dari pengguna.

- b. Pengukuran keterlibatan: Indikator ini memberikan gambaran tentang seberapa banyak pengguna berinteraksi dengan konten, yang mencakup likes, komentar, dan share. Ini membantu dalam mengevaluasi daya tarik dan dampak konten terhadap audiens.

2. *Media engagement*

- a. Interaksi dengan platform: *Media engagement* mengukur bagaimana pengguna berinteraksi dengan platform instgram itu sendiri. Ini mencakup tingkat kunjungan, durasi kunjungan, dan retensi pengguna. Dengan memahami aspek ini, peneliti dapat menilai seberapa baik akun @rintisedu dalam menciptakan pengalaman pengguna yang memuaskan.
- b. Keterlibatan yang berkelanjutan: Indikator ini juga membantu dalam mengevaluasi apakah pengguna kembali ke akun tersebut, yang merupakan tanda dari keterlibatan yang lebih dalam dan berkelanjutan.

3. *Engagement Marketing Activities*

- a. Strategi Pemasaran: Dengan menganalisis aktivitas pemasaran yang dirancang untuk meningkatkan keterlibatan, peneliti dapat mengevaluasi efektivitas strategi yang digunakan oleh akun @rintiksedu. Ini termasuk kontes, *polling*, dan personaliasasi konten yang dapat mendorong partisipasi aktif dari audiens.
- b. Hubungan dengan audiens: Indikator ini penting untuk memahami bagaimana akun membangun hubungan yang lebih erat dengan audiensnya melalui interaksi yang lebih mendalam. Ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana komunikasi yang efektif dapat meningkatkan loyalita dan keterlibatan audiens.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Makassar, yang terletak di Jalan Sultan Alauddin, Gunung Sari, Kecamatan Roppocini, Kota Makassar. Waktu pelaksanaan penelitian ini direncanakan selama dua bulan, tepatnya pada bulan juli hingga bulan agustus 2025. Dalam periode ini, peneliti akan melakukan pengumpulan data, analisis, dan evaluasi yang bertujuan untuk mendapatkan hasil yang valid. Alasan lokasi tersebut dipilih karena dianggap representatif dalam mengemukakan karakteristik komunikasi @rintiksedu dalam meraih keterlibatan audiensi.

B. Jenis dan Tipe Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan tipe deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Creswell merupakan bentuk metode dalam penelitian saat akan memahami permasalahan pada manusia ataupun dalam lingkungan sosial agar tercipta sebuah gambaran secara menyeluruh yang kemudian dipaparkan dalam rangkaian kata, memberikan data yang rinci dari sumber informasi terpercaya (Anisah et al., 2021).

Deskriptif kualitatif diartikan sebagai penelitian yang mengkaji peristiwa tindakan sosial yang alami dan menekankan pada cara orang menafsirkan dan memahami pengalaman mereka untuk memahami realitas sosial sehingga individu mampu memecahkan masalahnya sendiri Mahajon

dan Haradhan (2018) dalam (Yuliani & Siliwangi, 2018).

C. Sumber Data

Sumber data didalam penelitian adalah subjek asal data diperoleh. Sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam menentukan metode penulisan data. Sumber data merupakan segala fakta yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi, sedangkan informasi adalah hasil pengolahan data yang dipakai untuk suatu keperluan.

Sumber data utama dari penelitian kualitatif adalah data dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Oleh karena itu, sumber data diklasifikasikan menjadi dua, yaitu (Sungadji & Sopiah, 2010:169) yaitu:

1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara) baik dari individu maupun perseorangan, seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Selanjutnya dalam penelitian ini yang termasuk data primer yaitu data langsung dari hasil wawancara dengan mahasiswa audiens @rintiksedu di Universitas Muhammadiyah Makassar dan Akademisi di bidang Ilmu Komunikasi.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pihak lain, sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain. Data sekunder berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia atau di publikasi. Dalam penelitian ini yang termasuk data sekunder yaitu dokumentasi lain yang terdiri dari arsip, dokumen, dan data-data lainnya yang

berkaitan dengan penelitian ini.

D. Informan Penelitian

Untuk menentukan informan penelitian, peneliti menggunakan Metode Purposive Sampling. Metode ini adalah teknik non-probability sampling di mana peneliti memilih informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono, purposive sampling digunakan untuk memastikan bahwa informan yang dipilih memiliki pengetahuan atau pengalaman yang cukup mengenai topik yang diteliti. Adapun informan dalam penelitian ini adalah akademisi dan audience rintiksedu di Universitas Muhammadiyah Makassar.

Informan dalam penelitian ini berjumlah 7 (tujuh) orang yang berasal dari 5 (lima) audience rintik sedu di Universitas Muhammadiyah Makassar dan 2 (dua) akademisi dibidang Ilmu Komunikasi. Berikut rincian lebih lanjut mengenai informan penelitian:

Tabel 3. 1 Informan Penelitian

NO	Nama	Profesi/Status	Kategori Informan	Keterangan (Relevansi Penelitian)
1.	St. Ahyani Syarahiyah	Mahasiswi FKIP Unismuh Makassar Ang 21	Mahasiswa	Sebagai pengguna aktif Instagram dan pengikut konten Rintik Sedu, informan ini memberikan perspektif langsung tentang pengalaman personal dalam mengonsumsi dan merespons konten akun.
2.	M. Khaeril	Mahasiswa FAI	Mahasiswa	Sebagai audiens aktif yang tidak

	Zularasyid	Unismuh Makassar Ang 23		hanya membaca tetapi juga berinteraksi (memberi like, komentar, membalas story, atau share), informan ini menunjukkan bentuk keterlibatan nyata dengan konten.
3.	Nurfadhilah Maulidiah Jamal	Mahasiswi FISIP Unismuh Makassar Ang 21	Mahasiswi	Sebagai audiens/pengikut dapat memberikan pengalaman langsung dalam mengonsumsi konten dan merasakan komunikasi akun. Sebagai mahasiswa ilmu komunikasi mampu menganalisis pengalaman itu dengan perspektif teori komunikasi (naratif, digital, engagement)
4.	Nur Isnaini Syaifullah	Mahasiswi FEB Unismuh Ang 22	Mahasiswi	Sebagai audiens baru yang mulai mengikuti akun, informan ini memberi gambaran awal tentang daya tarik pertama Rintik Sedu. Perspektifnya penting untuk melihat kesan pertama dari gaya komunikasi dan faktor yang membuat seseorang tertarik untuk mengikuti.
5.	Putri Aprianti	Mahasiswi FISIP Unismuh Makassar Ang 22	Mahasiswi	Sebagai audiens yang sering berinteraksi, informan ini memberi gambaran tentang loyalitas dan

				pola engagement jangka panjang pada akun Rintik Sedu.
6.	Poppy Dayana S. I. Kom., M. I. Kom	Mahasiswi S2 Ilmu Komunikasi	Mahasiswi	Memberikan pandangan sebagai audiens sekaligus akademisi muda, yang mampu menilai konten Rintik Sedu dengan kacamata teori komunikasi (komunikasi naratif, komunikasi digital, engagement).
7.	Makmun, MPD	Dosen Desain Komunikasi Visual	Dosen	Akun tersebut menggabungkan pesan tekstual dan visual. Dosen DKV memberikan perspektif tambahan selain komunikasi murni, sehingga analisis lebih komprehensif.

Sumber : Kreativitas Penulis

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1. Observasi

Menurut Zainal Arifin, observasi adalah suatu proses yang didahului dengan pengamatan kemudian pencatatan yang bersifat sistematis, logis, objektif, dan rasional terhadap berbagai macam fenomena dalam situasi yang sebenarnya maupun situasi buatan. Metode ini dilakukan dengan cara pengamatan menggunakan panca indra mata dan dibantu dengan panca indra lainnya.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Metode wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab dilakukan secara tatap muka antara peneliti dengan informan, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara. Tujuannya untuk mencatat opini, perasaan, pengetahuan, dan lainnya berkaitan dengan individu.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dokumentasi yang dimaksud adalah dokumen tentang orang atau kelompok, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif. (Iryana & Kawasati, 2020)

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan berdasarkan model Miles dan Huberman dengan langkah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Saleh, 2017).

1. Reduksi data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data akan terus berlangsung selama peneliti melakukan penelitian. Pada saat data terkumpul, maka peneliti memilih data yang relevan dan bermakna, memfokuskan data yang mengarah untuk memecahkan masalah, penemuan, pemaknaan atau untuk menjawab pertanyaan peneliti.

2. Penyajian data

Penyajian data adalah proses pengumpulan informasi yang disusun berdasarkan kategori atau pengelompokan yang diperlukan. Penyajian data dapat berupa tulisan, gambar, grafik, atau tabel. Tujuannya untuk menggabungkan informasi sehingga dapat menggambarkan keadaan yang terjadi.

3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan proses perumusan makna dari hasil penelitian yang diungkapkan dengan kalimat yang singkat, padat, dan mudah dipahami, serta dilakukan dengan cara berulang kali melakukan peninjauan mengenai kebenaran dari penyimpulan itu, terkhusus pada relevansi dan konsistensinya terhadap judul, tujuan, dan rumusan masalah.

G. Teknik Pengabsahan Data

Teknik pengabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi data. Norman K. Denkin mendefinisikan triangulasi sebagai gabungan dari berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling berkaitan dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda.

1. Triangulasi metode

Triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Sebagaimana dalam penelitian kualitatif yang menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Maka untuk memperoleh kebenaran informasi dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti dapat

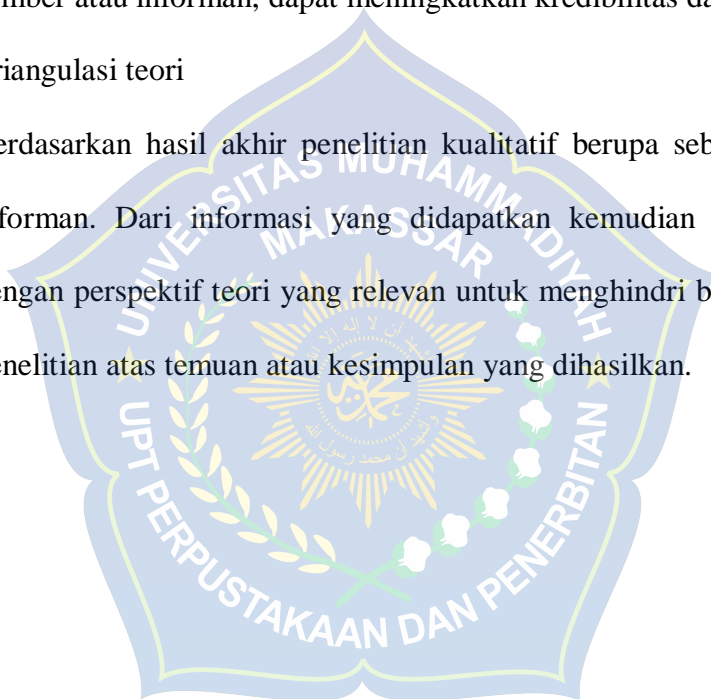
menggunakan metode wawancara bebas dan wawancara terstruktur. Disisi lain peneliti juga dapat menggunakan wawancara dan observasi untuk mengecek kebenarannya.

2. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber adalah yang pertama dibahas dalam menguji data dari beberapa informan yang akan menerima informasinya dengan cara mengecek data yang diperoleh selama penelitian melalui berbagai sumber atau informan, dapat meningkatkan kredibilitas data.

3. Triangulasi teori

Berdasarkan hasil akhir penelitian kualitatif berupa sebuah rumusan informan. Dari informasi yang didapatkan kemudian dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual penelitian atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan.

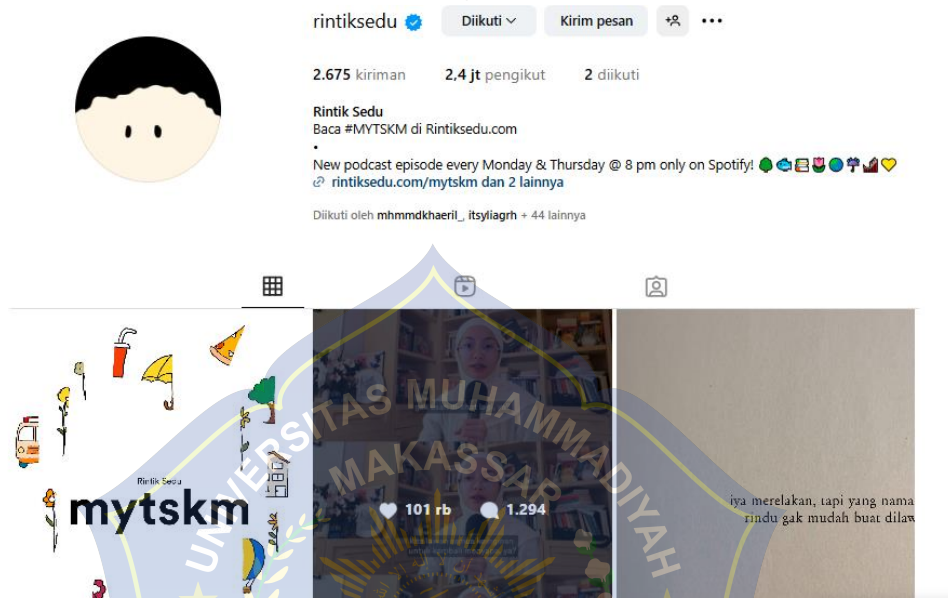


BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

Gambar 4.1 Profil Instagram rintiksedu



Sumber : Instagram Rintik Sedu

Akun Instagram @rintiksedu dimiliki oleh penulis muda Indonesia, Nadhifa Allya Tsana, yang dikenal luas sebagai salah satu figur literasi digital terpopuler di tanah air. Sebagai medium penyampaian karya, akun ini mengangkat tema-tema yang dekat dengan kehidupan emosional remaja dan dewasa muda, seperti cinta, kehilangan, kerinduan, dan proses penyembuhan diri. Dengan jumlah pengikut yang mencapai 2,4 juta pada tahun 2025, @rintiksedu tidak hanya berfungsi sebagai wadah publikasi karya sastra singkat, tetapi juga telah menjadi fenomena kultural di kalangan pengguna media sosial Indonesia.

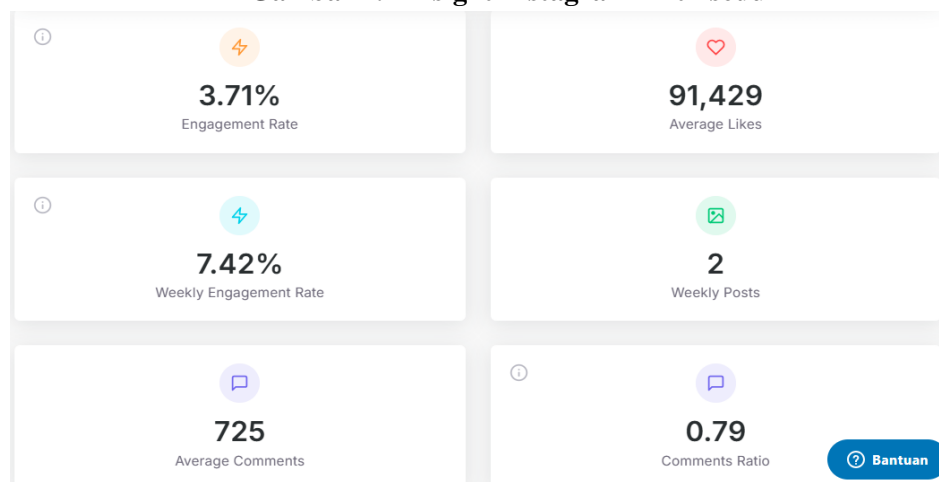
Kontennya yang sederhana namun sarat makna memungkinkan audiens dari berbagai latar belakang dapat mengaitkan pesan yang disampaikan dengan pengalaman pribadi mereka. Identitas yang dibangun melalui narasi intim, visual minimalis, dan konsistensi gaya bahasa membuat akun ini mudah dikenali serta

diingat oleh pengikutnya. Dengan basis audiens sebesar ini, @rintiksedu menjadi objek penelitian yang relevan untuk memahami strategi komunikasi yang mampu meraih engagement tinggi.

Selain sebagai ruang untuk berbagi kutipan puitis dan refleksi personal, akun ini juga berfungsi sebagai media untuk membangun komunitas emosional berbasis empati. Setiap unggahan terasa personal, seakan penulis sedang berbicara langsung dengan pembacanya, menciptakan jembatan emosional yang jarang ditemukan pada akun literasi lain. Strategi ini memperkuat hubungan kreator dengan pengikut, karena mereka tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga merasa menjadi bagian dari narasi yang dibangun.

Interaksi yang tercipta di kolom komentar seringkali memunculkan cerita-cerita pribadi dari audiens, menandakan adanya rasa percaya dan kenyamanan dalam berkomunikasi. Melalui pendekatan ini, @rintiksedu berhasil memposisikan dirinya bukan sekadar akun publik, tetapi sebagai teman virtual yang hadir dalam momen-momen emosional audiens. Fenomena ini menjadikan penelitian terhadap akun ini penting untuk memahami dinamika komunikasi yang berorientasi pada hubungan emosional.

Gambar 4.2 Insight Instagram rintiksedu



Sumber : Aplikasi Insight Instagram

Akun ini mulai aktif sekitaran tahun 2017 dan terus berkembang hingga kini. Dalam kurun waktu tersebut, Rintik Sedu berhasil mempertahankan relevansi kontennya di tengah derasnya tren media sosial yang berubah cepat.

Secara visual, akun @rintiksedu mempertahankan konsistensi estetika yang mencerminkan identitasnya: dominasi warna lembut, tipografi sederhana, dan foto atau ilustrasi bernuansa tenang. Visual ini bukan sekadar latar estetik, melainkan bagian dari strategi untuk memperkuat pesan yang disampaikan melalui teks. Harmonisasi antara pesan verbal dan nonverbal menjadikan setiap unggahan lebih kuat dalam menyampaikan makna.

Audiens dapat langsung mengenali unggahan @rintiksedu bahkan sebelum membaca teksnya, karena identitas visual yang khas sudah tertanam di benak mereka. Konsistensi ini membantu membangun citra merek yang solid, sehingga mempermudah proses pembentukan engagement secara organik. Dengan demikian, estetika visual bukan hanya faktor pendukung, melainkan elemen strategis yang memengaruhi keberhasilan komunikasi akun ini.

Dari sisi narasi, gaya bahasa @rintiksedu memadukan kesederhanaan struktur kalimat dengan kedalaman makna, sehingga memicu refleksi emosional pembacanya. Pemilihan diksi yang halus, metaforis, dan kadang bernuansa melankolis menjadi ciri khas yang membedakan akun ini dari akun literasi populer lainnya. Tema cinta, kehilangan, dan proses menemukan diri kembali dikemas sedemikian rupa agar dapat dirasakan oleh pembaca tanpa terasa menggurui.

Pendekatan ini mengundang interpretasi personal, di mana audiens bebas menafsirkan pesan sesuai dengan pengalaman hidup masing-masing. Dengan menghindari bahasa yang terlalu kompleks, kreator berhasil menciptakan jangkauan emosional yang luas, menjangkau pembaca dari berbagai usia dan latar

belakang. Hal ini memperlihatkan bahwa keberhasilan engagement tidak hanya bergantung pada kekuatan visual, tetapi juga pada sensitivitas bahasa yang digunakan.

Dalam hal interaksi, akun ini menerapkan pola komunikasi yang tidak sepenuhnya formal namun tetap menjaga citra profesional. Kreator memanfaatkan fitur Instagram seperti *Story*, *Q&A*, dan *polling* untuk membangun interaksi yang lebih cair dan personal. Meskipun tidak selalu membalas semua komentar atau pesan, kehadiran kreator terasa melalui respons terhadap tren percakapan yang berkembang di kalangan pengikutnya. Hal ini menciptakan kesan bahwa hubungan yang terjalin bersifat dua arah, meskipun dalam porsi yang terukur. Pendekatan interaksi ini mendorong audiens untuk tetap aktif terlibat, baik melalui respon langsung maupun partisipasi dalam diskusi. Dengan strategi tersebut, akun berhasil mempertahankan loyalitas audiens dalam jangka panjang.

Profil audiens @rintiksedu sebagian besar terdiri dari remaja akhir hingga dewasa muda yang aktif di media sosial dan memiliki minat terhadap literasi serta konten yang bernuansa reflektif. Mereka mencari konten yang mampu mewakili perasaan atau pikiran yang sulit diungkapkan, sehingga konten emosional dan puitis menjadi daya tarik utama. Audiens ini cenderung berpartisipasi bukan hanya dengan *likes*, tetapi juga dengan membagikan unggahan di *Story* pribadi mereka atau mengomentari dengan cerita yang berkaitan. Keterlibatan seperti ini menunjukkan bahwa akun telah membentuk komunitas yang interaktif dan saling terhubung secara emosional. Hal ini memberi nilai tambah bagi penelitian, karena dapat mengungkap bagaimana faktor emosional memengaruhi pola engagement. Dengan basis audiens seperti ini, @rintiksedu memiliki peluang besar untuk terus mempertahankan relevansi di tengah perubahan tren media sosial.

Keterlibatan Mahasiswi Ilmu Komunikasi dan Desain Komunikasi Visual dalam penelitian ini menambah dimensi analisis. Mahasiswi komunikasi melihat konten dari aspek interaksi pesan, sementara dosen desain visual menyoroti harmoni estetika yang mendukung pesan. Kolaborasi pandangan ini memperkaya hasil penelitian dan membantu memahami bagaimana teks dan visual saling melengkapi. Pengamatan lapangan juga menunjukkan bahwa algoritma Instagram memainkan peran penting dalam eksposur konten Rintik Sedu. Postingan dengan interaksi tinggi cenderung muncul lebih sering di beranda pengguna lain.

Dalam konteks tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendalami karakteristik komunikasi Rintik Sedu serta implikasinya terhadap engagement audiens. Pemahaman ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi praktisi komunikasi digital dalam merancang strategi konten sastra yang efektif. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi akademis dalam kajian komunikasi interpersonal di era media sosial.

Deskripsi objek penelitian ini menegaskan bahwa akun @rintiksedu bukan sekadar akun sastra biasa, tetapi fenomena kultural yang mencerminkan dinamika komunikasi emosional di media digital. Temuan deskriptif ini akan menjadi dasar bagi pembahasan hasil penelitian pada bagian berikutnya, terutama terkait pola engagement mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar terhadap konten sastra digital.

B. Hasil Penelitian

Peneliti menjelaskan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Karakteristik Komunikasi Akun Rintik Sedu Pada *Platform* Sosial Media Instagram Dalam Meraih Keterlibatan Audiensi, adapun hasil dalam penelitian untuk memperoleh data dari penelitian di lapangan, baik dari observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Karakteristik Komunikasi @rintiksedu

Karakter komunikasi yang dibangun akun Instagram @rintiksedu oleh audiens di Universitas Muhammadiyah Makassar dipersepsikan sebagai lembut, personal, dan mampu menjangkau ranah emosional pengikutnya tanpa terasa memaksa.

a. Gaya komunikasi personal dan emosional

Dalam wawancara dengan pengikut, terlihat bahwa gaya penyampaian yang digunakan membuat pembaca merasa seolah-olah pesan ditujukan secara khusus untuk mereka, meskipun sifatnya publik. Narasi yang singkat namun penuh makna menimbulkan efek keterhubungan yang kuat di antara pembaca yang berasal dari latar belakang berbeda. Seorang informan mahasiswa menyampaikan,

Gambar 4.3 Postingan Akun Rintik Sedu (1)



Sumber: Instagram Rintik Sedu

“Saat saya baca caption-nya, seperti dia tahu apa yang saya alami. Walaupun saya tahu kalau pesan itu buat banyak orang, tapi ada bagian dari saya yang merasa terhubung. Mungkin karena kata-katanya srelevant dengan situasi saya saat itu. Kadang ini yang buat saya merasa tidak sendirian dan ada orang lain yang mungkin merasakan hal yang sama. Hal-hal kecil seperti ini bisa memberikan dukungan emosional yang kita butuhkan.” Ujar St. Ahyani (Wawancara 08 Juli 2025)

Kutipan ini menegaskan bahwa pilihan kata yang digunakan berhasil menciptakan kedekatan emosional tanpa harus mengenal pembaca secara

personal. Ciri seperti ini jarang ditemui pada akun literasi digital yang berskala besar, sehingga menjadi nilai khas @rintiksedu.

Penggunaan bahasa yang inklusif, tanpa membedakan latar belakang atau identitas pembaca, menjadi alasan lain mengapa konten akun ini mudah diterima oleh beragam kalangan mahasiswa. Tidak ada frasa atau istilah yang berpotensi memecah audiens, sehingga semua orang merasa dapat mengidentifikasi diri dalam pesan tersebut. Seorang mahasiswa berkomentar,

“Siapa pun yang baca tulisan di Rintik Sedu bisa relate, entah dari jurusan atau latar belakang mereka. Konten yang disajikan bisa menjangkau berbagai kalangan, karena tema-temanya universal dan cocok dengan pengalaman manusia secara umum. Cara penyampaiannya sederhana tapi mendalam, ini yang membuat tulisan-tulisan rintiksedu tidak cuman menarik, tapi juga relevan bagi banyak orang, tercipta rasa keterhubungan yang kuat di antara pembaca.” Ujar Putri Aprianti (Wawancara 01 Agustus 2025)

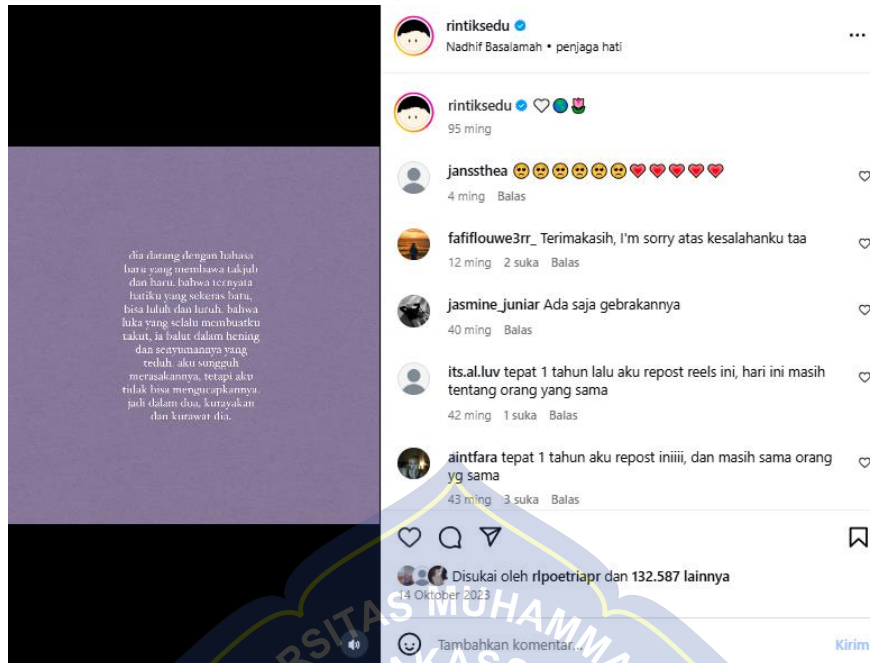
Dengan menggunakan bahasa universal, akun ini mampu menembus batas-batas kelompok sosial yang biasanya membatasi keterlibatan. Strategi ini sangat penting untuk membangun komunitas audiens yang luas namun tetap solid. Pendekatan ini juga membuat pesan lebih mudah viral karena dapat diterima oleh banyak segmen.

Dari perspektif akademis, akun ini dapat dilihat sebagai penerapan yang berhasil dari konsep *emotional branding* di media sosial. Pesan yang dibangun tidak hanya menyentuh sisi rasional pembaca, tetapi lebih jauh mengaktifkan memori emosional mereka. Seorang mahasiswi S2 jurusan ilmu komunikasi berpendapat,

“rintiksedu tidak hanya menjual kata-kata, tetapi juga menjual perasaan yang ingin dirasakan kembali oleh orang-orang. Setiap tulisannya mampu membangkitkan kenangan dan emosi yang dalam, membuat pembaca merasa terhubung dengan pengalaman yang mungkin pernah mereka alami. Ini adalah kekuatan, karena tidak semua orang bisa menyampaikan perasaan dengan cara yang begitu mendalam. Dengan kata-katanya, dia berhasil menciptakan ruang bagi orang untuk merenung dan merasakan kembali momen-momen berharga dalam hidup mereka.” Ujar Poppy Dayana

(Wawancara 30 Juli 2025)

Gambar 4.4 Postingan Akun Rintik Sedu (2)



Sumber: Instagram Rintik Sedu

Hal ini menandakan bahwa daya tarik utama akun terletak pada pengalaman emosional yang dihadirkan, bukan sekadar informasi yang disampaikan. Strategi ini jarang digunakan secara konsisten dalam ranah literasi digital, sehingga memberikan diferensiasi yang jelas. Keberhasilan ini membuktikan bahwa branding berbasis emosi dapat berjalan efektif di luar konteks komersial.

Pemilihan kata ganti personal seperti “aku” dan “kamu” menjadi salah satu ciri yang diakui audiens sebagai pembangun kedekatan yang kuat. Struktur bahasa seperti ini membuat pesan terasa seperti percakapan langsung antarindividu, meskipun sebenarnya ditujukan untuk khalayak luas. Seorang pengikut aktif menjelaskan,

Gambar 4.5 Postingan Akun Rintik Sedu (3)



Sumber: Instagram Rintik Sedu

“Kalau menggunakan kata 'aku' dan 'kamu' dalam tulisan, rasanya seperti sedang bicara langsung, bukan cuman baca postingan. Gaya bahasa yang personal membuat pembaca merasa lebih dekat dan terlibat, seperti berbicara langsung kepada kita. Ini menciptakan suasana yang hangat dan akrab, sehingga orang lebih mudah terhubung dengan isi pesan yang disampaikan. Dengan cara ini, rintiksedu berhasil membuat kontennya terasa lebih hidup dan relevan bagi banyak orang.” Ujar Putri Aprianti (Wawancara 01 Agustus 2025)

Penggunaan kata ganti ini memunculkan efek psikologis yang meningkatkan rasa keterhubungan. Audiens merasa dilibatkan secara personal dalam narasi, walaupun hubungan yang terjadi bersifat satu arah. Teknik ini menjadi salah satu alasan mengapa akun ini menonjol di tengah banyaknya akun literasi serupa.

Selain itu, pilihan kata yang digunakan sering kali memiliki lapisan makna yang dapat diinterpretasikan secara berbeda oleh setiap pembaca. Hal ini membuat pembaca kembali memikirkan pesan meskipun sudah lama meninggalkan unggahan tersebut. Seorang mahasiswa menyatakan,

“Kadang, ketika saya baca, saya tidak langsung paham, tetapi setelah itu, isi tulisan tersebut terus terbayang-bayang dalam pikiran saya. Ini buat saya sadar bahwa tulisan tersebut memiliki daya tarik yang kuat, mampu merangsang pemikiran dan perasaan saya meskipun tidak semua pesan dapat dipahami secara langsung. Pengalaman ini membuat saya semakin menghargai kedalaman dan kompleksitas dari setiap kata yang ditulis.” Ujar Nur Isnaini (Wawancara 22 Juli 2025)

Teknik penulisan seperti ini memancing refleksi personal dan memperpanjang durasi keterlibatan audiens dengan konten. Pendekatan ini juga memperkaya pengalaman membaca karena pembaca merasa menemukan hal baru setiap kali mengulang bacaan. Strategi ini terbukti efektif dalam mempertahankan atensi jangka panjang.

Struktur kalimat yang singkat namun bermakna menjadi elemen lain yang konsisten diapresiasi oleh pengikut. Kalimat-kalimat yang sederhana membuat pesan lebih mudah dicerna, namun tetap memiliki lapisan makna yang dapat ditafsirkan secara mendalam. Seorang mahasiswa mengungkapkan,

“Kalimat-kalimat yang ditulis memang pendek, tetapi ada maknanya. Walaupun tidak banyak kata yang digunakan, tapi setiap kalimat ada pesan yang kuat dan menggugah pemikiran. Disini dapat kita lihat bahwa rintiksedu punya kemampuan untuk merangkum ide-ide agar jadi kalimat sederhana namun bermakna. Dengan ini, kita pembaca bisa berpikir makna yang lebih dalam dari setiap kata-kata yang ditulis.” Ujar M. Khaeril (Wawancara 15 Juli 2025)

Gambar 4.6 Postingan Akun Rintik Sedu (4)

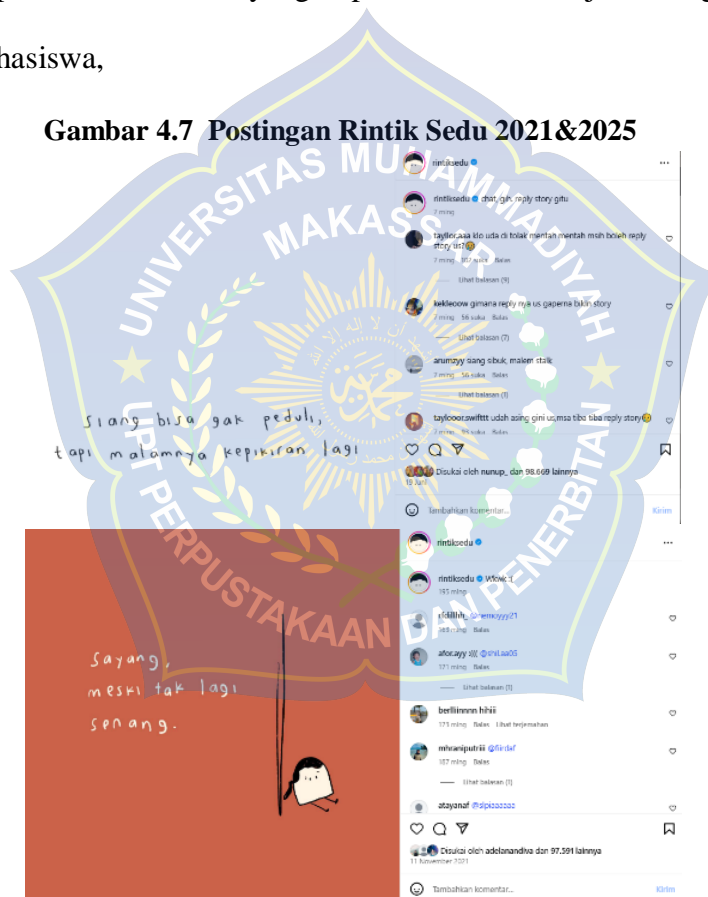


Sumber: Instagram Rintik Sedu

Gaya ini sejalan dengan karakter platform Instagram yang mengutamakan kecepatan dalam mengonsumsi konten. Namun di sisi lain, strategi ini memberi ruang bagi pembaca untuk melakukan refleksi pribadi. Dengan keseimbangan

b. Konsistensi

Gambar 4.7 Postingan Rintik Sedu 2021&2025



“Balas komen memang jarang, tapi saya suka gaya bahasanya yang tetap konsisten dari dulu sampai sekarang tidak berubah. Meskipun tidak ada interaksi langsung, cara dia menulis seperti interaksi sama teman membuat saya merasa dekat dan itu yang membuat tetap tertarik untuk ikuti kontennya” Ujar M. Khaeril (Wawancara 15 Juli 2025)

49

memperlihatkan bahwa kontinuitas dalam penyajian pesan dapat menciptakan rasa kehadiran yang stabil. Dengan demikian, akun ini berhasil mempertahankan loyalitas tanpa harus mengandalkan respons langsung secara intens.

Selain suasana yang menyenangkan, kejelasan fokus konten juga menjadi daya tarik tersendiri bagi pengikut. Akun ini tidak sering mengubah konsep atau eksperimen dengan tema yang jauh berbeda, sehingga pengikut tahu apa yang akan mereka dapatkan setiap kali membuka unggahan baru. Seorang pengikut menyampaikan,

Dalam komunikasi digital, ekspektasi yang terpenuhi secara konsisten akan memperkuat loyalitas audiens. Strategi ini menjaga agar citra akun tetap jelas dan mudah diingat.

c. Tema yang unik

Tema-tema yang diangkat oleh akun ini secara umum mengarah pada cinta, kehilangan, proses pemulihan, dan pencarian makna diri—semua topik yang sangat relevan bagi mahasiswa. Kesesuaian tema ini membuat banyak pengikut merasakan adanya keterhubungan langsung antara konten dan pengalaman pribadi mereka. Seorang mahasiswa yang merupakan pengikut @rintiksedu dan fokus pada studi komunikasi mengungkapkan,

“Sebagai mahasiswa komunikasi, saya mengamati bahwa rintiksedu pintar dalam membuat tema-tema yang sebenarnya sederhana jadi lebih dalam dan menyentuh hati. Satu hal juga mampu mengambil isu-isu sehari-hari dan disajikan dengan cara yang unik yang buat orang berpikir dan merasakan. Rintiksedu paham yang baik tentang audiensnya dan bagaimana cara berkomunikasi yang efektif karena jarang tidak semua akun bisa melakukan hal yang sama.” Ujar Nurfadhillah (Wawancara 20 Juli 2025)

Gambar 4.8 Postingan Akun Rintik Sedu (5)



Sumber: Instagram Rintik sedu

Relevansi seperti ini membuat pesan menjadi lebih mudah diterima, karena audiens merasa isi konten sejalan dengan kebutuhan emosional mereka. Proses penerimaan pesan yang lebih cepat ini merupakan hasil dari kesesuaian antara konteks hidup audiens dengan narasi yang dibangun kreator. Pemilihan tema universal yang disampaikan secara personal terbukti menjadi kekuatan engagement yang sulit ditiru.

d. Kombinasi pesan tekstual dan visual yang harmonis

Kekuatan komunikasi akun ini juga terletak pada penggabungan unsur visual dan teks yang harmonis, sehingga menciptakan pengalaman membaca yang menyeluruh. Pemilihan warna-warna lembut, tipografi yang sederhana, serta penataan layout yang rapi mendukung suasana yang ingin dibangun dalam narasi. Seorang dosen desain komunikasi visual berpendapat,

“Secara desain, saya perhatikan bahwa pilihan warna dan tipografi di akun rintiksedu sudah sangat efektif dalam membentuk mood sebelum orang membaca teksnya. Warna-warna yang digunakan cenderung lembut dan

menenangkan, sementara tipografi yang dipilih mudah dibaca dan memiliki karakter yang kuat. Ini menciptakan suasana yang tepat dan menarik perhatian, sehingga orang merasa lebih tertarik untuk menyimak isi pesan yang disampaikan. Desain yang baik seperti ini sangat penting, terutama di media sosial, karena dapat mempengaruhi bagaimana orang merespons konten yang ada.” Ujar Pak Makmun (Wawancara 19 Agustus 2025)

Pandangan ini menunjukkan bahwa unsur visual bukan hanya sekadar pendukung, melainkan bagian integral dari strategi penyampaian pesan. Dengan menciptakan atmosfer tertentu sejak awal, audiens lebih mudah terhubung secara emosional dengan isi tulisan. Hal ini memperlihatkan bahwa kekuatan pesan bukan hanya pada kata-kata, tetapi juga pada pengelolaan elemen visual yang tepat.

Daya tarik awal akun ini bagi pengikut baru sering kali berawal dari kesan visual yang rapi dan konsisten pada tampilan profil. Tampilan yang serasi membuat banyak orang penasaran untuk mengeksplorasi isi kontennya lebih dalam. Salah seorang pengikut baru mengungkapkan,

“Awalnya, saya hanya lihat konten di story teman, tapi ketika saya buka profilnya, saya suka dengan bagaimana semua feed-nya rapi dan saling nyambung dengan isi tulisannya jadi aesthetic juga. Setiap postingannya teratur dan memiliki tema yang konsisten, karena itu saya ikuti. Ini yang membuat saya lebih tertarik dan mau membaca lebih banyak apa yang dia bagikan.” Ujar Nur Isnaini (Wawancara 22 Juli 2025)

Kesan pertama yang positif ini menjadi pintu masuk bagi proses keterlibatan yang lebih emosional. Setelah tertarik secara visual, audiens kemudian membaca isi caption dan menemukan relevansi dengan pengalaman pribadi mereka. Strategi ini menunjukkan bahwa pada era media sosial, estetika dapat menjadi pemicu awal yang efektif sebelum audiens masuk ke lapisan pesan yang lebih dalam.

Pemanfaatan ruang kosong atau *white space* dalam desain unggahan juga menjadi faktor yang diapresiasi karena membantu fokus pembaca. Area kosong yang cukup membuat teks lebih menonjol dan mudah dibaca, tanpa terganggu

oleh elemen visual yang berlebihan. Seorang dosen DKV menuturkan,

“Penggunaan white space dalam desain konten itu sangat efektif karena dapat membantu orang fokus pada teksnya tidak terlalu banyak distraksi. Dengan memberikan ruang di sekitar elemen-elemen tulisan, kita yang membaca dapat lebih mudah mencerna informasi yang disampaikan. White space ini yang menciptakan keseimbangan visual yang bikin konten lebih rapi dan teratur, jadi perhatian orang yang baca tidak teralihkan oleh elemen lain yang tidak perlu. Strategi yang bagus dan cerdas juga biar memastikan kalau pesan utama dapat tersampaikan dengan jelas dan efektif.” Ujar Pak Makmun (Wawancara 19 Agustus 2025)

Gambar 4.9 Postingan Akun Rintik Sedu (6)



Teknik ini memperkuat pesan utama sekaligus memberikan kesan minimalis yang elegan. Pengendalian distraksi visual menjadi penting untuk mempertahankan perhatian pembaca di media sosial. Penggabungan prinsip desain ini dengan narasi emosional membuat akun ini memiliki identitas komunikasi yang solid.

Kemampuan membangun suasana hati pembaca melalui perpaduan teks dan visual menjadi salah satu pembeda utama akun ini dibandingkan akun literasi lain di Instagram. Warna, font, dan jarak antar elemen visual disusun sedemikian rupa sehingga menciptakan ritme visual yang menyenangkan.

Karakteristik lain yang diakui audiens adalah kesederhanaan visual yang

menghindari penggunaan elemen berlebihan. Pendekatan minimalis ini membuat pesan utama lebih menonjol dan mengurangi risiko gangguan visual.

Seorang dosen DKV menyatakan,

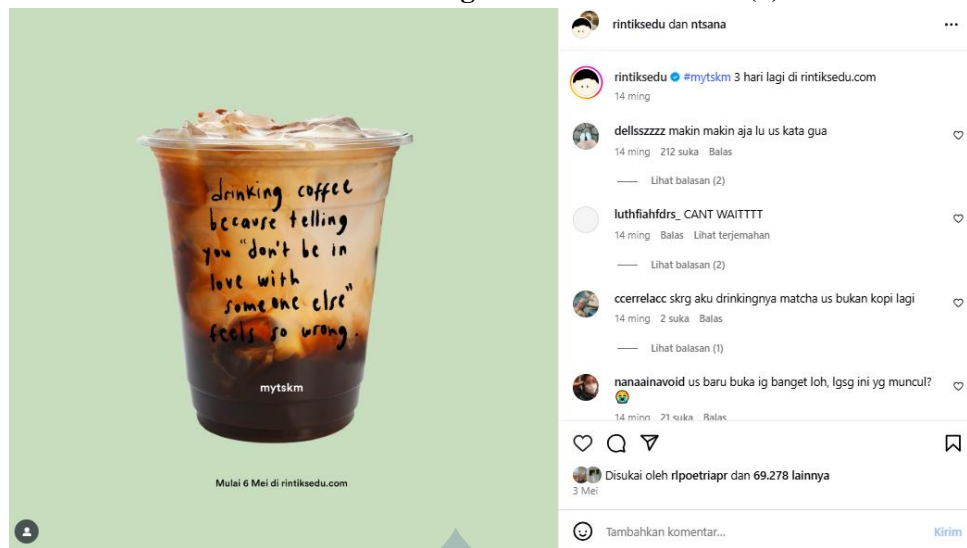
“Minimalis itu bukan berarti kosong, tetapi justru menciptakan fokus pada hal-hal yang penting. Dengan mengurangi elemen yang tidak perlu, desain atau tulisan menjadi lebih jelas dan mudah dipahami. Pendekatan minimalis membantu menonjolkan pesan utama tanpa gangguan, sehingga pembaca atau penonton dapat lebih mudah menangkap inti dari apa yang ingin disampaikan. Ini adalah cara yang efektif untuk memastikan bahwa perhatian diarahkan pada elemen-elemen yang benar-benar berarti, menciptakan pengalaman yang lebih mendalam dan bermakna.” Ujar Pak Makmun (Wawancara 19 Agustus 2025)

Pendekatan ini selaras dengan teori desain komunikasi visual yang menekankan keseimbangan antara ruang, teks, dan elemen pendukung. Dengan visual yang bersih, audiens dapat lebih fokus mencerna isi pesan tanpa terdistraksi oleh ornamen yang tidak relevan. Karakteristik ini juga membantu mempertahankan identitas visual akun dalam jangka panjang.

Penggunaan ilustrasi atau foto sederhana sebagai latar teks juga menjadi salah satu elemen yang diapresiasi. Elemen visual ini tidak berfungsi sebagai dekorasi semata, tetapi juga menambah makna pesan. Seorang mahasiswa menyampaikan,

“Kadang, foto yang ditampilkan hanya benda-benda biasa, tetapi ketika dipadukan dengan tulisan yang tepat, kombinasi antara visual dan kata-kata mampu menghidupkan makna di balik objek tersebut, menjadikannya lebih dari sekadar gambar. Setiap elemen saling melengkapi, menciptakan narasi yang mengajak pembaca untuk merenung dan merasakan. Ini menunjukkan bahwa keindahan tidak selalu terletak pada sesuatu yang megah, tetapi juga pada kemampuan untuk menemukan cerita dalam hal-hal sederhana.” Ujar Nurfadhillah (Wawancara 20 Juli 2025)

Gambar 4.10 Postingan Akun Rintik Sedu (7)



Sumber: Instagram Rintik Sedu

Pemanfaatan visual yang simbolis ini memperluas ruang interpretasi bagi pembaca. Teknik ini membuat audiens merasa lebih terlibat karena mereka dapat memberikan makna pribadi terhadap visual tersebut. Pendekatan ini sekaligus memperkuat kesan artistik akun di mata pengikutnya.

Efek suasana ini membuat pembaca lebih fokus pada isi pesan tanpa terganggu oleh faktor eksternal. Kesesuaian antara suasana visual dan isi teks memperkuat dampak emosional yang diterima pembaca. Hal ini menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi akun ini bersifat multidimensi.

e. Kesadaran akan audiens

Kekuatan karakter komunikasi akun ini juga tampak pada kemampuannya menciptakan “ruang aman” bagi pembacanya untuk merasakan dan mengungkapkan emosi. Banyak pengikut merasa tidak dihakimi ketika membaca atau merespons unggahan tersebut, sehingga interaksi di kolom komentar cenderung positif dan suportif. Salah satu mahasiswa mengungkapkan,

“Saat baca tulisan di Rintik Sedu, tentu saya merasa tidak tertekan. Justru, kontennya beri ruang untuk merenung dan merasakan. Gaya penulisannya

itu yang lembut menurut saya dan penuh empati membuat suasana yang nyaman. Setiap kata dan kalimatnya kadang buat seolah mengajak saya merasakan emosi yang mungkin selama ini terpendam. Kalau dapat dikatakan ini seperti pengalaman membaca yang menyegarkan dan menenangkan.” Ujar St. Ahyani (Wawancara 08 Juli 2025)

Fenomena ini menunjukkan bahwa akun ini telah membentuk norma komunikasi yang menenangkan dan inklusif. Norma tersebut membantu mempertahankan citra positif akun di mata audiensnya. Dengan demikian, ruang aman ini menjadi salah satu modal kuat dalam mempertahankan engagement di kalangan mahasiswa.

Karakter komunikasi akun @rintiksedu bagi mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Makassar dapat disimpulkan sebagai perpaduan yang seimbang antara narasi emosional, visual minimalis, konsistensi tema, dan timing publikasi yang tepat. Setiap elemen tersebut tidak berdiri sendiri, tetapi saling memperkuat sehingga menciptakan identitas komunikasi yang khas.

Kesatuan elemen ini menciptakan pengalaman audiens yang tidak hanya menyentuh di momen tertentu, tetapi juga berkesan dalam jangka panjang. Dengan pendekatan seperti ini, akun berhasil mempertahankan loyalitas audiens di tengah persaingan konten yang sangat ketat di media sosial. Identitas inilah yang menjadi dasar untuk memahami bagaimana akun ini mampu mencapai engagement tinggi.

Penggunaan fitur Instagram Stories secara kreatif juga berkontribusi dalam mempertahankan interaksi harian dengan pengikut. Stories dimanfaatkan untuk membagikan kutipan singkat, proses kreatif, atau bahkan pertanyaan yang mengundang respons cepat. Format yang ringan ini membuat audiens lebih mudah berpartisipasi tanpa merasa terbebani. Seorang pengikut mengungkapkan,

“Kalau stories-nya itu bikin langsung klik untuk jawab, karena formatnya yang tidak ribet. Pentingnya kesederhanaan dalam komunikasi, di mana pesan yang langsung dan to the point dapat mendorong partisipasi dan menciptakan suasana yang lebih akrab.” Ujar Nurfadhilla (Wawancara 20 Juli 2025)

Gambar 4.11 Story Akun Rintik Sedu



Sumber: Instagram Rintik Sedu

Menegaskan efektivitas pendekatan ini. Stories juga memberi kesan spontanitas dan kedekatan yang tidak selalu tercapai lewat postingan feed. Dengan memadukan konten feed dan stories, kreator berhasil menjaga ritme engagement yang stabil.

2. Karakteristik Komunikasi yang digunakan Rintik Sedu untuk meraih *Engagement Audiens*

a. *Content Engagement*

1) Relevansi

Penggunaan caption yang panjang namun terstruktur memberi ruang bagi kreator untuk menyampaikan pesan secara lebih komprehensif. Caption ini sering kali berfungsi sebagai penjelas atau pendalaman dari teks utama, sehingga pembaca mendapatkan gambaran yang lebih utuh. Banyak pengikut yang justru mengaku tertarik berinteraksi setelah membaca caption, karena di sanalah mereka menemukan bagian yang paling relevan dengan pengalaman pribadi. Salah satu informan mengungkapkan,

“Kadang, caption-nya yang justru membuat saya semakin merasa relate dengan foto atau desain yang ditampilkan. Caption tidak hanya menjelaskan, dengan ini menunjukkan betapa pentingnya sinergi antara teks dan visual dalam menyampaikan pesan yang mendalam.” Ujar Nurfadhillaf (Wawancara 20 Juli 2025)

Gambar 4.11 Postingan Akun Rintik Sedu (8)



Sumber: Instagram Rintik Sedu

Menegaskan peran penting elemen ini. Dengan caption yang kuat, komentar dan diskusi di kolom postingan pun meningkat. Hal ini

menambah durasi interaksi audiens dengan konten, yang menjadi indikator engagement positif.

Konten yang diunggah sering kali memanfaatkan momen-momen emosional tertentu yang relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens. Momentum seperti akhir pekan, pergantian tahun, atau perayaan hari tertentu dijadikan latar untuk menyampaikan pesan yang lebih mengena. Pemilihan waktu yang tepat ini membuat pengikut merasa konten hadir pada saat yang paling dibutuhkan. Salah seorang informan menyampaikan,

“Kadang, saat down, ada postingan yang menyemangati. Seperti kata-kata yang ditulis itu ditujukan khusus untuk saya.” Ujar M. Khaeril (Wawancara 15 Juli 2025)

Menunjukkan pentingnya timing dalam komunikasi digital. Kehadiran konten yang tepat waktu menambah kemungkinan audiens untuk memberikan respons positif. Strategi ini sekaligus memperkuat kesan bahwa akun tersebut memahami kebutuhan emosional pengikutnya.

Visualisasi yang digunakan dalam unggahan juga dirancang untuk menyampaikan emosi yang sejalan dengan teks. Warna-warna lembut, tipografi sederhana, dan tata letak yang bersih menciptakan kesan tenang, sehingga pembaca dapat fokus pada pesan yang disampaikan. Pilihan estetika ini bukan sekadar elemen desain, tetapi menjadi bagian dari narasi yang membentuk citra keseluruhan akun. Salah satu mahasiswa menyatakan,

“Desainnya tidak terlalu ramai, tetapi justru itu yang membuatnya nyaman untuk dibaca. Sederhana dalam tata letak dan pemilihan warna bikin suasana yang tenang, sehingga fokus pembaca dapat tertuju pada konten yang disajikan. Tanpa gangguan visual yang berlebihan, setiap elemen desain berfungsi untuk mendukung pesan yang ingin disampaikan.” Ujar Putri Aprianti (Wawancara 01 Agustus 2025)

Menegaskan keberhasilan pendekatan minimalis ini. Desain yang

konsisten juga memudahkan audiens mengenali karya meski tanpa membaca nama akun. Estetika yang khas inilah yang turut membentuk engagement melalui daya ingat visual.

Selain itu, penggunaan tagar atau hashtag yang konsisten dan relevan turut membantu dalam memperluas jangkauan konten sekaligus mempertahankan engagement dari pengikut setia. Hashtag ini tidak hanya berfungsi untuk algoritma, tetapi juga menjadi tanda pengenal yang memudahkan audiens mencari konten lama dengan tema serupa. Beberapa pengikut bahkan mengaku sengaja mencari unggahan lama melalui tagar tertentu. Seorang mahasiswa mengatakan,

“Kalau mau baca lagi, tinggal klik hashtag-nya. Fitur ini sangat memudahkan, postingan lain yang memiliki tema serupa, Praktis kalau pakai hashtag, membantu mengorganisir konten. Jadi lebih interaktif dan menyenangkan.” Ujar Nur Isnaini (Wawancara 22 Juli 2025)

Menunjukkan peran penting elemen ini. Dengan memanfaatkan hashtag secara strategis, kreator dapat menjaga interaksi tidak hanya pada unggahan baru, tetapi juga pada arsip konten. Hal ini memperluas siklus engagement dalam jangka panjang.

2) Pengukuran keterlibatan

Gaya bahasa yang digunakan dalam setiap unggahan cenderung informal, tetapi tetap sarat makna, sehingga mampu menciptakan kesan akrab sekaligus mendalam. Kombinasi ini memudahkan pesan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, tanpa kehilangan kekuatan artistiknya. Seorang informan mengungkapkan bahwa

“Bahasanya tidak kaku, gaya penulisan yang mengalir ringan dan mudah dipahami. Pilihan kata yang puitis membuat setiap tulisan bukan hanya sekadar informasi terasa lebih dekat dan personal.” Ujar Nurfadhillah (Wawancara 20 Juli 2025)

Gambar 4.12 Postingan Akun Rintik Sedu (9)



Sumber: Instagram Rintik Sedu

Menandakan keberhasilan kreator dalam menjaga keseimbangan tersebut. Bahasa yang mudah dicerna membuat pengikut lebih berani untuk membalas atau berkomentar, karena tidak merasa terintimidasi oleh struktur formal. Keterjangkauan bahasa inilah yang membuka peluang interaksi dari berbagai kalangan. Akhirnya, engagement terbentuk dari rasa nyaman yang tercipta di dalam komunikasi.

b. Media engagement

1) Interaksi dengan platform

Kolom komentar pada unggahan akun ini sering kali menjadi ruang diskusi yang hidup dan penuh empati. Banyak pengikut yang menceritakan pengalaman pribadi atau membagikan sudut pandang mereka terkait topik yang diangkat. Situasi ini membuat interaksi tidak hanya berlangsung antara kreator dan audiens, tetapi juga antar sesama pengikut. Salah seorang mahasiswa menuturkan,

“Di situ, banyak yang berbagi cerita dan saling memberi semangat, sehingga saya betah membaca komentarnya. Komentar-komentar tersebut tidak hanya menambah perspektif baru, tetapi juga memberikan dorongan motivasi yang membuat saya merasa terhubung dengan orang lain.” Ujar Putri Aprianti (Wawancara 01 Agustus 2025)

Gambar 4.13 Postingan Akun Rintik Sedu (10)



Sumber: Instagram Rintik Sedu

Menggambarkan fungsi komunitas di dalam platform. Keberadaan interaksi horizontal ini memperkuat rasa kebersamaan di antara pengikut, sehingga engagement yang terbentuk lebih bersifat komunal. Pada akhirnya, konten tidak lagi berdiri sendiri, tetapi menjadi pemicu lahirnya jaringan dukungan sosial.

Interaksi melalui pesan langsung (Direct Message/DM) juga menjadi bagian dari strategi engagement yang tidak terlihat secara publik. Kreator terkadang membalas atau menyukai pesan dari audiens atau mengunggah tanggapan tersebut di stories dengan izin pengirim, yang memberikan apresiasi langsung kepada pengikut. Langkah ini menciptakan rasa dihargai dan didengarkan, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas.

Salah satu informan menyatakan,

“Pernah sekali, DM saya dilike, dan rasanya senang merasa dihargai. Apalagi kagum juga sama penulisnya ada semangat untuk terus berinteraksi, kecilnya tindakan seperti itu bisa memberikan dampak besar pada perasaan.” Ujar Putri Aprianti (Wawancara 01 Agustus 2025)

Menunjukkan dampak emosional dari interaksi personal ini. Meskipun

jumlah pengikut sangat besar, adanya momen interaksi personal membuat audiens merasa dekat. Inilah yang menjadi pembeda dari akun yang hanya berfokus pada konten satu arah.

2) Keterlibatan yang berkelanjutan

Konsistensi dalam frekuensi unggahan turut menjadi faktor penting dalam membangun keterikatan audiens. Dengan jadwal yang relatif teratur, pengikut memiliki ekspektasi kapan akan mendapatkan konten baru, sehingga tercipta kebiasaan untuk mengunjungi akun secara rutin. Kebiasaan ini memperkuat hubungan emosional antara kreator dan audiens, sebab interaksi terjadi dalam jangka waktu yang berkelanjutan. Salah seorang informan menyebutkan,

Tabel 4.1 Insight Juli-Agustus @rintiksedu

Tanggal Unggahan	Jenis Postingan	Jumlah Like	Jumlah Komentar
01 Juli 2025	Kutipan buku	55.856	293
03 Juli 2025	Sajak singkat	183.067	941
08 Juli 2025	Kutipan buku	58.173	408
10 Juli 2025	Sajak singkat	111.059	964
13 Juli 2025	Kutipan buku	55.063	267
14 Juli 2025	Reel	98.574	1.149
15 Juli 2025	Kutipan buku	68.686	325
16 Juli 2025	Reel	2.810	11
17 Juli 2025	Sajak singkat	101.138	655
22 Juli 2025	Reel	23.554	240
24 Juli 2025	Sajak singkat	210.842	1.893
31 Juli 2025	Sajak singkat	109.650	538
02 Agustus 2025	Gambar penggalan podcast	132.874	1.503
07 Agustus 2025	Sajak singkat	81.448	548
14 Agustus 2025	Sajak singkat	86.708	710
20 Agustus 2025	Penggalan video dengan sajak singkat	61.459	450
21 Agustus 2025	Sajak singkat	98.865	532

Sumber: Instagram Rintik Sedu

“Kalau sudah beberapa hari tidak ada postingan, rasanya seperti ada yang kurang. Kalau rintiksedu tidak upload postingan, saya merasa ada yang kurang. Pengaruh tulisan tersebut dalam kehidupan sehari-hari lumayan kuat bagi saya yang suka qoutes-qoutes.” Ujar Nur Isnaini (Wawancara 22 Juli 2025)

Menunjukkan bahwa kehadiran konten sudah menjadi bagian dari rutinitas mereka. Pola unggahan yang konsisten juga membuat akun ini lebih disukai oleh algoritma Instagram, sehingga distribusi konten menjadi lebih luas. Dengan demikian, keteraturan bukan hanya bermanfaat bagi audiens, tetapi juga bagi performa akun di platform.

c. *Engagement Marketing Activities*

1) Strategi Pemasaran

Keberhasilan akun ini dalam menarik interaksi juga dipengaruhi oleh kesesuaian antara teks dan visual yang digunakan. Setiap foto, ilustrasi, atau latar belakang selalu memiliki keterkaitan langsung dengan pesan yang ingin disampaikan, sehingga audiens merasakan keselarasan antara apa yang dilihat dan dibaca. Harmonisasi ini memudahkan pengikut untuk mengingat konten secara utuh, bukan hanya sepotong-sepotong. Hal ini terbukti dari pernyataan seorang mahasiswa yang mengatakan,

“Begitu melihat warnanya, saya langsung tahu itu adalah karya Rintik Sedu. Palet warna yang khas dan estetika visual yang konsisten menjadi ciri khas yang mudah dikenali. Warna-warna tersebut tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga menciptakan identitas yang kuat, membuat setiap karya terasa unik dan mudah diingat.” Ujar M. Khaeril (Wawancara 15 Juli 2025)

“Kalau ada polling atau pertanyaan di story, saya biasanya langsung ikut” Ujar Nur Isnaini (Wawancara 22 Juli 2025)

Gambar 4.14 Postingan Akun Rintik Sedu (11)



Sumber: Instagram Rintik Sedu

Menandakan kekuatan identitas visual yang sudah tertanam di benak audiens. Identitas visual yang konsisten membantu memperkuat citra akun dan membangun rasa familiaritas di kalangan pengikut. Rasa familiar inilah yang mempermudah terjadinya interaksi secara berulang.

Fitur interaktif Instagram seperti polling, Q&A, dan kuis di stories juga dimanfaatkan untuk mendorong partisipasi aktif. Fitur ini memberikan kesempatan bagi audiens untuk terlibat secara langsung dengan konten, bukan hanya menjadi penonton pasif. Tindakan sederhana seperti memberikan suara pada polling atau mengirimkan pertanyaan mampu menciptakan rasa keterlibatan yang signifikan. Salah seorang pengikut mengatakan,

Menandakan bahwa strategi ini efektif memancing respons cepat. Interaksi awal melalui stories sering kali berlanjut ke komentar atau DM, sehingga engagement meningkat di berbagai kanal. Hal ini membuktikan bahwa komunikasi dua arah dapat memperkuat keterhubungan antara kreator dan audiens.

Kekuatan engagement juga dipengaruhi oleh kemampuan kreator

membangun cerita bersambung di beberapa unggahan. Pola ini membuat audiens merasa penasaran dan menunggu kelanjutan cerita, sehingga mereka lebih sering memeriksa akun untuk memastikan tidak ketinggalan konten terbaru. Rasa penasaran yang terbangun secara alami menjadi faktor penting dalam mempertahankan perhatian pengikut. Salah satu informan menuturkan,

“Kalau sudah membaca bagian pertama, saya pasti langsung mencari postingan selanjutnya. Ingin terus mengikuti alur cerita atau tema yang diangkat. Setiap bagian punya daya tarik, yang mampu menarik perhatian dan membuat pembaca ingin terus terlibat.” Ujar St. Ahyani (Wawancara 08 Juli 2025)

Mengindikasikan keberhasilan strategi naratif ini. Cerita bersambung juga memberi kesempatan bagi pengikut untuk berspekulasi dan berdiskusi di kolom komentar, menambah dinamika interaksi. Dengan demikian, struktur cerita yang terencana mampu mendorong engagement jangka panjang.

Pemanfaatan fitur carousel pada Instagram dimaksimalkan untuk menyampaikan pesan yang bertahap dan mendalam. Dalam satu unggahan, kreator dapat membagi pesan menjadi beberapa slide, sehingga pembaca terdorong untuk terus menggeser hingga akhir. Teknik ini menambah waktu interaksi audiens dengan konten dan meningkatkan kemungkinan mereka untuk meninggalkan komentar. Salah satu mahasiswa mengungkapkan,

“Kalau saya geser sampai akhir, rasanya seperti mendapatkan cerita yang lengkap. Setiap bagian yang dibaca membangun alur yang menarik, dan saat mencapai akhir, semua potongan cerita terasa terhubung dengan indah. Ada kepuasan tersendiri ketika semua elemen yang tersebar akhirnya menyatu, memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang tema yang diangkat.” Ujar St. Ahyani (Wawancara 08 Juli 2025)

Menunjukkan efektivitas format ini. Carousel juga mempermudah

kreator untuk memadukan teks dan visual secara seimbang dalam satu rangkaian. Format ini menjadi salah satu kunci engagement yang konsisten pada akun tersebut.

Keterlibatan kreator dalam merespons tren atau isu yang sedang berkembang juga menjadi strategi untuk tetap relevan. Ketika suatu topik sedang ramai dibicarakan, kreator dapat mengaitkannya dengan narasi yang selaras dengan identitas akun. Hal ini memberi kesan bahwa akun tersebut responsif terhadap dinamika sosial dan budaya yang sedang terjadi. Salah satu mahasiswa menyatakan,

“Sering banget ada postingan yang nyambung sama isu terbaru, tapi tetap gaya Rintik Sedu.” Ujar Nur Aini (Wawancara 22 Juli 2025)
“Seru kalau ada kolaborasi, jadi kayak lihat versi lain dari Rintik Sedu” Ujar St. Ahyani (Wawancara 08 Juli 2025)

Menunjukkan keberhasilan adaptasi ini. Respons terhadap tren juga mempermudah konten untuk menjangkau audiens baru melalui algoritma Instagram. Dengan begitu, engagement dapat bertumbuh tanpa mengorbankan konsistensi identitas.

Konten kolaborasi dengan kreator lain juga menjadi cara untuk memperluas jangkauan sekaligus mempertahankan engagement dari audiens lama. Kolaborasi ini sering menghasilkan variasi gaya bercerita yang menyegarkan, namun tetap selaras dengan identitas akun. Audiens merasa mendapatkan perspektif baru tanpa kehilangan nuansa yang mereka sukai. Salah satu pengikut menyebutkan,

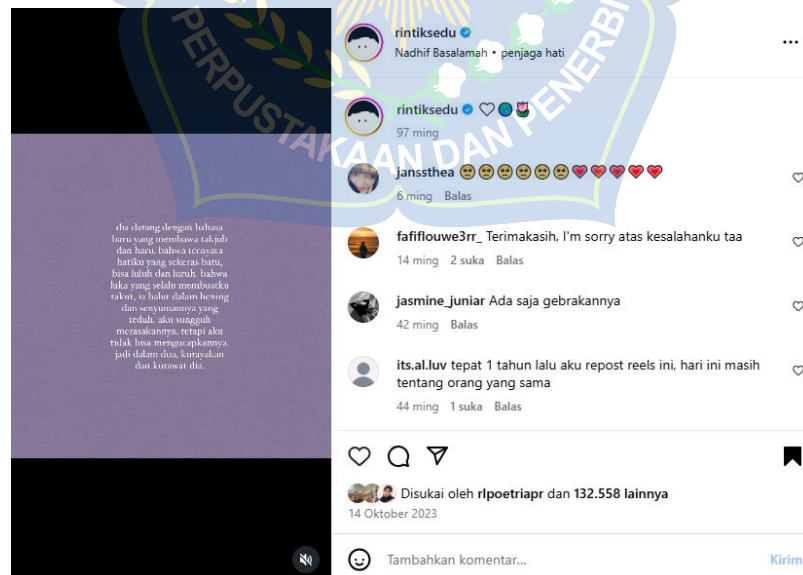
Menunjukkan respons positif. Kolaborasi juga membuka peluang interaksi lintas komunitas yang memperkaya diskusi. Hal ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan engagement.

2) Hubungan dengan audiens

Engagement audiens pada akun Instagram ini tidak hanya dihasilkan dari kualitas konten secara visual, tetapi juga dari kedalaman narasi yang dibangun secara konsisten. Setiap unggahan dirancang untuk mengajak pembaca memasuki ruang emosional tertentu, sehingga interaksi yang tercipta bukanlah interaksi dangkal, melainkan keterlibatan yang bersifat personal. Penggunaan bahasa yang puitis namun sederhana menjadikan pesan mudah dipahami oleh berbagai kalangan, termasuk mereka yang tidak terbiasa membaca karya sastra. Seorang pengikut menyampaikan bahwa

“Setiap kali saya membaca tulisannya, bukan sekadar melihat postingan biasa. Gaya penulisan yang naratif dan imersif membuat saya merasa terlibat langsung dengan pengalaman yang diceritakan. Setiap kalimat membuat memahami perspektif yang berbeda. Ini menciptakan pengalaman membaca yang lebih mendalam dan berarti, di mana saya tidak hanya menjadi pembaca, tetapi juga bagian dari cerita itu sendiri.”
Ujar St. Ahyani (Wawancara 08 Juni 2025)

Gambar 4.15 Postingan Akun Rintik Sedu (12)



Sumber: Instagram Rintik Sedu

Menunjukkan keterlibatan emosional yang tinggi dari audiens. Narasi ini tidak berhenti di satu unggahan, melainkan membentuk kesinambungan

yang membuat pengikut ingin kembali mengikuti kelanjutannya. Dengan demikian, strategi naratif yang terarah menjadi salah satu pendorong engagement yang kuat.

Kreator akun ini juga memanfaatkan kekuatan personal branding untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens. Meskipun tidak selalu menampilkan wajah atau identitas secara eksplisit, gaya bahasa dan sudut pandang yang konsisten membuat audiens merasa mengenal sosok di balik akun. Perasaan ini menciptakan hubungan yang lebih personal, di mana pengikut merasa mereka sedang berkomunikasi dengan individu, bukan sekadar membaca konten anonim. Salah seorang informan menuturkan,

“Rasanya seperti sedang bicara dengan teman, padahal belum pernah bertemu. Gaya penulisan yang akrab ada ikatan yang terjalin meskipun hanya melalui kata-kata. Setiap kalimat terasa personal dan relatable.”
Ujar St. Ahyani (Wawancara 08 Juli 2025)

Menggambarkan kedekatan tersebut. Personal branding yang kuat memberikan kepercayaan dan loyalitas dari audiens. Hal ini menjadi modal penting dalam mempertahankan engagement dalam jangka panjang.

Kreator juga pandai mengelola keseimbangan antara konten yang bersifat universal dan konten yang personal. Konten universal mengangkat tema-tema umum seperti cinta, kehilangan, dan pertemanan yang bisa dirasakan semua orang, sedangkan konten personal berisi refleksi atau pengalaman pribadi kreator yang jarang dibagikan. Perpaduan ini membuat audiens merasa terhubung baik secara kolektif maupun individu. Seorang informan berkata,

“Kadang baca tulisannya kayak pengalaman pribadi dia, tapi ternyata relate sama hidup saya juga,” Ujar Nurfadhillah (Wawancara 20 Juli 2025)
“Pemilihan katanya sangat terukur, sehingga bisa diterima oleh banyak orang.” Ujar M. Khaeril (Wawancara 15 Juli 2025)

Menunjukkan jangkauan emosional yang luas. Kombinasi tersebut membuat engagement tidak hanya terbangun dari kesamaan pengalaman, tetapi juga dari rasa ingin tahu terhadap kehidupan kreator. Strategi ini menjaga minat audiens dalam jangka panjang

Pendekatan emosional yang digunakan oleh kreator juga ditunjang dengan pilihan diksi yang hati-hati dan penuh nuansa. Kata-kata yang dipilih tidak sekadar indah secara estetis, tetapi juga mempertimbangkan resonansi makna dengan pengalaman pembaca. Kepekaan ini membuat setiap unggahan terasa personal dan relevan bagi berbagai lapisan audiens. Seorang mahasiswa komunikasi berkomentar,

Menegaskan adanya kesadaran linguistik yang matang. Diksi yang tepat tidak hanya memperkuat pesan, tetapi juga menjadi ciri khas yang mudah dikenali. Hal ini menjadi bagian penting dalam membangun engagement yang bersifat emosional.

Selain mengandalkan teks dan visual, penggunaan musik dalam reels juga menjadi elemen yang menguatkan daya tarik konten. Pemilihan lagu yang tepat dapat memperkuat suasana emosional yang ingin disampaikan, sekaligus meningkatkan kemungkinan konten dibagikan. Musik yang familiar bagi audiens membuat mereka merasa lebih terhubung dengan pesan yang dibawa. Salah satu informan menyampaikan,

“Kadang, lagunya yang bikin tambah baper. Lirik yang menyentuh hati menciptakan suasana emosional yang sulit untuk diabaikan.” Ujar St. Ahyani (Wawancara 08 Juli 2025)

Menunjukkan peran penting elemen audio. Integrasi musik dengan narasi menciptakan pengalaman multimedia yang lebih imersif. Strategi ini membuktikan bahwa engagement tidak hanya dibangun lewat kata, tetapi

juga lewat elemen sensoris lainnya.

Dalam beberapa unggahan, kreator juga menyelipkan pesan-pesan motivasi yang membangun semangat pengikut. Meskipun tema besar akun ini banyak berkaitan dengan cinta dan kehilangan, keberadaan pesan positif memberikan keseimbangan emosional. Audiens merasa mendapatkan dukungan moral yang ringan namun berarti. Salah satu pengikut mengaku,

“Kalau baca kata-kata semangatnya, rasanya lebih lega. Penuh motivasi dan inspirasi seolah memberikan dorongan positif yang saya butuhkan. Pentingnya dukungan emosional melalui kata-kata, di mana pesan-pesan yang sederhana namun kuat dapat memberikan ketenangan dan semangat.”Ujar Putri Aprianti (Wawancara 01 Agustus 2025)

Menggambarkan dampak psikologis positif. Kehadiran elemen motivasi ini membuat engagement tidak hanya didorong oleh kesedihan atau kerinduan, tetapi juga oleh rasa optimis. Pendekatan ini membantu mempertahankan audiens dengan kondisi emosional yang beragam.

Aspek autentisitas juga menjadi ciri khas yang memperkuat hubungan dengan audiens. Kreator tidak berusaha membangun citra yang sempurna, melainkan menghadirkan narasi yang apa adanya. Hal ini membuat pengikut merasa lebih percaya dan terhubung secara personal. Seorang mahasiswa komunikasi menilai,

“Kejujuran narasi adalah modal utama dalam membangun kepercayaan. Kepercayaan tidak hanya dibangun melalui kata-kata, tetapi juga melalui integritas dan konsistensi dalam menyampaikan cerita. Ketika narasi mencerminkan realitas dan kejujuran, itu akan membentuk fondasi yang kuat untuk hubungan yang saling menghormati dan memahami.” Ujar M. Khaeril (Wawancara 15 Juli 2025)

Menggarisbawahi pentingnya faktor ini. Autentisitas juga membuat pesan terasa lebih tulus dan jauh dari kesan manipulatif. Engagement yang terbentuk dari rasa percaya cenderung lebih bertahan lama.

C. Pembahasan

Bagian ini menyajikan pembahasan mendalam mengenai temuan penelitian yang berjudul “Analisis Karakteristik Komunikasi Akun Rintik Sedu Pada Instagram Meraih Keterlibatan Audiensi”. Hasil Penelitian diperoleh melalui proses wawancara dengan beberapa informan. Pembahasan ini bertujuan untuk menggambarkan secara komprehensif apa karakteristik komunikasi akunrintik sedu dan bagaimana akun rintik sedu dapat meraih keterlibatan audiensi.

Dalam era digital yang semakin berkembang pesat, media sosial telah menjadi salah satu medium utama bagi individu maupun kreator konten untuk berkomunikasi dan membangun hubungan dengan audiens secara lebih langsung dan personal. Salah satu akun yang menonjol dalam membangun keterlibatan audiens melalui pendekatan komunikasi yang khas adalah akun Instagram @rintiksedu milik Nadhifa Allya Tsana. Penelitian ini akan mengkaji karakteristik komunikasi yang diterapkan oleh akun Rintik Sedu dalam menjalin interaksi dan engagement dengan pengikutnya, maka pembahasan hasil penelitian akan disajikan sebagai berikut:

1. Karakteristik Komunikasi Akun Rintik sedu

Karakteristik komunikasi menjadi salah satu aspek penting dalam memahami bagaimana sebuah akun media sosial mampu menarik dan mempertahankan keterlibatan audiensnya. Pada akun Instagram Rintik Sedu, komunikasi yang dibangun tidak hanya sekadar penyampaian pesan, tetapi juga melibatkan aspek emosional dan personal yang kuat. Melalui pendekatan naratif yang puitis dan penuh makna, akun ini menciptakan hubungan yang intim antara kreator konten dengan pengikutnya.

Pembahasan ini akan menguraikan secara mendalam karakteristik komunikasi yang diterapkan oleh akun Rintik Sedu:

a. Gaya komunikasi personal dan emosional

Gaya komunikasi personal dan emosional pada akun Instagram Rintik Sedu menjadi faktor utama yang memperkuat keterlibatan audiensnya. Akun ini menggunakan bahasa yang puitis, intim, dan sarat makna untuk menyampaikan pesan yang tidak hanya informatif, tetapi juga mampu membangun kedekatan batin dengan pengikutnya. Penyampaian yang personal membuat audiens merasa seolah diajak berdialog langsung, bukan sekadar menerima informasi satu arah. Selain itu, muatan emosional yang kuat dalam setiap konten memberikan resonansi yang mendalam sehingga audiens tidak hanya menjadi penonton pasif, melainkan turut merasakan pengalaman dan perasaan yang disampaikan. Pendekatan ini efektif dalam menciptakan ikatan emosional yang kuat, meningkatkan perhatian, dan loyalitas audiens terhadap akun Rintik Sedu. Dengan demikian, gaya komunikasi personal dan emosional tidak hanya menjadi ciri khas akun ini, tetapi juga strategi komunikasi yang mampu meraih engagement audiens secara konsisten di platform media sosial.

b. Konsistensi

Konsistensi menjadi salah satu aspek penting yang turut memperkuat karakteristik komunikasi akun Rintik Sedu. Dalam setiap unggahannya, akun ini menampilkan gaya komunikasi yang seragam baik dari segi penggunaan bahasa, tone, maupun elemen visual pendukung seperti tipografi dan warna yang lembut. Konsistensi ini memberikan identitas yang jelas dan mudah dikenali oleh audiens, sehingga membangun citra

yang kuat dan kredibel di mata pengikutnya. Dengan menjaga konsistensi pesan dan penyampaian, akun Rintik Sedu mampu menciptakan pengalaman yang terpadu dan mendalam bagi audiens, yang pada akhirnya memperkuat keterikatan emosional dan meningkatkan loyalitas pengikut. Selain itu, konsistensi juga memudahkan audiens untuk memahami dan mengantisipasi jenis konten yang akan disajikan, menjadikan akun ini sebagai sumber inspirasi dan ruang refleksi yang dapat diandalkan. Dengan demikian, konsistensi dalam gaya komunikasi merupakan strategi efektif dalam mempertahankan engagement audiens secara berkelanjutan.

c. Tema yang unik

Tema-tema yang diangkat oleh akun Instagram Rintik Sedu, seperti cinta, kehilangan, proses pemulihan, dan pencarian makna diri, sangat relevan dengan kehidupan mahasiswa sebagai audiens utama. Kesesuaian tema tersebut menciptakan keterhubungan emosional yang kuat antara konten dan pengalaman pribadi pengikut, sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih mudah diterima dan dipahami. Keselarasan antara konteks hidup audiens dengan narasi yang dibangun membuat pesan cepat diterima dan berdampak emosional. Dengan demikian, pemilihan tema universal yang disajikan secara personal menjadi kekuatan utama dalam menciptakan engagement yang autentik dan sulit ditiru, memperkuat hubungan emosional antara akun dan pengikutnya serta menunjang keberhasilan strategi komunikasi Rintik Sedu secara keseluruhan.

d. Kombinasi pesan tekstual dan visual yang harmonis

Kekuatan komunikasi akun Rintik Sedu terletak pada integrasi harmonis antara unsur visual dan teks yang menciptakan pengalaman membaca yang

menyeluruh. Desain visual akun ini ditandai dengan pemilihan warna-warna lembut dan tipografi sederhana yang secara efektif membentuk suasana hati sebelum audiens membaca teks utamanya. Pendekatan desain semacam ini tidak hanya menciptakan atmosfer yang menyenangkan namun juga menarik perhatian pembaca, menjadikannya lebih tertarik untuk menyimak pesan yang disampaikan. Strategi komunikasi akun ini memanfaatkan secara optimal prinsip desain minimalis dengan pemanfaatan white space yang membantu fokus pembaca, sekaligus mengurangi distraksi visual yang tidak perlu. Pendekatan ini selaras dengan teori desain komunikasi visual yang menekankan pentingnya keseimbangan antara ruang, teks, dan elemen pendukung. Melalui kombinasi foto-foto sederhana dengan teks yang tepat, akun ini berhasil menciptakan narasi yang mampu menghidupkan makna dibalik objek-objek biasa. Efektivitas komunikasi akun ini terletak pada kemampuannya membangun suasana hati pembaca melalui paduan teks dan visual yang terencana, dimana kesesuaian antara elemen visual dan isi teks memperkuat dampak emosional yang diterima pembaca. Keseluruhan pendekatan ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi di media sosial mensyaratkan pemahaman multidimensi yang mencakup aspek visual, tekstual, dan emosional secara terpadu.

e. Kesadaran akan audiens

karakter komunikasi akun Rintik Sedu yang berhasil menciptakan "ruang aman" bagi pembacanya untuk merasakan dan mengungkapkan emosi. Banyak pengikut merasa tidak dihakimi saat membaca atau merespons unggahan, yang menghasilkan interaksi positif dan suportif di

kolom komentar. fenomena ini menunjukkan bahwa akun ini telah membentuk norma komunikasi yang menenangkan dan inklusif, yang pada gilirannya membantu mempertahankan citra positif di mata audiens. Karakter komunikasi akun @rintiksedu bagi mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Makassar dapat disimpulkan sebagai perpaduan seimbang antara narasi emosional, visual minimalis, konsistensi tema, dan timing publikasi yang tepat. Setiap elemen saling memperkuat, menciptakan identitas komunikasi yang khas dan pengalaman audiens yang tidak hanya menyentuh di momen tertentu, tetapi juga berkesan dalam jangka panjang. Pendekatan ini memungkinkan akun untuk mempertahankan loyalitas audiens di tengah persaingan konten yang ketat di media sosial, dengan identitas yang kuat sebagai dasar untuk mencapai engagement tinggi. Penggunaan fitur Instagram Stories secara kreatif juga berkontribusi dalam mempertahankan interaksi harian dengan pengikut. Stories dimanfaatkan untuk membagikan kutipan singkat, proses kreatif, atau pertanyaan yang mengundang respons cepat. Format yang ringan ini membuat audiens lebih mudah berpartisipasi tanpa merasa terbebani.

2. Keterlibatan Audiens

a. Content Engagement

Konten yang diunggah oleh akun @rintiksedu menunjukkan kemampuan dalam membangun hubungan emosional yang kuat antara kreator dan audiens melalui narasi yang konsisten dan relevan. Setiap unggahan tidak hanya menyampaikan pesan secara eksplisit, tetapi juga memicu refleksi pribadi pada pembacanya, sehingga tercipta interaksi yang melampaui sekadar “like” atau komentar singkat. Dalam kerangka teori engagement

Strauss dan Frost, hal ini mencerminkan keberhasilan pada tahap keterlibatan kognitif dan afektif, di mana audiens terlibat dalam pemaknaan mendalam. Pemilihan tema cinta, kehilangan, dan perjalanan emosional remaja memperkuat daya tarik ini karena menyentuh isu universal yang mudah dipahami lintas latar belakang. Dengan menghadirkan cerita yang sarat emosi, kreator memfasilitasi audiens untuk merasakan kedekatan yang mirip dengan hubungan interpersonal langsung. Akibatnya, konten tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga sumber validasi emosional bagi pengikutnya.

Keberhasilan membangun engagement melalui konten juga dipengaruhi oleh konsistensi gaya bahasa yang digunakan. Bahasa yang sederhana namun penuh muatan emosional membuat pesan mudah diakses oleh audiens yang beragam, baik dari segi usia maupun latar pendidikan. Kesederhanaan ini tidak mengurangi kedalaman makna, justru membuatnya lebih inklusif bagi khalayak yang tidak terbiasa dengan bahasa sastra yang rumit. Dalam perspektif Strauss dan Frost, konsistensi ini menjaga persepsi positif audiens dan mendorong keterlibatan berulang. Keberadaan narasi yang konsisten membantu membentuk identitas merek digital yang jelas, sehingga setiap konten baru langsung dikenali sebagai bagian dari “suara” Rintik Sedu. Hal ini pada akhirnya membangun loyalitas audiens yang menjadi fondasi keterlibatan jangka panjang.

Penting untuk dicatat bahwa keberhasilan content engagement tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada struktur penyajiannya. @rintiksedu sering menggunakan format teks panjang pada caption yang diimbangi dengan visual sederhana atau ilustrasi, sehingga pembaca fokus

pada substansi narasi. Struktur seperti ini memandu audiens untuk terlibat secara penuh dalam proses membaca, bukan sekadar menggulir layar(Ricko & Junaidi, 2019). Teori Strauss dan Frost menekankan bahwa engagement terjadi ketika audiens merasa proses interaksi tersebut bernilai dan memuaskan. Dengan menyajikan cerita yang memiliki alur emosional, kreator memastikan bahwa audiens merasa “terbayar” setelah meluangkan waktu membaca. Pola ini menciptakan siklus keterlibatan di mana audiens secara sukarela kembali untuk mencari pengalaman serupa pada unggahan berikutnya.

Selain narasi, penggunaan simbol, metafora, dan diksi puitis dalam konten menjadi bagian dari strategi kreator untuk mengundang interpretasi personal. Teknik ini memungkinkan audiens menemukan makna yang sesuai dengan pengalaman hidup mereka, yang menurut Strauss dan Frost meningkatkan dimensi personal relevance dalam engagement(Fauziah et al., 2022). Setiap pembaca dapat menafsirkan pesan secara berbeda, namun tetap merasa bahwa konten tersebut berbicara langsung pada dirinya. Hal ini memicu diskusi di kolom komentar karena perbedaan sudut pandang justru menjadi sumber interaksi. Kreator dengan demikian tidak hanya menciptakan konsumsi konten pasif, tetapi mendorong partisipasi aktif dari pengikutnya. Situasi ini memperkaya hubungan kreator-audiens dan meningkatkan peluang retensi jangka panjang.

Dalam banyak kasus, content engagement pada akun ini juga terbentuk dari keseimbangan antara tema berat dan ringan. Unggahan yang membahas kehilangan atau kesedihan biasanya diimbangi dengan konten yang memberikan harapan atau motivasi. Strategi ini mencegah kelelahan

emosional pada audiens yang terlalu sering terpapar narasi sedih. Strauss dan Frost menjelaskan bahwa engagement yang sehat memerlukan variasi emosi agar interaksi tetap menyenangkan dan tidak menimbulkan beban psikologis (Firdaus Haidar, 2021). Dengan keseimbangan ini, pengikut tidak hanya mencari hiburan atau pelarian emosional, tetapi juga inspirasi dan energi positif. Keberagaman konten ini membuat engagement tetap stabil dalam jangka panjang.

Faktor penting lain dalam content engagement adalah relevansi temporal atau keterhubungan dengan momen tertentu. @rintiksedu sering memanfaatkan peristiwa besar seperti hari Valentine, tahun baru, atau fenomena sosial untuk mengaitkan pesan yang lebih personal. Kesesuaian antara momentum eksternal dan narasi internal akun memperkuat resonansi emosional. Menurut Strauss dan Frost, relevansi temporal ini meningkatkan kemungkinan audiens untuk berinteraksi karena mereka merasa konten tersebut “tepat waktu” dan selaras dengan suasana hati mereka. Dengan kata lain, konten tidak hanya hadir, tetapi hadir pada saat yang paling dibutuhkan audiens. Inilah yang membuat engagement menjadi lebih intens dan bermakna.

b. Media Engagement

Media engagement pada akun @rintiksedu terbentuk melalui pemanfaatan optimal fitur-fitur yang tersedia di Instagram untuk memperkuat interaksi dua arah dengan audiens. Penggunaan kombinasi feed, Instagram Stories, Reels, dan Live Session menciptakan variasi format yang mampu menyesuaikan preferensi konsumsi konten masing-masing pengikut. Menurut teori Strauss dan Frost, keberagaman format media ini

meningkatkan kemungkinan engagement karena audiens dapat memilih kanal interaksi yang sesuai dengan kebiasaan mereka(Christyanti, 2020). Misalnya, Stories digunakan untuk membagikan cuplikan narasi singkat atau pemikiran harian, sedangkan feed menjadi wadah karya tulis yang lebih panjang dan mendalam. Live Session memungkinkan keterhubungan waktu nyata, menciptakan sensasi kedekatan yang sulit dicapai melalui konten statis. Dengan demikian, media engagement tidak hanya memperluas jangkauan pesan, tetapi juga memperdalam pengalaman interaksi.

Salah satu kekuatan media engagement pada akun ini adalah konsistensi visual yang membentuk identitas merek yang mudah dikenali. Pemilihan warna-warna lembut, tipografi yang konsisten, dan gaya ilustrasi minimalis menciptakan kesan harmonis di mata audiens. Menurut Strauss dan Frost, keseragaman visual membantu membangun kepercayaan dan memperkuat citra brand karena audiens merasa familiar dengan gaya yang disajikan. Familiaritas ini memudahkan audiens mengidentifikasi unggahan @rintiksedu bahkan tanpa membaca nama akunnya. Konsistensi ini juga mengurangi hambatan kognitif, sehingga pengikut lebih fokus pada isi pesan daripada menyesuaikan diri dengan format baru.

Interaksi yang diciptakan melalui fitur komentar dan direct message menjadi salah satu aspek penting media engagement. Kreator secara aktif membalas komentar atau pesan tertentu, sehingga audiens merasa keberadaannya diakui. Strauss dan Frost menekankan bahwa pengakuan personal dari kreator meningkatkan kedekatan psikologis dan mendorong keterlibatan berulang(Setya & Boer, 2024). Pada konteks ini, pengikut

bukan hanya konsumen konten, tetapi juga peserta aktif dalam percakapan. Praktik ini menciptakan rasa komunitas di antara pengikut yang saling berbagi pandangan dan pengalaman terkait narasi yang dibagikan. Media engagement pun tidak terbatas pada hubungan satu arah, melainkan berkembang menjadi interaksi multi-arah yang dinamis.

Pemanfaatan fitur polling, question box, dan sticker di Instagram Stories menjadi cara efektif untuk melibatkan audiens secara langsung. Fitur-fitur ini memungkinkan pengikut untuk memberikan respons cepat tanpa harus menulis komentar panjang, sehingga hambatan partisipasi menjadi rendah.

Menurut Strauss dan Frost, media engagement dapat meningkat secara signifikan ketika audiens diberikan peran aktif dalam menentukan arah percakapan. Dengan melibatkan pengikut pada tahap ini, kreator menunjukkan bahwa opini mereka memiliki nilai dan dapat memengaruhi konten berikutnya. Pola partisipasi ini menciptakan keterikatan emosional karena audiens merasa menjadi bagian dari proses kreatif. Akhirnya, hal ini memperkuat loyalitas mereka terhadap akun.

Penggunaan Reels oleh @rintiksedu menjadi bentuk adaptasi terhadap tren konsumsi media yang semakin mengutamakan video singkat. Format ini memungkinkan pesan naratif disampaikan secara visual dan auditori sekaligus, memperkaya pengalaman audiens. Strauss dan Frost menekankan pentingnya inovasi format media untuk menjaga engagement, dan Reels menjadi salah satu bentuk inovasi tersebut. Dengan latar musik yang relevan dan penyuntingan visual yang halus, konten ini tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga mudah dibagikan, sehingga memperluas jangkauan. Kecepatan distribusi Reels di Instagram juga membuat pesan

lebih cepat viral dibandingkan format lainnya. Media engagement yang terbentuk dari Reels cenderung lebih intens karena memadukan unsur hiburan dan makna.

c. *Engagement Marketing Activities*

Strategi penjadwalan unggahan turut memengaruhi efektivitas media engagement. @rintiksedu cenderung mengunggah konten pada waktu-waktu tertentu yang sesuai dengan pola aktivitas pengikut, seperti malam hari ketika audiens memiliki waktu luang. Menurut Strauss dan Frost, pemilihan waktu yang tepat dapat memaksimalkan eksposur dan interaksi karena konten hadir saat audiens siap berpartisipasi (Septrian & Nirmala, 2025). Pola ini menunjukkan adanya pemahaman terhadap ritme hidup audiens, yang menjadi bagian penting dari strategi engagement.

Strategi pemasaran berbasis keterlibatan yang diterapkan oleh @rintiksedu terlihat melalui kolaborasi kreatif dengan berbagai merek dan komunitas yang memiliki nilai sejalan dengan identitas naratifnya. Kolaborasi tersebut tidak hanya berfokus pada promosi produk, tetapi juga mengaitkan pesan emosional yang selaras dengan tema cinta, kehilangan, dan pertumbuhan diri. Menurut Strauss dan Frost, keberhasilan engagement marketing terletak pada kemampuan memadukan tujuan komersial dengan nilai yang diakui oleh audiens. Dalam konteks ini, kolaborasi menjadi medium untuk memperluas jangkauan tanpa mengorbankan integritas konten. Pengikut merasa bahwa pesan promosi tetap otentik karena dikemas dalam gaya komunikasi yang telah mereka kenal. Akibatnya, aktivitas pemasaran ini diterima secara positif dan justru memperkuat keterlibatan audiens.

Kegiatan engagement marketing juga diwujudkan melalui penyelenggaraan event daring seperti sesi baca puisi atau diskusi tematik yang dibuka untuk partisipasi publik. Event ini memberikan pengalaman langsung bagi audiens untuk terlibat dalam proses kreatif, sekaligus membangun hubungan emosional yang lebih dalam. Strauss dan Frost menjelaskan bahwa keterlibatan langsung ini menciptakan ingatan positif yang lebih tahan lama dibandingkan interaksi pasif. Dengan memberikan kesempatan audiens untuk berpartisipasi, kreator membangun rasa kepemilikan atas merek dan narasi yang diusung. Partisipasi semacam ini membuat audiens merasa menjadi bagian penting dari komunitas @rintiksedu. Hal tersebut pada gilirannya memperkuat loyalitas yang menjadi fondasi engagement jangka panjang.

Selain event daring, penggunaan hashtag kampanye juga menjadi bagian dari strategi engagement marketing yang efektif. Hashtag yang konsisten memungkinkan audiens untuk mengelompokkan dan menemukan konten terkait dengan mudah, sekaligus memberikan ruang bagi mereka untuk berkontribusi (Tri Putra et al., 2024). Strauss dan Frost menekankan bahwa kampanye berbasis hashtag dapat meningkatkan partisipasi karena mendorong audiens untuk menciptakan konten mereka sendiri. Dalam konteks @rintiksedu, hashtag ini sering digunakan untuk mengajak pengikut berbagi pengalaman atau cerita pribadi yang relevan dengan tema unggahan. Hasilnya, tercipta aliran konten buatan pengguna (user-generated content) yang memperluas jangkauan pesan secara organik. Strategi ini tidak hanya meningkatkan eksposur, tetapi juga memperkuat ikatan emosional antara kreator dan audiens.

Penggunaan media lintas platform juga menjadi bagian integral dari engagement marketing yang diterapkan. @rintiksedu tidak hanya mengandalkan Instagram, tetapi juga memperluas narasi ke platform seperti YouTube atau podcast, yang memberikan pengalaman interaksi berbeda. Menurut Strauss dan Frost, kehadiran lintas platform ini penting untuk menjangkau segmen audiens yang beragam dan memperkuat keterlibatan. Konten yang diadaptasi untuk berbagai media memperluas titik sentuh antara kreator dan pengikut, sehingga meningkatkan frekuensi interaksi. Strategi ini membuat audiens tetap terhubung meskipun mereka berpindah platform. Keterlibatan pun menjadi lebih konsisten dan menyeluruh, melampaui batas satu media sosial saja.

Engagement marketing yang dilakukan juga melibatkan storytelling dalam setiap aktivitas promosi. Alih-alih hanya menampilkan produk atau layanan, kreator mengaitkannya dengan kisah yang memiliki nilai emosional dan relevansi personal bagi audiens. Strauss dan Frost menegaskan bahwa storytelling memperkuat ingatan dan mendorong keterlibatan karena audiens terhubung dengan narasi, bukan sekadar informasi produk. Dalam praktiknya, @rintiksedu sering memadukan produk dengan tema kehidupan sehari-hari yang akrab di mata pengikut. Pendekatan ini membuat pesan pemasaran terasa alami dan tidak mengganggu alur konsumsi konten. Sebaliknya, audiens justru merasa mendapatkan pengalaman yang lebih kaya.

Aspek lain yang menonjol adalah pemanfaatan momen tertentu sebagai momentum pemasaran yang terintegrasi dengan kegiatan engagement. Misalnya, saat perayaan hari-hari besar atau momen emosional kolektif,

akun ini merilis konten khusus yang mengajak audiens berpartisipasi. Strauss dan Frost menjelaskan bahwa momentum spesifik dapat meningkatkan keterlibatan karena konten terasa relevan secara temporal. Kegiatan ini sering kali dipadukan dengan giveaway atau tantangan kreatif yang memotivasi audiens untuk berinteraksi.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik komunikasi akun Instagram @rintiksedu terbukti memanfaatkan perpaduan pesan teks, visual, dan interaksi langsung yang konsisten untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens. Melalui konten yang relevan secara emosional, penggunaan format media yang bervariasi, dan strategi pemasaran berbasis keterlibatan, akun ini berhasil mempertahankan perhatian serta loyalitas pengikutnya, termasuk di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar. Penerapan teori engagement Strauss dan Frost (2011) terlihat jelas pada tiga dimensi utama, yakni content engagement, media engagement, dan engagement marketing activities yang saling memperkuat. Ketiganya menciptakan ekosistem komunikasi yang bukan hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membentuk interaksi timbal balik yang berkesinambungan. Pendekatan ini menjadikan @rintiksedu bukan sekadar akun literasi digital, melainkan ruang interaksi sosial yang memadukan nilai estetika, emosional, dan komersial secara harmonis.

Secara keseluruhan, keberhasilan *engagement* yang dibangun @rintiksedu menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi medium literasi sekaligus sarana pemasaran yang efektif ketika dikelola dengan konsistensi, pemahaman audiens, dan inovasi format komunikasi. Kekuatan akun ini terletak pada kemampuannya menyampaikan pesan dengan gaya yang akrab namun tetap memiliki kedalaman makna, sehingga mampu menyentuh perasaan audiens

dan mendorong partisipasi aktif. Pemanfaatan momentum, adaptasi terhadap tren, serta kolaborasi strategis menjadi faktor tambahan yang memperluas jangkauan engagement tanpa kehilangan identitas naratif. Temuan ini juga menegaskan bahwa keterlibatan audiens dalam media sosial bukan hanya soal frekuensi unggahan, tetapi juga kualitas hubungan yang dibangun melalui komunikasi yang terarah dan empatik. Oleh karena itu, model komunikasi seperti ini dapat dijadikan rujukan dalam strategi pengelolaan akun kreatif berbasis media sosial.

B. Saran

1. Akun @rintiksedu

Bagi pengelola akun @rintiksedu, disarankan untuk terus mempertahankan konsistensi gaya komunikasi sekaligus mengeksplorasi inovasi konten yang relevan dengan dinamika tren media sosial. Penguatan interaksi melalui fitur-fitur partisipatif seperti polling, sesi tanya jawab, atau tantangan kreatif dapat menjadi langkah strategis untuk menjaga engagement audiens jangka panjang. Selain itu, memperluas kolaborasi lintas bidang dengan pihak yang memiliki visi sejalan dapat memperkaya variasi konten sekaligus menjangkau audiens baru. Pendekatan ini diharapkan dapat menjaga keseimbangan antara tujuan literasi, estetika, dan keberlanjutan komersial tanpa mengurangi otentisitas pesan yang menjadi ciri khas akun.

2. Penelitian selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar objek kajian diperluas ke akun media sosial lain yang memiliki segmentasi atau tema serupa, sehingga dapat dilakukan perbandingan karakteristik komunikasi dan strategi engagement yang digunakan. Penelitian dengan metode kuantitatif atau kombinasi metode

campuran juga dapat memberikan gambaran yang lebih terukur mengenai efektivitas strategi komunikasi dalam meraih engagement. Selain itu, memperhatikan variabel demografis dan psikografis audiens akan membantu memahami pola keterlibatan yang lebih spesifik.



DAFTAR PUSTAKA

- Amira, N & Nurhayati, I. K. (2019). Efektivitas Fitur Instagram Sponsored sebagai Media Iklan/Promosi (Studi pada Iklan Tiket.com dengan Metode EPIC Model). Vol. 2 No. 2, 2019, hlm. 116 – 126.
- Anisah, H. U., Lodewyk, A., Siahaan, S., Hadiyanti, S., Islamiati, D., Astiti, K. A., Hikmah, N., & Fasa, M. I. (2021). *METODE PENELITIAN KUALITATIF* (M. S. Dr. Dian Utami Sutiksno, S.E., M. T. Dr. Ratnadewi, S.T., & I. Aziz (eds.)). ZAHIR PUBLISHING.
- Arifah, N. L., & Anggapuspa, M. L. (2023). Pengaruh Elemen Visual Pada Konten Instagram Rintik Sedu Dalam Meraih Engagement Audiens. *Jurnal Barik*, 4.
- Butar, M. B., Cangara, H., & Wahid, U. (2022). Strategi Komunikasi Penggunaan Instagram Dalam Kegiatan Promosi Kulinner @polkadotkitchen. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 7.
- Cangara, H. (2019). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (4th ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Christyanti, D. A. (2020). PENGELOLAAN CUSTOMER ENGAGEMENT PADA MEDIA SOSIAL UNTUK MEMBIDIK PASAR MILENIAL PADA TAHUN 2019 (Studi Kasus Pengelolaan Konten Promosi Instagram Labalaba Periode September 2018 – Maret 2019). *Jurnal Visi Komunikasi*, 19(1), 110.
- Deepublishstore. (2023, 5 Oktober). *Pengertian komunikasi: Karakteristik, sejarah, unsur dan macam-macamnya*.
- Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta Pusat: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.

- Fauziah, M., Noor, T. D. F. S., & Sujana, S. (2022). Tinjauan Marketing Engagement pada Rainbow Hills Golf Club. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 2(3), 315–322.
- Firdaus Haidar, N. (2021). ANALISIS KONTEN VISUAL POST INSTAGRAM RILIV DALAM MEMBENTUK CUSTOMER ENGAGEMENT. *Jurnal Barik*, 2(2), 121–134.
- Indriyanti, I., & Syukri, S. (2023). Pola Komunikasi Organisasi di Kantor Kecamatan Tallo Kota Makassar. *Jurnal Komunikasi dan Organisasi (J-KO)*, 5(2), 59-63.
- Iryana, & Kawasati, R. (2020). *Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif*.
- Nainggolan, V., Rondonuwu, S. A., & Walelang, G. J. (2018). Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Unsrat Manado. *Acta Diurna*, 7.
- McLuhan, Marshall. (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographical Man*. Toronto: University of Toronto Press.
- Palupi, R., Irhamdhika, G., & Medianti, U. S. (2023). Karakteristik Komunikasi Media Massa Pada Era Reformasi. *JIKA*, 10.
- Puspita, H. L. (2016). Efektivitas Penerapan Pembelajaran Realistic Mathematics Education (RME) Dengan Media Benda Konkret Terhadap Kemampuan Reresentasi Matematis Siswa Pada Materi Kubus Kelas VIII MTS N Brangsong Tahun Pelajaran 2015/2016. *Walisono*, 1–87.
- Ricko, & Junaidi, A. (2019). Analisis Strategi Konten dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Prologia*, 3.
- Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif* (H. Opu (ed.); 1st ed.). Pustaka Ramadhan.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi Dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*.

- Septrian, A. A., & Nirmala, A. (2025). ANALISIS ISI KONTEN SOSIAL MEDIA DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT PADA AKUN INSTAGRAM @mercurymediagroup.id. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi (e-ISSN: 2807-6818)*, 5(04), 1–13.
- Setya, A. P., & Boer, K. M. (2024). Penggunaan Media Instagram Kopi Janji Jiwa Samarinda dalam Meningkatkan Customer Engagement. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(1), 202–220.
- Sungadji, Etta Mamang, and Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tama, N. A., Murdiningrum, S., & Rahayu, S. (2022). Strategi Komunikasi Interpersonal Media Instagram @Dinkesdki dalam meningkatkan kesadaran masyarakat selama pandemi covid-19. *Jurnal Mahasiswa BK An-Nur: Berbeda, Bermakna, Mulia*, 8.
- Tri Putra, D., Ahmad Dahlan, J. K., Ciputat Tim, K., & Tangerang Selatan, K. (2024). Strategi Social Media Marketing USS Feed Dalam Membangun Social Media Engagement. *Agustus*, 3, 141–159.
- Watie, E. D. S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial. *THE MESSENGER*, 3.
- Yuliani, W., & Siliwangi, I. (2018). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling. *Quanta*, 2.

L

A

M

P

I

R

A

N



LAMPIRAN PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan dalam penelitian.

Wawancara dalam hal ini dilakukan oleh dua orang dalam mencari sebuah informasi penting yang ingin didapatkan.

1.Karakteristik komunikasi dalam platform Sosial Media Instagram @rintiksedu menurut pengikutnya di Universitas Muhammadiyah Makassar

a. Mahasiswa

- 1) Menurut Anda, bagaimana gaya bahasa yang digunakan akun Rintik Sedu?
- 2) Apakah tulisan Rintik Sedu membuat Anda merasa dekat atau terhubung secara emosional? Bisa dijelaskan?
- 3) Bagaimana perasaan Anda ketika membaca caption atau kutipan yang diposting akun ini?
- 4) Menurut Anda, apakah gaya komunikasi Rintik Sedu lebih puitis, personal, atau formal? Mengapa?
- 5) Bagaimana narasi personal yang dibangun Rintik Sedu memengaruhi cara Anda berinteraksi dengan kontennya?
- 6) Apakah menurut Anda konsistensi gaya bahasa dan visual di akun Rintik Sedu memengaruhi engagement?
- 7) Apa yang membedakan karakteristik komunikasi akun Rintik Sedu dengan akun serupa di Instagram?
- 8) Menurut Anda, apakah storytelling yang digunakan Rintik Sedu cukup efektif untuk menarik minat mahasiswa sebagai audiens?

b. Akademisi Ilmu Komunikasi

- 1) Menurut Anda, bagaimana karakteristik visual yang digunakan akun Rintik Sedu dalam mendukung komunikasi pesannya?

- 2) Apakah menurut Anda estetika (warna, tipografi, layout) di akun Rintik Sedu selaras dengan narasi personal yang disampaikan?
- 3) Bagaimana konsistensi visual (tema desain, tone warna, tipografi) memengaruhi citra akun ini di mata audiens?
- 4) Menurut Anda, apakah kekuatan utama akun Rintik Sedu terdapat pada teks, visual, atau kombinasi keduanya? Mengapa?
- 5) Bagaimana peran storytelling visual melalui feed, story, dan reels dalam membangun engagement audiens akun ini?
- 6) Apakah gaya visual yang digunakan Rintik Sedu menurut Anda mampu menjadi ciri khas yang membedakannya dari akun naratif digital lain?
- 7) Bagaimana Anda menilai kesesuaian antara desain visual dan target audiens akun ini (khususnya generasi muda)?
- 8) Sejauh mana komunikasi visual akun ini dapat dikategorikan sebagai bentuk komunikasi desain yang strategis di media sosial?

2. Karakteristik komunikasi yang digunakan dapat meraih *engagement* audiens?

a. Mahasiswa

- 1) Menurut Anda, bagaimana gaya komunikasi Rintik Sedu membuat audiens merasa terlibat dengan kontennya?
- 2) Apakah menurut Anda penggunaan bahasa emosional dan relatable mendorong audiens untuk berkomentar, membagikan, atau menyukai postingan?
- 3) Bagaimana narasi personal yang dibangun akun ini memengaruhi empati dan rasa keterhubungan audiens?
- 4) Apakah konsistensi postingan (frekuensi dan gaya komunikasi) berpengaruh terhadap loyalitas audiens?
- 5) Bagaimana visual sederhana yang digunakan mendukung pesan teks dalam menarik engagement audiens?
- 6) Menurut Anda, apakah interaksi dua arah (balasan komentar, story reply, DM) membuat audiens merasa lebih dekat dengan akun ini?
- 7) Apa alasan utama Anda pribadi ikut terlibat (misalnya memberi like, komentar, atau share) dalam konten Rintik Sedu?
- 8) Menurut Anda, sejauh mana teori komunikasi naratif (storytelling personal) dapat menjelaskan keterlibatan audiens akun ini?

b. Akademisi Ilmu Komunikasi

- 1) Bagaimana menurut Anda peran desain visual sederhana namun konsisten pada akun Rintik Sedu dalam memengaruhi keterlibatan audiens?
- 2) Sejauh mana pemilihan warna, tipografi, dan layout dapat memengaruhi suasana emosional audiens terhadap konten?
- 3) Apakah menurut Anda keselarasan antara teks naratif dan visual mampu

memperkuat storytelling serta engagement audiens?

- 4) Bagaimana kombinasi teks dan visual berkontribusi terhadap daya tarik dan loyalitas audiens akun ini?
- 5) Menurut Anda, apakah konsistensi estetika (tema desain, tone visual) berpengaruh besar terhadap keterlibatan audiens?
- 6) Bagaimana desain visual dapat membantu pesan lebih mudah diingat atau bahkan mendorong audiens untuk membagikan konten Rintik Sedu?
- 7) Apakah gaya visual akun ini menurut Anda sudah menjadi identitas yang membedakannya dari akun naratif digital lain, sehingga memengaruhi engagement audiens?
- 8) Sejauh mana komunikasi visual di akun Rintik Sedu dapat dikategorikan sebagai strategi komunikasi efektif dalam membangun engagement audiens di media sosial?





PEMBIMBING PENULISAN SKRIPSI

Nomor: 741/FSP/A.5-VI/VII/1446/2024

Berdasarkan usulan judul penulisan skripsi mahasiswa yang telah disetujui Ketua Prodi, maka dengan ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Unismuh Makassar menugaskan dosen yang namanya tersebut di bawah ini sebagai pembimbing penulisan skripsi saudara :

N a m a : Zahra Adelia
Stambuk : 105651102521
Prodi : Ilmu Komunikasi

Dengan Rencana Judul Skripsi :

"Analisis Karakteristik Komunikasi Penulis Nadhifa Allya Tsana Pada Platform Sosial Media Instagram Rintik Sedu Dalam Meraih Angagemnt Audiens"

Pembimbing I : Arni, S.Kom., M.I.Kom
Pembimbing II : Dian Muhtadiah Hamna, SIP., M.I.Kom

Tugas ini hendaknya dilaksanakan secara sistimatis, berkesinambungan dan bertanggungjawab, serta dilakukan evaluasi secara berkala tentang kemajuan dan Hasil penulisan yang telah dicapai.

Di tetapkan : di Makassar,
Pada tanggal : 15 Juli 2024

D e k a n,


Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos, M.Si
NBM. 730 727

Tembusan Kepada yth :

- Pembimbing I
- Pembimbing II
- Ketua Prodi
- Mahasiswa yang bersangkutan





**Universitas
Muhammadiyah
Makassar**
Integrity · Professionalism · Entrepreneurship

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Faculty of Social and Political Sciences

Menara Iqra Lantai 5 - Jalan Sultan Alauddin No. 259 Makassar 90221
Telp: (0411) 866 972 Fax: (0411) 865 588
Official Email: fisip@unismuh.ac.id
Official Web: <https://fisip.unismuh.ac.id>

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 0777/FSP/A.1-VIII/VIII/1447 H/2025 M
Lamp. : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengantar Penelitian

Yth. Rektor, Cq. Lembaga Penelitian dan
Pengabdian pada Masyarakat (LP3M) Unismuh

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Sehubungan dengan rencana penelitian mahasiswa untuk melengkapi data dalam rangka Penulisan Skripsi, maka diharapkan kepada Bapak/Ibu kiranya dapat memberikan Pengantar Penelitian kepada :

Nama Mahasiswa : Zahra Adelia Sari

Stambuk : 105651102521

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Lokasi Penelitian : Di Universitas Muhammadiyah Makassar

Judul Skripsi : *"Analisa Karakteristik Komunikasi Akun "Rintik Sedu" pada Platform Social Media Instagram dalam Meraih Engagement Audience"*


Demikian Pengantar Penelitian ini disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik, diucapkan banyak terima kasih.

Jazakumullahu Khaeran Katziraa.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

12 Agustus 2025

Ketua Jurusan IKOM


Dr. Satrio S. Sos, M.Si
NIDN 0023568



Kemajuan Untuk Bangsa dan Ummat Manusia
Progress for the Nation and Humankind

Ilmu Administrasi Negara · Ilmu Pemerintahan · Ilmu Komunikasi
Public Administration · Government Studies · Communication Science

Lampiran II. Surat Pengantar Penelitian



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp. 866972 Fax. (0411) 865588 Makassar 90221 e-mail: lp3m@unismuh.ac.id



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 459/LP3M/05/C.4-VIII/VIII/1447/2025
Lampiran : 1 (satu) rangkap proposal
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Makassar
di-
Makassar

Assalamu Alaikum Wr. Wb

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 0777 tanggal: 28 Agustus 2025, menerangkan bahwa mahasiswa dengan data sebagai berikut.

Nama : Zahra Adelia Sari
Nim : 105651102521
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Prodi : Ilmu Komunikasi

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan laporan tugas akhir Skripsi dengan judul :

"Analisa Karakteristik Komunikasi Akun "Rintik Sedu" Pada Platform Social Media Instagram Dalam Meraih Engagement Audience"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 30 Agustus 2025 s/d 30 Oktober 2025.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan jazakumullahu khaeran katziraa.

Billahi Fii Sabilil Haq. Fastabiqul Khaerat.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Makassar

5 Rabiul Awwal
1447

29 Agustus 2025

Ketua LP3M Unismuh Makassar,



Dr. Muh. Arief Muhsin, M.Pd.
NBM. 112 7761



Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp. (0411) 866972 Fax (0411) 865588 Makassar 90221
E-mail: lp3m@unismuh.ac.id Official Web: <https://lp3m.unismuh.ac.id>

DOKUMENTASI WAWANCARA



Gambar 5.1 Wawancara Poppy Dayana S. I. Kom M. I. Kom Mahasiswi S2 Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin (30 Juli 2025)



Gambar 5.2 Wawancara M. Khaeril Zularasyid Mahasiswa FAI Universitas Muhammadiyah Makassar Ang 23 (15 Juli 2025)



Gambar 5.3 Wawancara Putri Aprianti Mahasiswa FISIP Universitas Muhammadiyah Makassar Ang 22 (01 Agustus 2025)



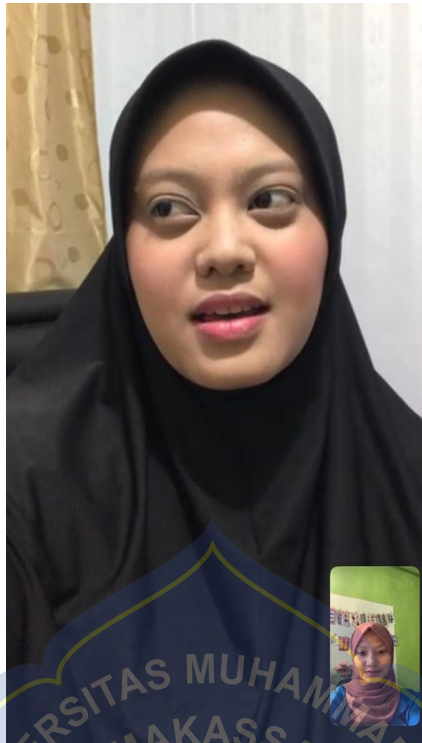
Gambar 5.4 Wawancara Makmun, MPD Akademisi di Bidang Ilmu Komunikasi, Dosen Desain Komunikasi Visual (19 Agustus 2025)



Gambar 5.5 Wawancara Nurisnaini Syaifullah Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Makassar Ang 22 (22 Juli 2025)



Gambar 5.6 Wawancara St. Ahyani Syarahiyah Mahasiswi FKIP Universitas Muhammadiyah Makassar Ang 21 (08 Juli 2025)

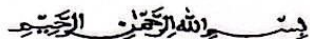


**Gambar 5.7 Wawancara Nurfadhilah Maulidiah Jamal Mahasiswa FISIP
Universitas Muhammadiyah Makassar Ang 21(20 Juli 2025)**



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

Alamat kantor: Jl.Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588



SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

**UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:**

Nama : Zahra Adelia Sari

Nim : 105651102521

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	0%	10 %
2	Bab 2	11%	25 %
3	Bab 3	10%	10 %
4	Bab 4	0%	10 %
5	Bab 5	4%	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 28 Agustus 2025

Mengetahui,

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,


Nursyah Sidiq M.I.P.
NBM.964 591

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
Telepon (0411)866972,881 593,fax (0411)865 588
Website: www.library.unismuh.ac.id
E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id

BAB I Zahra Adelia Sari 105651102521

ORIGINALITY REPORT

0%

SIMILARITY INDEX

2%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

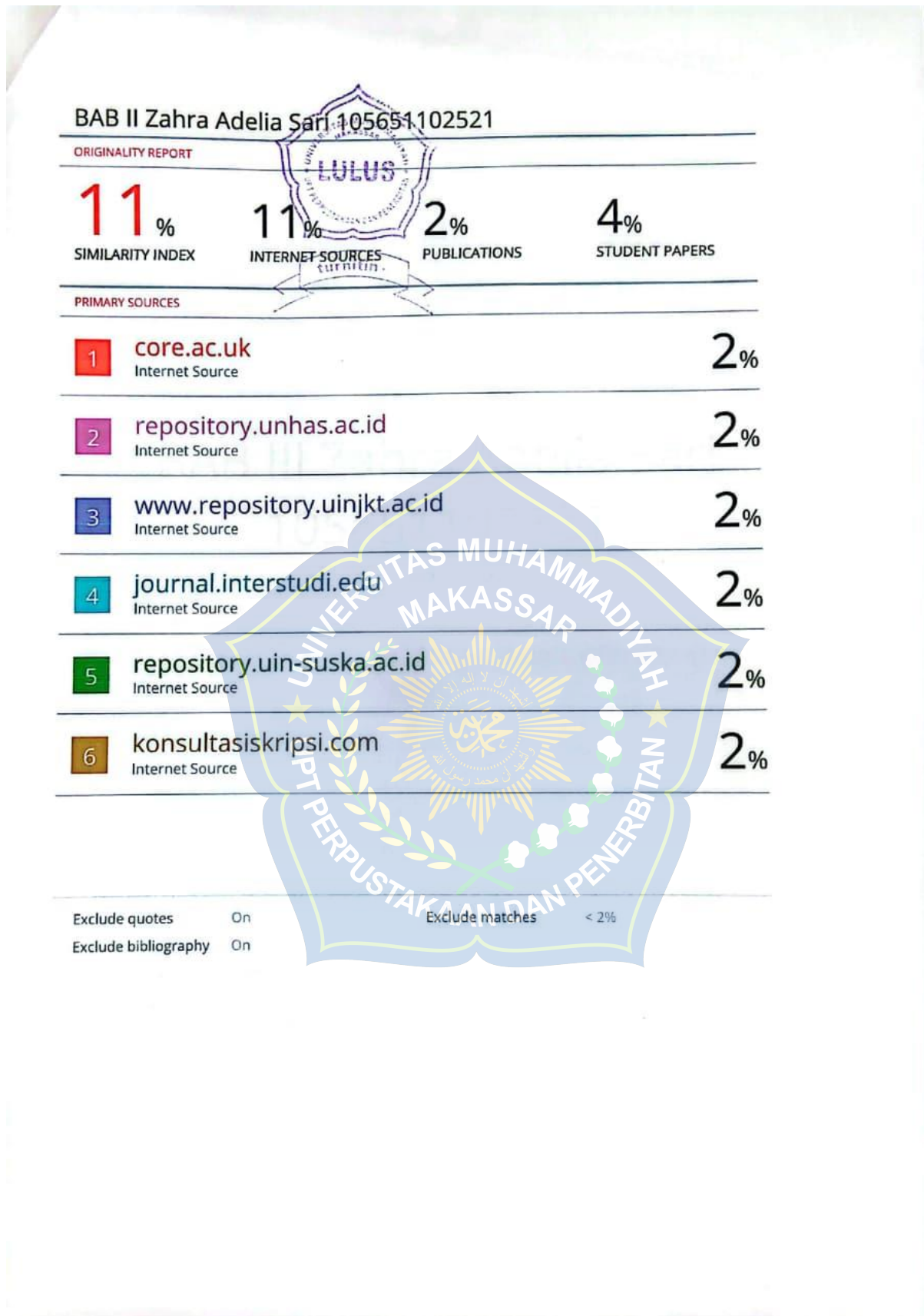
Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%



ran V. Bebas Plagiasi BAB I



Lampiran VI. Bebas Plagiasi BAB II

BAB III Zahra Adelia Sari 105651102521

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

12%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

3%

★ Submitted to Universitas Negeri Semarang
Student Paper

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%



Lampiran VII. Bebas Plagiasi BAB III

BAB IV Zahra Adelia Sari 105651102521

ORIGINALITY REPORT

0%

SIMILARITY INDEX

0%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

Exclude quotes

On

Exclude bibliography

On

Exclude matches

< 2%



Lampiran VIII. Bebas Plagiasi BAB IV

BAB V Zahra Adelia Sari 105651102521

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

etd.repository.ugm.ac.id

Internet Source

2%

2

repository.ar-raniry.ac.id

Internet Source

2%

Exclude quotes

On

Exclude bibliography

On

Exclude matches

< 2%



RIWAYAT HIDUP PENULIS



Zahra Adelia Sari, lahir di Salaonro 24 Januari 2003, anak pertama dari pasangan suami istri Bapak Basri dan Ibu Saberiah. Penulis menempuh pendidikan mulai dari TK Kartika Jaya, melanjutkan Pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SDN 39 Sering pada tahun 2009 dan tamat pada tahun 2015, kemudian penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMPN 2 Sengkang pada tahun 2015 dan selesai pada tahun 2018, penulis melanjutkan ke Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMAN 7 Wajo dan tamat pada tahun 2021, kemudian di tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan Jurusan Ilmu Komunikasi.

Berkat petunjuk dan pertolongan Allah SWT. Usaha dan disertai doa dalam menjalankan aktivitas akademik di perguruan tinggi Universitas Muhammadiyah Makassar, Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Analisis Karakteristik Komunikasi Akun Rintik Sedu Pada Instagram Meraih Keterlibatan Audiens” pada tahun 2025.