

ABSTRAK

Destiarani Putri Natalia, 2024: Analisis Strategi Pemasaran Konten Untuk Meningkatkan *Engagement Followers* Melalui Akun Instagram Infinite Learning, Batam.

Dosen Pembimbing Hj Iranita, M.Si. dan Abdul Jalal, S.E., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran konten yang diterapkan oleh Infinite Learning serta memberikan rekomendasi strategi yang dapat meningkatkan *engagement followers* dan visibilitas akun Instagram Infinite Learning. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan objek Instagram Infinite Learning. Informan dalam penelitian ini berjumlah lima orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah model Miles dan Huberman, sedangkan validitas data diperoleh melalui triangulasi sumber dan metode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran konten yang diterapkan oleh Infinite Learning dilakukan melalui delapan tahapan, yaitu menentukan tujuan, memetakan target pasar, merancang dan merencanakan konten, menciptakan konten, mendistribusikan konten, memperkuat konten, mengevaluasi konten, dan memperbaiki konten. Strategi ini berhasil menarik lebih dari 10 ribu *followers*, tetapi sebagian besar *followers* masih bersifat pasif dalam berinteraksi dengan konten. Kesimpulannya, implementasi strategi pemasaran konten oleh Infinite Learning belum dilakukan secara maksimal. Penelitian ini memberikan rekomendasi untuk mengoptimalkan tahapan pemasaran konten agar mampu meningkatkan *engagement* dan visibilitas akun Instagram Infinite Learning secara efektif.

Kata Kunci: Pemasaran Konten, Instagram, *Engagement*, *Followers*.

ABSTRAC

Destiarani Putri Natalia, 2024: *Analysis of Content Marketing Strategy to Increase Followers Engagement through Infinite Learning Instagram Account, Batam.*

Advisor by Hj Iranita, M.Si. dan Abdul Jalal, S.E.,
M.Si

This research aims to analyze the content marketing strategy implemented by Infinite Learning and provide recommendations for strategies that can increase follower engagement and visibility of Infinite Learning's Instagram account. This research uses a descriptive qualitative approach with data collection methods in the form of interviews, observations, and documentation with Infinite Learning Instagram objects. The informants in this study amounted to five people. The data analysis technique used is the Miles and Huberman model, while data validity is obtained through source and method triangulation. The results show that the content marketing strategy implemented by Infinite Learning is carried out through eight stages, namely determining goals, mapping target markets, designing and planning content, creating content, distributing content, amplifying content, evaluating content, and improving content. This strategy succeeded in attracting more than 10 thousand followers, but most of the followers are still passive in interacting with the content. In conclusion, the implementation of content marketing strategy by Infinite Learning has not been done optimally. This research provides recommendations to optimize the stages of content marketing in order to increase engagement and visibility of Infinite Learning's Instagram account more effectively.

Keyword: Content Marketing, Instagram, Engagement, Followers.