

**PENYELENGGARAAN KOMUNIKASI PEMASARAN
PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
Studi Kasus Pengelolaan Akun @dino_nightrun Berdasarkan Circular
Model of SOME**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

Nama : Muhammad Faisal Husni
NIM : 202110040311489
Dosen Pembimbing : Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
TAHUN 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENYELENGGARAAN KOMUNIKASI PEMASARAN PENGELOLAAN
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
Studi Kasus Pengelolaan Akun @dino_nightrun Berdasarkan Circular Model of
SOME

Diajukan Oleh :

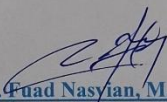
MUHAMMAD FAISAL HUSNI

202110040311489

Telah disetujui

Jumat / 11 Juli 2025

Pembimbing I

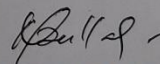

Moch. Fuad Nasyian, M.I.Kom

Wakil Dekan I



Najatul Ummah Khairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

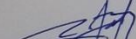
Dipersiapkan dan disusun oleh :


MUHAMMAD FAISAL HUSNI
202110040311489

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Jumat, 11 Juli 2025
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Drs. Farid Rusman, M.Si.** ()
2. **Aditya Dwi Putra Bhakti, M.Med.Kom** ()
3. **Moch. Fuad Nasvian, M.I.Kom** ()

Mengetahui
Wakil Dekan  Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Najamuddin Rijal, S.IP.,M.Hub.Int.

SURAT KETERANGAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VII/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

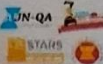
Nama : Muhammad Faisal Husni
No. Induk Mahasiswa : 202110040311489
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM Studi Kasus Pengelolaan Akun @dino_nightrun
Berdasarkan Circular Model of SOME

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 01 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom



Kampus I
Jl. Bankuwi I Malang, Jawa Timur
T: +62 341 901 222 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sultan No.186 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 901 128 (Hunting)
F: +62 341 662 060

Kampus III
Jl. Raya Pogoromas No.246 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 364 312 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VII/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA	: Muhammad Faisal Husni
NIM	: 202110040311489
Program Studi	: Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester delapan (8) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 01 Juli 2025

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I

Jl. Blandong 1 Malang, Jawa Timur
D: +62 341 541 262 (Hunting)
F: +62 341 460 436

Kampus II

Jl. Bendungan Sultan No 188 Malang, Jawa Timur
D: +62 341 541 130 (Hunting)
F: +62 341 560 060

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
D: +62 341 564 319 (Hunting)
F: +62 341 460 436
E: webmaster@ummal.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

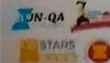
Nama : Muhammad Faisal Husni
NIM : 202110040311489
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM Studi Kasus
Pengelolaan Akun @dino_nightrun Berdasarkan Circular Model of SOME

Disetujui,
Pembimbing

Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Sawitang, 1 Malang, Jawa Tengah
T: +62 341 251 253 (Surabaya)
F: +62 341 460 136

Kampus II
Jl. Bendungan Baban No. 148 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 561 146 (Surabaya)
F: +62 341 683 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 458 319 (Surabaya)
F: +62 341 460 436
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Faisal Husni
NIM : 202110040311489
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
Studi Kasus Pengelolaan Akun @dino_nightrun Berdasarkan Circular Model of SOME

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

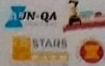
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 01 Juli 2025

Yang Menyatakan



Muhammad Faisal Husni



Kampus I
Jl. Bawendri 1 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 951 952 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Persegi Dua No 166 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 581 125 (Hunting)
F: +62 341 683 060

Kampus III
Jl. Raya Tuguas No 240 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 460 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI DENGAN JUDUL:

STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Studi Kasus Pengelolaan Akun @dino_nightrun Berdasarkan Circular Model of SOME

Oleh:

Nama : Muhammad Faisal Husni

NIM : 202110040311489

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

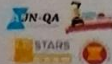
Malang, 01 Juli 2025

Pembimbing I/Promotor

Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom
NIP. 180314101985



(*) Coret yang tidak perlu



Kampus I
Jl. Bangunan I Malang, Jawa Timur
T: +62 341 561 262 (Hunting)
F: +62 341 562 435

Kampus II
Jl. Pembangunan Sutani No. 188 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 561 139 (Hunting)
F: +62 341 562 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogorejo No. 240 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 562 219 (Hunting)
F: +62 341 467 435
E: webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Muhammad Faizal H
NIM : 2021 - 489

Hasil Plagiasi: 3/7

BAB I	6			
BAB II	2			
BAB III	17			

3/7

BAB IV	1			
BAB V	2			
BAB VI	15			

Malang, 3 Juli 2023
Admin Plagiasi

M. Dasuki

PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR

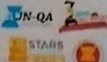
1. Nama : Muhammad Faisal Husni
2. NIM : 202110040311489
3. program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : Analisis Pengelolaan Akun Media Sosial Instagram @dino_nightrun Berdasarkan Konsep Circular Model of SOME
6. Pembimbing : Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
27/09/24	Acc Judul Penelitian "Analisis Pengelolaan Akun Media Sosial Instagram @dino_nightrun Berdasarkan Konsep Circular Model of SOME"	
05/12/24	Konsultasi Bab I	
16/12/24	Konsultasi Draft Wawancara	
27/04/25	Konsultasi Bab II, Bab III	
20/05/25	Konsultasi Bab IV, Bab VI	
20/06/25	Acc untuk Seminar Hasil	
27/06/25	Seminar Hasil	

Malang, 01 Juli 2025

Dosen Pembimbing,

Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom



Kampus I
Jl. Bardsani 1 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 591 252 (Hunting)
F: +62 341 460 436

Kampus II
Jl. Bimbingan Siswa No 188 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 591 349 (Hunting)
F: +62 341 562 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 240 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 436
E: webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL TUGAS AKHIR

Pada hari Selasa, 27 Juni 2025

Pukul 19.00

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	Muhammad Faisal Husni
NIM	202110040311489
Kosentrasi Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Analisis Pengelolaan Akun Media Sosial Instagram @dino_nightrun Berdasarkan Konsep Circular Model of SOME
Pembimbing	Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom
Dosen Penguji I	Drs. Farid Rusman, M.Si.

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*Online*) melalui *platform* Zoom Meeting

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 dan sejumlah 10 Mahasiswa (Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS / TIDAK LULUS

Malang, 01 Juli 2025

Dosen Pembimbing,

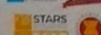
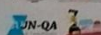
Dosen Penguji,

Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom

Dr. Drs. Farid Rusman, M.Si.

Mengetahui,
Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi,

Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 466 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 186 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umim.ac.id

ABSTRAK

Abstrak

Muhammad Faisal Husni 202110040311489
STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM Studi Kasus
Pengelolaan Akun @dino_nightrun Berdasarkan Circular Model of SOME

Dosen Pembimbing: Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom

Media sosial telah menjadi salah satu kanal penting dalam strategi komunikasi pemasaran digital, terutama dalam mempromosikan kegiatan atau event. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan akun Instagram @dino_nightrun sebagai media komunikasi pemasaran dalam mendukung promosi event lari malam Dino Night Run Season 2. Penelitian ini menggunakan pendekatan teori komunikasi pemasaran, bauran promosi (promotion mix), serta model Circular Model of SOME (Share, Optimize, Manage, Engage) yang dikembangkan oleh Luttrell.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan dua informan utama, observasi terhadap aktivitas akun Instagram, dokumentasi konten, serta analisis isi terhadap materi unggahan. Analisis data menggunakan model Miles & Huberman dengan langkah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

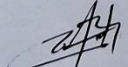
Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @dino_nightrun telah dikelola secara strategis sesuai tahapan model SOME. Tahap Share menampilkan konten informatif dan visual yang konsisten; tahap Optimize dilakukan melalui evaluasi insight dan penyesuaian konten; tahap Manage memperlihatkan pembagian peran tim serta perencanaan konten yang rapi; sedangkan tahap Engage menonjolkan interaksi aktif dengan audiens. Strategi ini berdampak positif terhadap peningkatan engagement rate dan partisipasi audiens terhadap event.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Instagram, Circular Model of SOME, Strategi Digital

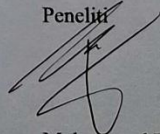
Malang, 01 Juli 2025

Menyetujui,

Dosen Pembimbing


Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom

Peneliti


Muhammad Faisal Husni

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Studi Deskriptif Pengelolaan Akun Sosial Media Instagram @dino_nightrun Berdasarkan Konsep Circular Model of SOME” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya yang istiqamah di jalan kebaikan.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang selalu menjawab seluruh doa dari hambanya dan memberikan kekuatan untuk menyelesaikan proses penulisan skripsi ini hingga akhir.
2. Kedua orang tua tercinta, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan moral maupun material. Terima kasih telah menjadi sumber semangat dan inspirasi dalam setiap langkah penulis.
3. Seluruh kakak dan adik yang selalu memberikan motivasi agar penulis bisa menyelesaikan masa kuliah ini dengan tepat waktu.
4. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Prof. Dr. Muslimin, M.Si., selaku Dekan FISIP UMM.

6. Bapak Nasrullah, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan kesempatan penulis untuk berproses di Humas Komunikasi, dan memberikan banyak pelajaran selama berjalannya proses kuliah di UMM ini.
7. Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom., selaku dosen wali sekaligus dosen pembimbing, yang dengan sabar memberikan arahan, koreksi, dan semangat tidak hanya skripsi, melainkan di banyak hal hingga seluruh proses berjalannya masa studi penulis di kampus ini terselesaikan. Serta memberikan banyak kesempatan yang mungkin tidak didapatkan mahasiswa lain.
8. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi UMM yang telah membagikan ilmu dan wawasan selama proses perkuliahan.
9. Seluruh teman-teman kantor Marketing Central Jatipark Group yang sudah memberikan peneliti kesempatan untuk meneliti dan magang, serta mempercayai banyak hal dalam proses tersebut.
10. Mas Yokka dan Mas David selaku informan dalam penelitian ini yang telah meluangkan waktu dan berbagi informasi penting terkait pengelolaan akun Instagram @dino_nightrun.
11. Teman-teman seperjuangan di Prodi Ilmu Komunikasi 2021, terutama rekan-rekan satu bimbingan dan satu kelas SCDC yang telah menjadi tempat bertukar pikiran dan berbagi semangat.
12. Seluruh teman dekat yang tidak bisa penulis sebut satu-persatu yang sudah berbagi cerita, canda, dan tawa, sehingga penulis tidak merasa berat dalam menjalani masa perkuliahan ini.

13. Seluruh teman-teman di Himakom UMM yang telah menemani, teman-teman *Steering Committee*; Gilang, Daffa, Kiky, dan Divi, membantu dalam banyak hal, membentuk pribadi penulis selama 3 periode dalam menjalani masa kuliah. Terimakasih sudah menjadi rumah yang nyaman sebagai tempat kembali di sela-sela kuliah yang melelahkan. Terimakasih sudah banyak memberi pelajaran dan kesempatan. Sampai bertemu di lain kesempatan dalam keadaan sukses di masing-masing bidangnya.
#satumisikomunikasi.

14. Daniel Putra Baskara, melalui karya-karyanya bersama Hindia, .Feast, dan Lomba Sihir, telah menghadirkan lagu-lagu yang senantiasa menemani dan memberi semangat selama proses penulisan skripsi ini.

15. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun telah memberikan kontribusi berharga dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya dalam kajian strategi pengelolaan media sosial di era digital.

Malang, 01 Juli 2025



Muhammad Faisal Husni

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT KETERANGAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vii
TANDA TERIMA PLAGIASI	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Secara Akademis	8
1.4.2 Secara Praktis	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Komunikasi Pemasaran	9

2.2 Program Komunikasi Pemasaran (Promotion Mix).....	12
2.3 Komunikasi Digital	14
2.4 Media Sosial.....	15
2.5 Pemanfaatan Instagram Dalam Komunikasi Pemasaran.....	19
2.5.1 Pengguna dan Kepopuleran Instagram.....	20
2.5.2 Kelebihan dan Kekurangan Instagram	21
2.5.3 Fitur-Fitur Instagram.....	22
2.6 Strategi Pengelolaan Media Sosial.....	23
2.8 Penelitian Terdahulu	28
BAB III.....	32
METODE PENELITIAN	32
3.1 Pendekatan Penelitian	32
3.2 Tipe Penelitian	33
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	34
3.4 Sumber Data.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6 Teknik Analisis Data.....	38
3.7 Keabsahan Data.....	40
BAB IV	42
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	42
4.1 Gambaran Umum Dino Night Run Season 2	42
4.2 Gambaran Umum Instagram @dino_nightrun.....	45
4.3 Pengelolaan Instagram @dino_nightrun.....	47
BAB V.....	49
HASIL DAN PEMBAHASAN	49
5.1 Hasil Penelitian	49

5.1.1 Profil Informan dan Sumber Data	49
5.1.2 Pemilihan Media Instagram	52
5.1.3 Analisis Pengelolaan Berdasarkan <i>The Circular Model of SOME</i>	53
5.1.4 Hambatan	64
5.2 Pembahasan.....	67
BAB VI.....	70
PENUTUP.....	70
6.1 Kesimpulan	70
6.2 Saran/Rekomendasi.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Data pengguna Media Sosial di Dunia Tahun 2024</i>	16
Gambar 2.2 <i>Data Tingkat Adopsi Media Sosial di Indonesia</i>	17
Gambar 2.3 <i>Data Media Sosial Terfavorit di Dunia</i>	20
Gambar 2.4 <i>Konsep The Circular Model of SOME</i>	26
Gambar 3.1 <i>Model Analisis Data Interaktif dari Miles & Huberman</i>	40
Gambar 4.1. <i>Logo Dino Night Run season 2</i>	42
Gambar 4.2 <i>Rute DNR season 2</i>	43
Gambar 4.3 <i>Racepack dan Baju DNR season 2</i>	44
Gambar 4.4 <i>Medali DNR season 2</i>	45
Gambar 4.5 <i>Instagram @dino_nightrun</i>	45
Gambar 4.6 <i>Content Plan Dino Night Run Season 2</i>	46
Gambar 4.7 <i>Struktur Tim Social Media Dino Night Run Season 2</i>	47
Gambar 5.1 <i>Contoh Konten Informatif</i>	54
Gambar 5.2 <i>Contoh Konten Edukatif (Persiapan Lari)</i>	55
Gambar 5.3 <i>Gambar Konten Teaser</i>	56
Gambar 5.4 <i>Engagement Instagram Pada Bulan Juni</i>	59
Gambar 5.5 <i>Contoh Polling di Stories</i>	62
Gambar 5.6 <i>Template Story DNR season 2</i>	63

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). Metode Penelitian Kualitatif. In P. Rapanna (Ed.), *Sustainability (Switzerland)* (1st ed., Vol. 11, Issue 1). CV. syakir Media Press.
- Asari, A., Syaifuddin, E. R., Ningsi, N., Sudianto, Maria, H. D., Adhicandra, I., Nuraini, R., Baijuri, A., Pamungkas, A., Kusumah, F. G., Yuhanda, G. P., & Murti, S. (2023). Komunikasi Digital. In *Buku Dosen-2009* (Issue July). Penerbit Lakeisha.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2003). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (6th ed.). The McGraw–Hill Companies.
- Effendy, O. U. (2009). Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. In *ILMU KOMUNIKASI Teori dan Praktek*. PENERBIT PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Hasniaty, Harto, B., Istiono, W., Munawar, Z., Waworuntu, A., Hapsari, M. T., Pasaribu, J. S., Ma'sum, H., Gustini, L. K., Rengganawati, H., Anggoro, D., Rukmana, A. Y., & Permana, A. A. (2023). *Social Media Marketing* (D. P. Sari (ed.); Issue June). PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI. <https://doi.org/10.1201/9781003200154-2>
- Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Salemba Humanika.
- Javier, F. (2024). *Popularitas Olahraga Lari di Indonesia Meningkatkan Berdasarkan Data Garmin*. TEMPO. <https://www.tempo.co/data/data/popularitas-olahraga-lari-di-indonesia-meningkat-berdasarkan-data-garmin-991192>

- Kotler, P., & Keller, K. Lane. (2016). *Marketing Management* (S. Wall (ed.); 15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Krippendorff, K. (2004). Content Analysis An Introduction to Its Methodology. In *Physical Review B* (Vol. 31, Issue 6). SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.1103/PhysRevB.31.3460>
- Luttrell, R. (2022). *SOCIAL MEDIA How to Engage, Share, and Connect* (4th ed.). Rowman & Littlefield Publishing Group.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications, Inc.
- Putriana, A., Kasoema, R. S., Mukhoirotin, Gandasari, D., Retnowuni, A., Ratih Siti Aminah, Wiyati, E. K., Kato, I., Akbar, M. F., Yani, A. L., & Sari, I. M. (2021). *Psikologi Komunikasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Rachmawati, I., Millanyani, H., & Ariyanti, M. (2021). Media Sosial. In M. Ariyanti (Ed.), *Pemasaran Melalui Media Sosial untuk Usaha Mikro Kecil Menengah*. https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial
- Schmitt, B. (1999). Experiential Marketing. In *Journal of Marketing Management* (Issue 15, pp. 53–67). Westburn Publishers Ltd.
- Shimp, A. T., & Andrews, Craig, J. (2013). Advertising, Promotion and Other aspects of Integrated Marketing Communications. In *Cengage Learning* (Vol. 9). CengageLearning.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PENERBIT ALFABETA.
- Theaker, A. (2002). The public relations handbook. In *The Public Relations Handbook*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429298578>

Utomo, S. B., Risdiyanto, A., & Judijanto, L. (2024). *Pemasaran Digital: Strategi dan Taktik* (A. Zulfikri (ed.); Issue 1). PT. Sanskara Karya Internasional.

Yin, R. K. (2003). *CASE STUDY RESEARCH Design and Methods*. SAGE Publications, Inc.

Zuraida, N. (2020). *Mengenal Social Media Specialist*. Program Studi Vokasi UI.

