



ANALISIS ISI KONTEN IG @REVIVALTVID SEBAGAI MEDIA INFORMASI BERITA MOBILE LEGENDS DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT

Sony Wicaksono ¹, Intan Leliana ², Selvy Maria Widuhung ³

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bahasa

Universitas Bina Sarana Informatika

sonywcksn1@gmail.com

Abstract (English)

Instagram is an effective social media platform for communication and information dissemination, both general and specific. One of the accounts that serves as an online information media is @revivaltv, which provides news related to Mobile Legends. This study aims to evaluate the effectiveness of this account as an information medium, using a qualitative interpretive approach with Ferdinand de Saussure's semiotic analysis. This analysis examines the system of signs consisting of the signifier and the signified. The research findings contribute significantly to digital communication studies, serving as an academic reference for the relationship between social media and audiences in e-sports, as well as developing effective engagement strategies on Instagram.

Article History

Submitted: 3 Maret 2025

Accepted: 10 Maret 2025

Published: 11 Maret 2025

Key Words

Communication Analysis, Social Media @revivaltv, Ferdinand de Saussure's Semiotics

Abstrak (Indonesia)

Instagram adalah media sosial yang efektif untuk komunikasi dan penyebaran informasi, baik umum maupun khusus. Salah satu akun yang berfungsi sebagai media informasi online adalah @revivaltv, yang menyajikan berita seputar Mobile Legends. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas penggunaan akun tersebut sebagai media informasi, menggunakan pendekatan kualitatif interpretif dengan analisis semiotika Ferdinand de Saussure. Analisis ini mengkaji sistem tanda yang terdiri dari penanda (signifier) dan petanda (signified). Hasil penelitian memberikan kontribusi signifikan pada kajian komunikasi digital, menjadi referensi akademik untuk hubungan media sosial dan audiens dalam e-sports, serta mengembangkan strategi engagement yang efektif di Instagram.

Sejarah Artikel

Submitted: 3 Maret 2025

Accepted: 10 Maret 2025

Published: 11 Maret 2025

Kata Kunci

Analisis Komunikasi, Media Sosial @revivaltv, Semiotika Ferdinand de Saussur

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi yang begitu pesat telah memberikan banyak manfaat sekaligus membawa perubahan signifikan dalam kehidupan sosial. Penggunaan internet yang semakin meluas telah menciptakan bentuk-bentuk interaksi sosial baru yang berbeda dari cara-cara tradisional sebelumnya. Fenomena ini memberikan kemudahan bagi individu untuk saling berkomunikasi. Jika dahulu interaksi dilakukan secara langsung, kini kemajuan teknologi memungkinkan orang untuk berkomunikasi secara daring melalui perangkat seperti PC, laptop, atau bahkan ponsel pintar. Selain itu, teknologi ini juga memungkinkan akses ke informasi dalam jumlah yang sangat besar kapan saja dan di mana saja.

Penelitian yang diterbitkan oleh Crowdtap, Ipsos MediaCT, dan The Wall Street Journal pada tahun 2014 dengan melibatkan 839 responden berusia 16 hingga 39 tahun menunjukkan bahwa waktu yang dihabiskan oleh audiens untuk mengakses internet dan media sosial jauh lebih tinggi dibandingkan dengan waktu yang mereka gunakan untuk mengonsumsi media tradisional (Nasrullah, 2015). Keberadaan internet dan media sosial memberikan ruang bagi masyarakat untuk turut serta dalam menyebarkan informasi atau kejadian yang berlangsung di sekitar mereka. Media sosial, dengan kecepatannya, perlahan mulai menggantikan peran media massa konvensional



dalam mendistribusikan informasi (Nasrullah, 2015).

Media sosial adalah platform berbasis internet yang memungkinkan penggunanya untuk mengekspresikan diri, berkolaborasi, berbagi informasi, berkomunikasi dengan sesama pengguna, serta membangun hubungan sosial secara virtual (Anggraini & Cindoswari, 2024). Media sosial sering dimanfaatkan oleh banyak orang sebagai sarana untuk mengekspresikan aktiilitas kehidupan sehari-hari mereka. Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai alat untuk mendukung berbagai kegiatan di dunia nyata, seperti berbagi foto, memberikan komentar pada unggahan orang lain, mencari pasangan, menjalin hubungan pertemanan, serta berdiskusi dan bertukar pandangan.

Media massa secara umum terbagi menjadi dua jenis utama: media cetak dan media elektronik. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, jenis media massa semakin beragam, terutama dengan munculnya media daring. Media daring pada dasarnya memiliki cara kerja yang serupa dengan dua jenis media massa lainnya, yaitu menyampaikan informasi kepada publik. Namun, tuntutan era modern yang mengutamakan kecepatan dan akurasi menjadikan media daring berperan penting dalam mengelola penyebaran informasi di masyarakat. Media daring ini beroperasi melalui berbagai saluran, seperti situs web, kombinasi media cetak, serta platform media sosial.

Di antara berbagai platform media sosial yang tersedia, Instagram saat ini menjadi salah satu yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia. Berdasarkan survei dari *We Are Social* pada tahun 2021, Instagram menempati posisi ketiga sebagai platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, setelah YouTube dan WhatsApp. Persentase pengguna YouTube mencapai 93,8%, diikuti oleh WhatsApp sebesar 87,7%, Instagram 86,6%, dan Facebook 85,5% dari total 170 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia (Atmoko, 2012).

Instagram adalah platform digital yang dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger sebagai bagian dari perusahaan mereka, Burbn, Inc., yang kemudian diakuisisi oleh Facebook pada tahun 2012. Instagram merupakan salah satu media sosial berbasis aplikasi pada ponsel pintar yang digunakan untuk menyebarkan informasi dalam bentuk foto dan video (Atmoko, 2012). Popularitas Instagram di kalangan masyarakat umum terus meningkat, memungkinkan pengguna untuk memperoleh informasi secara instan tanpa harus menunggu berjam-jam atau sehari-hari seperti ketika mengandalkan TV atau surat kabar. Seiring dengan meningkatnya ketergantungan terhadap perangkat elektronik dalam kehidupan sehari-hari, minat masyarakat terhadap membaca berita melalui media cetak dan menonton televisi semakin menurun.

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana penggunaan media sosial Instagram @revivaltvid sebagai platform informasi online yang mampu menarik minat masyarakat untuk mengikuti akun tersebut. Oleh karena itu, peneliti merasa tertarik untuk melakukan studi yang diberi judul: “Analisis Isi Konten Ig @revivaltvid Sebagai Media Informasi Berita Mobile Legends Dalam Meningkatkan Engagemen

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktisme, yang berpendapat bahwa identitas suatu objek terbentuk melalui cara kita berbicara tentangnya, bahasa yang digunakan untuk menyampaikan konsep, serta bagaimana kelompok sosial beradaptasi berdasarkan pengalaman kolektif mereka. Dalam proses pembentukan realitas, simbol atau bahasa memiliki peran yang sangat penting. Kelompok-kelompok sosial dengan identitas, makna, minat, dan



pengalaman yang beragam mencoba mengekspresikan diri mereka, yang kemudian secara simbolis turut berkontribusi dalam membangun realitas tersebut.

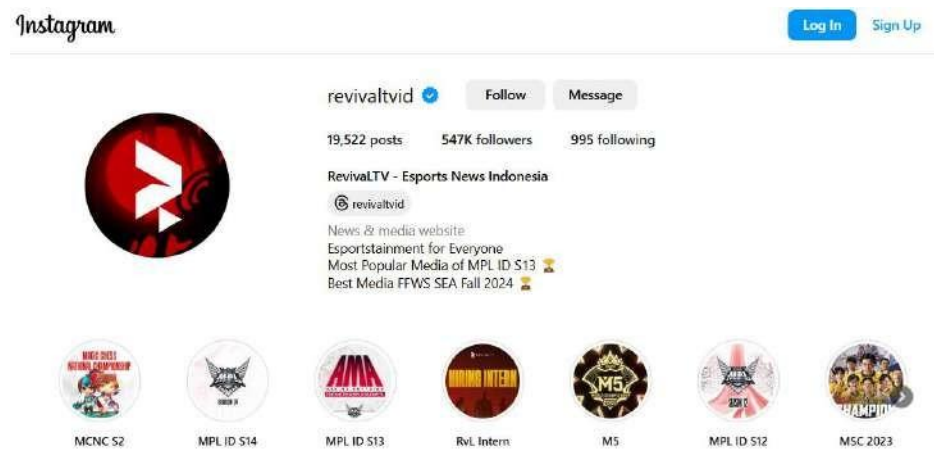
Paradigma konstruktivisme memandang ilmu sosial sebagai upaya analisis sistematis terhadap "tindakan yang bermakna secara sosial" dengan melakukan pengamatan langsung terhadap individu atau kelompok sosial dalam lingkungan alami mereka. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami dan menafsirkan cara aktor sosial membangun dan mempertahankan dunia sosial mereka (Hidayat, 2003).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Gambaran Umum Objek Penelitian

Berikut ini adalah gambaran dari akun instagram @revivaltvid:



Gambar III. 1 Akun Instagram @revivaltvid

Akun Instagram **@revivaltvid** adalah platform *media* sosial yang berfokus pada penyampaian berita, analisis, dan konten seputar dunia *eSports*, khususnya *game Mobile Legends*. Dengan sajian konten yang beragam, akun ini memberikan informasi terbaru tentang turnamen, strategi permainan, tips bermain, hingga *highlight* momen menarik dalam pertandingan. Melalui pendekatan visual yang menarik, seperti desain grafis kreatif dan pemanfaatan fitur Instagram seperti *Reels*, *IG Stories*, dan *Carousel*, **@revivaltvid** berhasil menyampaikan informasi secara dinamis dan interaktif.

Interaksi dengan *audiens* menjadi salah satu kekuatan utama akun ini. **@revivaltvid** secara aktif merespons komentar, menyelenggarakan *polling* kuis, serta kegiatan komunitas seperti *giveaway*, yang meningkatkan *engagement* pengikutnya. Akun ini juga memanfaatkan elemen khas *Mobile Legends*, seperti ikon dan istilah dalam *game*, untuk memperkuat koneksi dengan komunitas *gamer*. Hal ini menjadikan **@revivaltvid** tidak hanya sebagai *media* informasi, tetapi juga sebagai wadah bagi para penggemar untuk berdiskusi dan berbagi pengalaman.



Melalui *strategi* konten yang konsisten dan relevan, **@revivaltvid** berhasil membangun identitas sebagai salah satu platform terdepan dalam dunia *eSports* di Indonesia. Dengan *audiens* yang terus berkembang, akun ini menjadi tempat utama bagi penggemar *Mobile Legends* untuk mendapatkan informasi terbaru, memperkuat komunitas digital, dan menciptakan interaksi yang bermakna. Pendekatan ini menjadikan **@revivaltvid** sebagai model sukses *media* sosial dalam membangun keterlibatan *audiens* di era digital.

Gambaran Akun Media Sosial @revivaltvid

Akun Instagram **@revivaltvid** merupakan sebuah *platform* media sosial yang berfokus pada penyampaian informasi seputar dunia *eSports*, khususnya game *Mobile Legends*. Akun ini menyajikan berbagai macam konten, mulai dari berita terbaru tentang turnamen besar seperti MPL, MSC, hingga M4 *World Championship*, hingga analisis strategi permainan, panduan bermain, serta tips yang relevan bagi komunitas gamer. Dengan pendekatan visual yang menarik, **@revivaltvid** menggunakan berbagai fitur Instagram seperti *Reels*, *IG Stories*, dan *Carousel* untuk menyampaikan informasi secara dinamis dan interaktif.

Konten yang disajikan oleh **@revivaltvid** memiliki ciri khas berupa desain grafis kreatif, infografik, dan elemen visual yang kental dengan identitas *Mobile Legends*, seperti penggunaan ikon dan istilah khas dalam game. Akun ini juga secara aktif menyoroti cuplikan momen-momen penting dalam pertandingan, baik berupa *highlight* momen epik maupun kompilasi yang menghibur, untuk menarik perhatian audiens yang beragam.

Interaksi dengan audiens menjadi salah satu kekuatan utama dari akun ini. **@revivaltvid** secara konsisten merespons komentar dan pesan dari pengikutnya, menyelenggarakan kuis dan polling yang melibatkan komunitas, serta memberikan apresiasi kepada pengikut melalui kegiatan seperti *giveaway skin hero* atau *merchandise Mobile Legends*. Akun ini juga sering mengangkat diskusi dari komunitas, menjadikan ruang komentar sebagai wadah bagi penggemar untuk berbagi pandangan dan pengalaman terkait *eSports*.

Strategi konten yang diterapkan oleh **@revivaltvid** mencakup konsistensi dalam menyajikan berita terkini dan relevansi dengan *tren eSports* yang sedang berkembang. Akun ini secara rutin memposting informasi yang berkaitan dengan jadwal turnamen, pembaruan game, atau strategi meta terbaru, sehingga pengikut dapat selalu mendapatkan update yang relevan. Selain itu, **@revivaltvid** memanfaatkan branding yang kuat dengan mengintegrasikan elemen visual khas *Mobile Legends* untuk membangun koneksi yang lebih dalam dengan komunitasnya.

Melalui pendekatan ini, **@revivaltvid** berhasil membangun identitas sebagai salah satu media sosial terkemuka dalam dunia *eSports* di Indonesia. Akun ini tidak hanya menjadi sumber informasi yang terpercaya, tetapi juga berhasil menciptakan komunitas yang solid di antara para penggemar *Mobile Legends*. Dengan strategi yang efektif dalam memadukan konten berkualitas, interaksi yang bermakna, dan keterlibatan komunitas, **@revivaltvid** menjadi model sukses dalam memanfaatkan media sosial untuk membangun koneksi dan engagement di era digital. Hal ini menjadikan **@revivaltvid** sebagai platform yang tidak hanya informatif, tetapi juga inspiratif bagi komunitas gaming di Indonesia.

Kategorisasi dan Pertimbangan dalam Memilih Konten untuk Penelitian

Penelitian ini berfokus pada analisis konten Instagram **@revivaltvid** sebagai *media* informasi terkait *Mobile Legends* untuk meningkatkan *engagement*. Pemilihan konten dilakukan berdasarkan beberapa pertimbangan utama yang relevan dengan tujuan penelitian, yaitu:

1. **Periode Konten yang Diteliti:** Konten yang dianalisis diambil dari unggahan akun



@revivaltvid dalam periode bulan Januari hingga Desember 2024. Rentang waktu ini dipilih untuk menangkap dinamika tren dan momen penting dalam dunia esports, khususnya *Mobile Legends*, yang terjadi sepanjang tahun.

2. **Kategorisasi Konten:** Kategorisasi konten dilakukan berdasarkan tema dan relevansi topik dengan *audiens* target, yaitu komunitas *Mobile Legends*. Berikut adalah kategori konten yang diteliti:
 - a. **Prestasi Kompetisi:** Konten yang merayakan pencapaian atau kemenangan dalam turnamen, seperti *M Series* atau *IESF WEC 2024*.
 - b. **Momen Patriotisme:** Konten yang melibatkan simbol nasional, seperti lagu kebangsaan Indonesia yang berkumandang.
 - c. **Peristiwa Emosional:** Konten yang mengangkat cerita sedih atau kejutan, seperti kekalahan tim favorit atau perpisahan tokoh penting.
 - d. **Berita Pemain dan Tim:** Konten yang berisi informasi tentang pemain terkenal atau perubahan besar di dalam tim esports.
 - e. **Informasi Masa Depan:** Pengumuman tentang rencana besar di dunia *Mobile Legends*, seperti penyelenggaraan *M7*.
3. **Pertimbangan Pemilihan Konten:** Konten dipilih berdasarkan indikator penting yang dijelaskan oleh Milhinhos (2015), yaitu:
 - a. **Relevansi:** Konten yang berkaitan erat dengan dunia *Mobile Legends* dan menarik bagi *audiens* utama.
 - b. **Akurasi:** Informasi yang valid dan dapat dipercaya.
 - c. **Nilai:** Konten yang memberikan manfaat emosional atau informatif kepada *audiens*.
 - d. **Kemudahan Pemahaman:** Penggunaan bahasa sederhana dan visual yang menarik.
 - e. **Kemudahan Penemuan:** Penggunaan *hashtag*, deskripsi, atau judul yang memudahkan *audiens* menemukan konten.
 - f. **Konsistensi:** Frekuensi unggahan dan keseragaman gaya konten yang mencerminkan identitas brand.
4. **Konten yang Diteliti:** Dari periode yang ditentukan, dipilih konten unggulan berdasarkan tingkat *engagement*. Berikut adalah konten yang dianalisis:
 - a. **"Peraih Title Juara M Series":** Engagement rate 14,6%, 79K likes, 861 comments.
 - b. **"Momen Haru Lagu Indonesia Raya Berkumandang di IESF WEC 2024":** Engagement rate 14,0%, 76K likes, 1,3K comments.
 - c. **"Pencapaian Timnas MLBB Women Indonesia di IESF WEC 2024":** Engagement rate 14,4%, 79K likes, 861 comments.
 - d. **"Ungkapan Rasa Sedih RRQ Kalah":** Engagement rate 9,6%, 52K likes, 654 comments.
 - e. **"MobaZane":** Engagement rate 10,2%, 55K likes, 643 comments.
 - f. **"M7 Resmi Digelar di Indonesia Tahun 2026":** Engagement rate 9,0%, 49K likes, 837 comments.
 - g. **"Perpisahan 5 Season bersama Coach YEB Kini Pamit dari Fnatic Onic":** Engagement rate 8,3%, 45K likes, 493 comments.



Penjelasan Awal tentang Konten yang Dipilih

Konten yang dianalisis mencerminkan berbagai aspek yang relevan dengan komunitas *Mobile Legends*, mulai dari prestasi dan momen patriotik hingga berita pemain dan pengumuman besar. Pemilihan ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif mengenai jenis konten yang paling mampu meningkatkan *engagement* berdasarkan indikator Milhinhos (2015). Periode yang jelas (Januari–Desember 2024) memastikan bahwa data yang dianalisis mencerminkan dinamika *engagement* yang relevan dengan tren terkini di dunia esports.

Konten yang memiliki relevansi tinggi dengan *audiens*, nilai emosional yang kuat, dan konsistensi unggahan terbukti menghasilkan *engagement* tertinggi, seperti yang terlihat pada konten "Peraih Title Juara M Series" (14,6%) dan "Momen Haru Lagu Indonesia Raya Berkumandang di IESF WEC 2024" (14,0%).

Pembahasan

No.	Akun Instagram	Jumlah Followers	Engagement Rate	Average likes per post	Averages comment per post
1	@revivaltvid	545K	2.40%	13K	179
2	@moba.keras	14.3K	1,47%	205	4
3	@story_esports	97.7k	1.97%	1.9k	26
4	@oneesportsid	507.9K	1.16%	5.83K	67

Tabel I.1. Akun Instagram Media Informatif mobile legends

Sumber: Data Olahan Peneliti, 29 Desember 2024

Berdasarkan pada tabel 1.1 Akun Instagram **@revivaltvid** merupakan salah satu platform *media* sosial yang fokus pada penyajian informasi terkait *e-sports* di Indonesia. Akun ini menjadi salah satu sumber utama bagi para penggemar *game* kompetitif seperti *Mobile Legends*, *PUBG*, *Dota 2*, dan berbagai judul *game* populer lainnya. Dengan konten yang beragam seperti berita terkini, *highlight* turnamen, analisis pertandingan, hingga wawancara eksklusif dengan pemain profesional, **@revivaltvid** berhasil menarik perhatian berbagai kalangan, mulai dari remaja hingga komunitas penggemar *e-sports*. Visual yang menarik dan gaya komunikasi yang santai namun informatif menjadi ciri khas dari akun ini. Dimana pada saat itu sudah banyak akun-akun instagram yang berbasis pada informasi *game mobile legends* dan memutuskan untuk membuat satu akun instagram seputar info tournament, tips n trik, bursa transfer pemain. Sekarang **@revivaltvid** telah semakin berkembang hingga merambah ke berbagai macam *media* sosial lainnya seperti Instagram, Facebook, Youtube, Threads dan telah memiliki *website* resmi yaitu **@revivaltvid** Sebagai *media* sosial, **@revivaltvid** memanfaatkan berbagai fitur Instagram untuk menjaga interaksi dengan pengikutnya. Konten yang diunggah tidak hanya berupa foto dan video di *feed*, tetapi juga memaksimalkan fitur *Stories*, *Reels*, dan *IG Live* untuk menyajikan informasi secara *real-time*, seperti update skor pertandingan atau pengumuman penting dari dunia *e-sports*. Selain itu, akun ini juga sering mengadakan kuis, *polling*, dan *giveaway* yang tidak hanya meningkatkan *engagement* tetapi juga mempererat hubungan dengan *audiens*. Interaksi ini menciptakan komunitas yang solid dan loyal di kalangan pengikutnya.

Akun Instagram **@moba.keras** merupakan salah satu platform *media* sosial yang berfokus pada penyajian informasi terkait dunia *game Mobile Legends* dan genre *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA). Akun ini menyediakan berbagai konten, mulai dari berita terkini, tips dan trik



bermain, analisis *gameplay*, hingga *highlight* pertandingan profesional. Dengan visual yang menarik dan penggunaan bahasa yang santai namun informatif, **@moba.keras** berhasil menarik perhatian penggemar *Mobile Legends*, terutama kalangan remaja dan pemain aktif *game* ini. Selain itu, akun ini juga menjadi tempat diskusi komunitas dengan memanfaatkan fitur komentar dan *polling*. Dalam operasionalnya, **@moba.keras** mengedepankan interaksi dengan pengikutnya. Akun ini rutin memposting konten yang relevan, seperti hero terbaru, *strategi* permainan, serta event in-*game* yang sedang berlangsung. Tidak hanya itu, akun ini juga sering mengadakan *giveaway*, turnamen mini, dan sesi tanya-jawab untuk meningkatkan *engagement*. Fitur-fitur interaktif seperti Instagram *Stories*, *Reels*, dan IG *LIVE* dimanfaatkan secara maksimal untuk menjaga komunikasi dua arah dengan *audiens*. Hal ini menjadikan **@moba.keras** tidak hanya sebagai sumber informasi, tetapi juga wadah komunitas yang solid bagi para pemain *Mobile Legends*.

Akun Instagram **@story_esports** adalah platform *media* sosial yang berfokus pada penyajian berita, informasi, dan konten menarik seputar dunia *e-sports*, baik di Indonesia maupun internasional. Akun ini menjadi rujukan bagi penggemar *game* kompetitif seperti *Mobile Legends*, *PUBG Mobile*, *Valorant*, hingga *Dota 2*. Dengan gaya penyampaian yang kreatif, informatif, dan didukung oleh visual yang menarik, **@story_esports** mampu menarik perhatian penggemar *e-sports* dari berbagai kalangan, mulai dari pemain amatir hingga profesional. Akun ini tidak hanya memberikan informasi terkini tetapi juga menyajikan analisis mendalam, *highlight* pertandingan, dan momen-momen epik dari dunia *e-sports*.

Keberadaan **@story_esports** memiliki peran yang signifikan dalam perkembangan ekosistem *e-sports* di Indonesia. Dengan menghadirkan konten yang relevan dan berkualitas, akun ini tidak hanya menjadi sumber informasi tetapi juga inspirasi bagi komunitas penggemar *e-sports*. Dukungan terhadap pemain lokal, promosi turnamen komunitas, dan penyebaran informasi tentang perkembangan industri menjadikan **@story_esports** sebagai salah satu platform penting dalam memajukan *e-sports* di tingkat nasional maupun internasional. Melalui pendekatan kreatif dan informatif, akun ini berhasil membangun komunitas digital yang kuat dan menjadi salah satu pilar dalam popularitas *e-sports* di era modern.

Akun Instagram **@oneesportsid** adalah platform *media* sosial yang berfokus pada pemberitaan, informasi, dan hiburan seputar dunia *e-sports*, dengan cakupan lokal hingga global. Sebagai bagian dari jaringan ONE Esports, akun ini menghadirkan konten yang beragam, mulai dari berita terkini, wawancara eksklusif, hingga *highlight* momen terbaik dari berbagai turnamen *e-sports*. Fokus utama akun ini adalah memberikan informasi yang relevan bagi penggemar *game* seperti *Mobile Legends*, *Dota 2*, *Valorant*, *PUBG Mobile*, dan *game* kompetitif lainnya. Dengan pendekatan visual yang modern dan gaya penyampaian yang komunikatif, **@oneesportsid** berhasil membangun kepercayaan sebagai salah satu sumber utama informasi *e-sports* di Indonesia.

Sebagai platform *media* sosial, **@oneesportsid** tidak hanya berfungsi sebagai penyedia informasi tetapi juga sebagai katalisator dalam memajukan ekosistem *e-sports* di Indonesia. Melalui konten berkualitas dan dukungan terhadap komunitas gaming, akun ini membantu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap *e-sports* sebagai industri yang berkembang pesat. Dengan memberikan sorotan kepada pemain profesional, tim lokal, dan event komunitas, **@oneesportsid** turut berkontribusi dalam mempopulerkan *e-sports* di kalangan anak muda. Akun ini menjadi jembatan antara penggemar, pemain, dan industri, memperkuat posisi *e-sports* sebagai hiburan yang mendunia.



Konten Para Peraih *Title* Juara M Series

Instagram

Log In Sign Up



Berikut ini adalah daftar para peraih *title* juara M Series, antara lain:

Pesan Verbal

Berikut ini adalah pesan verbal dari para peraih *title* juara M Series :

Tabel III. 1 Pesan Verbal dari para Peraih *Title* Juara M Series

Signifer (Penanda)	Signified (Petanda)
Pada Foto diatas tertulis Para peraih <i>title</i> Juara M Series Turnamen kasta tertinggi MLBB Semoga next M Series Indonesia bisa dapetin gelar lagi ya 🙄 <u>#mlbb #mseries #esports</u> <u>#mworldchampionship</u>	@revivaltv memberikan ucapan para perai <i>title</i> juara M Series dan berharap segera mendapatkan gelar lebih banyak di turnamen kasta tertinggi MLBB. @revivaltv memberikan ucapan para perai <i>title</i> juara M Series dan berharap segera mendapatkan gelar lebih banyak di turnamen kasta tertinggi MLBB. @revivaltv juga menggunakan hashtag <u>#mlbb</u> <u>#mseries</u> <u>#esports</u> <u>#mworldchampionship</u> Sebagai ciri dari tiap konten.

Caption pada foto diatas menunjukkan informasi tentang para juara turnamen *M Series*, yang merupakan kompetisi tingkat tertinggi dalam *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB). Dalam *caption* tersebut, disampaikan data perolehan gelar juara, yaitu 1 gelar untuk Indonesia dan 5 gelar untuk Filipina, sebagai pencapaian yang menjadi perhatian dalam dunia *eSports*. Penyertaan emoji bendera Indonesia ID dan Filipina PH memberikan elemen visual yang memperkuat identitas negara masing-masing, sekaligus membangun kebanggaan nasional bagi *audiens*. **@revivaltv** membuat postingan tentang ucapan juara Turnament Kasta Tertinggi MLBB. Yang diposting 17 Desember 2024, dengan *engagement rate* 14,4%, *likes* 79K dan *Comment* 861.

Selain itu, *caption* ini juga mengandung harapan untuk masa depan dengan ungkapan motivasi "Semoga next M Series Indonesia bisa dapetin gelar lagi ya 🙄". Kalimat ini menciptakan



keterlibatan emosional dengan *audiens*, terutama penggemar MLBB di Indonesia, dengan menanamkan semangat nasionalisme dan optimisme. Penggunaan emoji wajah sedih¹² menambah elemen personal dan emosional, yang dapat meningkatkan interaksi seperti komentar dan *likes* dari pengikut akun.

Hashtag yang digunakan (#mlbb, #mseries, #esports, #mworldchampionship) berfungsi sebagai alat optimasi konten agar menjangkau *audiens* yang lebih luas. Dengan penggunaan *hashtag* ini, postingan dapat ditemukan oleh pengguna yang memiliki minat terhadap MLBB atau *eSports*, meningkatkan peluang *engagement*, seperti *likes*, komentar, dan pengikut baru.

Konten Pencapaian Timnas MLBB Women Indonesia yang Berhasil Meraih Gelar Juara di IESF WEC 2024



Gambar III. 3 Pencapaian Timnas MLBB Women Indonesia yang Berhasil Meraih Gelar Juara di IESF WEC 2024

Sumber : https://www.instagram.com/reel/DCj4AdETAVL/?utm_source=ig_web_copy_link

Pesan Verbal

Berikut ini adalah pesan verbal dari pencapaian Timnas MLBB Women Indonesia yang berhasil meraih gelar juara di IESF WEC 2024:

Tabel III. 2 Pesan Verbal dari Pencapaian Timnas MLBB Women Indonesia yang Berhasil Meraih Gelar Juara di IESF WEC 2024

Signifer (Penanda)	Signified (Petanda)
Terharu 🥹 Terima Kasih Timnas MLBB Women ID atas pencapaian juara di IESF WEC 2024 🏆 Kami Bangga 🇮🇩	Caption ini menunjukkan apresiasi dan kebanggaan terhadap keberhasilan Timnas MLBB Women Indonesia meraih gelar juara di IESF WEC 2024 dengan menekankan elemen emosional melalui kata-kata seperti "Terharu 🥹"



#esports #mlbb #ladies #iesf2024

dan "Kami Bangga 🇮🇩". Penggunaan emoji seperti 🏆, 🏠, dan ID memperkuat pesan visual sekaligus menonjolkan identitas nasional untuk memotivasi *audiens*. Hashtag seperti #esports, #mlbb, #ladies, dan #iesf2024 digunakan untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas, meningkatkan visibilitas konten, dan mempererat hubungan dengan komunitas *eSports*. Caption ini efektif dalam menyampaikan kebanggaan nasional sekaligus membangun interaksi dengan pengikut di *media* sosial.

Caption ini menyampaikan apresiasi dan kebanggaan terhadap pencapaian **Timnas MLBB Women Indonesia** yang berhasil meraih gelar juara di **IESF WEC 2024**, yang diposting Yang diposting 20 November 2024, dengan *engagement rate* 14,0%, *likes* 76K dan *Comment* 1,3K.

Sebuah turnamen internasional bergengsi dalam dunia *eSports*. Dengan kata-kata "Terharu 🇮🇩" dan "Kami Bangga 🇮🇩", *caption* ini menggunakan elemen emosional untuk menyentuh hati *audiens*, terutama penggemar *eSports* di Indonesia, sehingga menciptakan koneksi yang lebih kuat antara pengikut dan akun.

Penyertaan emoji seperti 🏆 untuk menggambarkan kemenangan, 🏠 untuk simbol semangat, dan ID untuk menonjolkan identitas nasional memperkuat elemen visual dalam *caption*. Hal ini tidak hanya meningkatkan daya tarik estetis, tetapi juga menekankan kebanggaan nasional yang dapat memotivasi *audiens* untuk memberikan dukungan lebih besar kepada Timnas MLBB Women. Elemen ini juga berfungsi untuk meningkatkan *engagement* dengan cara memicu respons emosional seperti komentar positif dan dukungan di *media* sosial.

Hashtag yang digunakan (#esports, #mlbb, #ladies, #iesf2024) adalah bagian dari *strategi* digital untuk memperluas jangkauan konten. Hashtag tersebut tidak hanya menarik *audiens* yang sudah familiar dengan akun, tetapi juga menjangkau komunitas yang lebih luas, termasuk mereka yang tertarik pada *eSports*, MLBB, dan turnamen wanita.



Konten MobaZane



Gambar III. 4 Akun Instagram MobaZane

Sumber: https://www.instagram.com/p/DDMV8U3Jow4/?utm_source=ig_web_copy_link

Pesan Non Verbal

Berikut ini adalah pesan verbal yang dilakukan oleh MobaZane:

Tabel III. 3 Pesan Verbal yang dilakukan oleh MobaZane

Signifer (Penanda)	Signifited (Petanda)
MobaZane masih aja 🤔 <u>#m6worldchampionship #mlbb #esports</u>	Caption ini mengomentari tindakan MobaZane , pemain profesional <i>Mobile Legends: Bang Bang</i> (MLBB), dengan gaya santai dan penuh makna, menggunakan frasa "masih aja 🤔" yang memicu rasa penasaran <i>audiens</i> . Emoji 🤔 menambah daya tarik visual, memperkuat nada ringan yang sesuai dengan target <i>audiens</i> . Hashtag seperti #m6worldchampionship, #mlbb, dan #esports menghubungkan konten dengan Kejuaraan Dunia M6, memperluas jangkauan dan menarik komunitas <i>eSports</i> global. Strategi ini efektif dalam memanfaatkan momen populer untuk meningkatkan visibilitas, keterlibatan <i>audiens</i> , dan relevansi akun dalam komunitas MLBB.



Caption ini mengomentari tindakan **MobaZane**, pemain profesional *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB), dengan gaya santai dan penuh makna, menggunakan frasa "masih aja 🤔" yang memicu rasa penasaran *audiens*. Emoji 🤔 menambah daya tarik visual, memperkuat nada ringan yang sesuai dengan target *audiens*. Hashtag seperti #m6worldchampionship, #mlbb, dan #esports menghubungkan konten dengan Kejuaraan Dunia M6, memperluas jangkauan dan menarik komunitas *eSports* global. Strategi ini efektif dalam memanfaatkan momen populer untuk meningkatkan visibilitas, keterlibatan *audiens*, dan relevansi akun dalam komunitas MLBB.

Caption ini mengomentari aksi atau perilaku yang dilakukan oleh **MobaZane**, salah satu pemain profesional *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB), Yang diposting 5 Desember 2024, dengan *engagement rate* 10,2%, *likes* 55K dan Comment 643. dengan nada yang ringan namun penuh makna. Frasa "masih aja 🤔" menyiratkan keheranan atau kejutan terhadap tindakan yang dilakukan, tanpa menyebutkan secara spesifik apa yang dimaksud, sehingga memicu rasa penasaran *audiens*. Penggunaan emoji 🤔 menambah elemen ekspresif dan kontekstual, memperkuat daya tarik visual *caption*.

Hashtag yang digunakan (#m6worldchampionship, #mlbb, #esports) berfungsi untuk mengaitkan konten dengan tema besar yang sedang populer, yaitu Kejuaraan Dunia M6. Ini membantu memperluas jangkauan *audiens*, menarik perhatian penggemar MLBB, dan menghubungkan postingan dengan komunitas *eSports* secara global. Caption ini mencerminkan strategi akun untuk memanfaatkan momen populer dalam dunia *eSports*, menarik perhatian *audiens*, dan meningkatkan *engagement* melalui pendekatan yang sederhana tetapi efektif.

Konten RRQ Hoshi gugur dari M6

Berikut ini adalah gambar unggapan pemilik akun instagram @onic_bruskoo yang sedih melihat mantan timnya yang gugur dari M6:



Gambar III. 5 Akun Instagram @onic_bruskoo

Sumber: https://www.instagram.com/reel/DDdriIjZTe/?utm_source=ig_web_copy_link

Pesan Verbal

Tabel III. 4 Pesan Verbal akun Instagram @onic_bruskoo

Signifer (Penanda)	Signifited (Petanda)
Ungkapan rasa sedih @onic_bruskoo melihat mantan timnya, RRQ Hoshi gugur dari M6 sebelum sempat merasakan sensasi bertanding	Caption ini mengungkapkan kesedihan @onic_bruskoo terhadap gugurnya mantan timnya, RRQ Hoshi , dari Kejuaraan Dunia M6



dengan mereka. #M6WorldChampionship #GreaterThanEver #M6xROGInterview #MLBB #MLBBM6 #MLBBEsports	sebelum memiliki kesempatan bertanding melawan mereka, mencerminkan hubungan emosional dan dinamika kompetisi dalam <i>eSports</i> . Hashtag seperti #M6WorldChampionship, #GreaterThanEver, dan lainnya digunakan untuk menghubungkan konten dengan tema turnamen dan menjangkau komunitas <i>eSports</i> global. Strategi ini efektif dalam membangun kedekatan emosional, meningkatkan visibilitas, dan memperkuat keterlibatan penggemar melalui narasi personal yang relevan.
---	--

Caption ini menggambarkan ungkapan emosi dari @onic_bruskoo, seorang pemain *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB), yang merasa sedih melihat mantan timnya, RRQ Hoshi, gugur dari Kejuaraan Dunia M6 sebelum memiliki kesempatan untuk bertanding melawan mereka. Yang diposting 5 Desember 2024, dengan *engagement rate* 9,2%, *likes* 52K dan *Comment* 654. Pernyataan ini tidak hanya mencerminkan hubungan emosional antara pemain dan mantan timnya, tetapi juga menonjolkan dinamika kompetisi dalam *eSports*.

Hashtag seperti #M6WorldChampionship, #GreaterThanEver, #M6xROGInterview, #MLBB, #MLBBM6, dan #MLBBEsports digunakan untuk mengaitkan konten ini dengan tema utama turnamen M6 dan menjangkau komunitas *eSports* global. Penggunaan *hashtag* ini meningkatkan visibilitas konten di antara penggemar MLBB dan mempermudah *audiens* menemukan informasi yang relevan tentang turnamen.

Caption ini mencerminkan bagaimana *media* sosial dapat digunakan untuk mengomunikasikan cerita personal yang menarik perhatian *audiens*, membangun kedekatan emosional, dan memperkuat keterlibatan penggemar melalui narasi yang relevan dalam konteks kompetisi besar seperti Kejuaraan Dunia M6.



Konten M7 Digelar Di Indonesia 2026



Gambar III. 6 M7 Digelar di Indonesia 2026
Sumber : <https://www.instagram.com/p/DDmB6vFJZBF/>

Pesan Verbal

Tabel III. 5 Pesan Verbal M7 digela di Indonesia 2026

Signifer (Penanda)	Signifited (Petanda)
Yey M Series kembali digelar di Indonesia ID Catat guys, M7 Januari 2026 <u>#mlbb #m7worldchampionship #esports</u>	Caption ini mengumumkan bahwa M Series edisi M7 akan kembali digelar di Indonesia pada Januari 2026, disampaikan dengan nuansa antusiasme melalui frasa "Yey" dan emoji ID untuk membangun kebanggaan nasional. Ajakan seperti "Catat guys" mendorong keterlibatan <i>audiens</i> , sementara penggunaan <i>hashtag</i> seperti #mlbb,



	#m7worldchampionship, dan #esports memperluas jangkauan konten. Strategi ini efektif dalam menciptakan antisipasi, meningkatkan keterlibatan <i>audiens</i> , dan memperkuat posisi akun sebagai sumber informasi terpercaya dalam komunitas <i>eSports</i> .
--	---

Caption ini mengumumkan kabar gembira bahwa M Series, turnamen tingkat dunia untuk *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB), akan kembali diselenggarakan di Indonesia pada Januari 2026, yang merupakan edisi M7. Yang diposting 15 Desember 2024, dengan *engagement rate* 9%, *likes* 49K dan Comment 837. Frasa "Yey" dan emoji ID memberikan nuansa antusiasme dan kebanggaan nasional, menarik perhatian *audiens* khususnya dari komunitas MLBB di Indonesia. Caption ini juga memanfaatkan kata-kata ajakan seperti "Catat guys" untuk menciptakan keterlibatan langsung dengan *audiens*, mendorong mereka untuk mengingat tanggal penting tersebut.

Penggunaan *hashtag* seperti #mlbb, #m7worldchampionship, dan #esports membantu memperluas jangkauan postingan, memungkinkan konten ditemukan oleh *audiens* global yang mengikuti perkembangan turnamen MLBB. Strategi ini mencerminkan pendekatan komunikasi yang efektif dalam membangun antisipasi dan meningkatkan keterlibatan *audiens* menjelang perhelatan besar, sekaligus memperkuat posisi akun sebagai sumber informasi terpercaya dalam komunitas *eSports*.

Konten Coach Yeb Pamit dari Onic



Gambar III. 7 Coach Yeb Pamit dari Onic

Sumber : <https://www.instagram.com/p/DB8wmMdRQm5/>



Pesan Non Verbal

Tabel III. 6 Pesan Non Verbal Coach Yin Mengundurkan Diri dari Onic

Signifer (Penanda)	Signifited (Petanda)
Terima Kasih @onic.coachyeb 🙏 Terima kasih telah mewarnai MPL Indonesia dari Season 10 s/d Season 14. Goodluck di tim barunya di PH yah.. Salam buat keluarga 🍀 #esports #mlbb #goonic #rosterupdate	Caption ini menyampaikan apresiasi kepada @onic.coachyeb atas kontribusinya di MPL Indonesia dari Season 10 hingga Season 14, sekaligus mendukung langkah karier barunya di Filipina. Frasa "Terima Kasih" dan emoji 🙏 menciptakan koneksi emosional dengan <i>audiens</i> , sementara ajakan "Salam buat keluarga 🍀" menambah kehangatan dalam pesan. Hashtag seperti #esports , #mlbb , #goonic , dan #rosterupdate memperluas jangkauan konten dan menghubungkannya dengan komunitas <i>eSports</i> . Strategi ini efektif dalam membangun hubungan emosional, memperkuat loyalitas penggemar, dan menyampaikan pembaruan roster dengan cara yang menarik.

Caption ini menyampaikan apresiasi kepada [@onic.coachyeb](#) atas kontribusinya di **MPL Indonesia** dari Season 10 hingga Season 14, sekaligus mendukung langkah karier barunya di Filipina. Frasa "Terima Kasih" dan emoji

🙏 menciptakan koneksi emosional dengan *audiens*, sementara ajakan "Salam buat keluarga 🍀" menambah kehangatan dalam pesan. Hashtag seperti [#esports](#), [#mlbb](#), [#goonic](#), dan [#rosterupdate](#) memperluas jangkauan konten dan menghubungkannya dengan komunitas *eSports*. Strategi ini efektif dalam membangun hubungan emosional, memperkuat loyalitas penggemar, dan menyampaikan pembaruan roster dengan cara yang menarik.

Caption ini mengungkapkan apresiasi kepada [@onic.coachyeb](#), seorang pelatih yang telah berkontribusi dalam perjalanan **MPL Indonesia** dari Season 10 hingga Season 14, sekaligus memberikan dukungan atas langkah karier barunya di Filipina. Yang diposting 4 November 2024, dengan *engagement rate* 8,3%, *likes* 45K dan *Comment* 493. Dengan penggunaan frasa seperti "Terima Kasih" dan emoji 🙏, *caption* ini menyampaikan rasa penghargaan secara emosional, menciptakan koneksi personal dengan *audiens*, terutama penggemar ONIC dan komunitas *eSports*.

Ajakan untuk "Salam buat keluarga 🍀" menambahkan elemen kehangatan dan personal yang memperkuat hubungan emosional. Hashtag seperti [#esports](#), [#mlbb](#), [#goonic](#), dan [#rosterupdate](#) membantu meningkatkan visibilitas konten, menjangkau *audiens* yang lebih luas, dan menghubungkan pesan dengan pembaruan terkait dunia *eSports*. Strategi ini mencerminkan penggunaan *media* sosial sebagai alat untuk membangun hubungan emosional memperkuat loyalitas penggemar, dan menyampaikan berita roster secara efektif dalam komunitas *Mobile Legends*.

Hasil Penelitian

Konten Instagram @revivaltvid Dalam kajian Semiotika

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram [@revivaltvid](#) berhasil memanfaatkan *caption* sebagai alat komunikasi yang efektif untuk meningkatkan *engagement audiens*, terutama dalam komunitas *eSports* dan penggemar *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB).



Caption-caption yang diunggah memadukan pesan verbal dan non-verbal yang dirancang untuk menyampaikan informasi sekaligus membangun koneksi emosional yang kuat dengan *audiensnya*. Kombinasi elemen ini menciptakan interaksi yang bermakna, baik melalui *likes*, komentar, maupun partisipasi aktif lainnya.

Dari sisi pesan verbal, *caption* secara konsisten menyampaikan informasi yang relevan dengan gaya bahasa yang menarik. Misalnya, pada postingan tentang juara *M Series*, penyampaian data faktual tentang perolehan gelar juara dipadukan dengan ungkapan harapan "Semoga next *M Series* Indonesia bisa dapetin gelar lagi ya 🙏". Kalimat ini, yang dilengkapi emoji wajah sedih 😞, tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membangun rasa optimisme dan nasionalisme di kalangan *audiens*. Caption lain, seperti yang menyoroti kemenangan Timnas MLBB Women di IESF WEC 2024, menggunakan ungkapan emosional seperti "Terharu 🥹" dan "Kami Bangga 🙌" yang berhasil menciptakan rasa bangga nasional sekaligus memperkuat hubungan emosional dengan penggemar.

Selain pesan verbal, penggunaan elemen non-verbal seperti emoji memainkan peran penting dalam memperkuat daya tarik visual *caption*. Emoji seperti ID digunakan untuk menonjolkan identitas nasional, sementara emoji 🙌 dan 🏆 menggambarkan semangat dan kemenangan. Pada *caption* tentang **MobaZane**, penggunaan emoji 🤔 yang menggambarkan keheranan berhasil memicu rasa penasaran *audiens*, meskipun tanpa penjelasan detail mengenai konteksnya. Elemen visual ini tidak hanya menarik perhatian tetapi juga meningkatkan *engagement* dengan cara yang efektif.

Strategi lainnya adalah penggunaan *hashtag* yang relevan seperti #mlbb, #esports, dan #M6WorldChampionship. Hashtag ini membantu memperluas jangkauan konten, menghubungkan postingan dengan tema besar yang sedang populer di komunitas *eSports*. Dengan *hashtag* ini, konten tidak hanya menjangkau *audiens* yang sudah ada, tetapi juga menarik perhatian komunitas baru, termasuk penggemar internasional. Kombinasi *caption* yang menarik dengan *hashtag* yang strategis terbukti menghasilkan *engagement rate* yang signifikan, seperti 14,4% pada postingan tentang *M Series* dan 14,0% pada postingan kemenangan Timnas MLBB Women.

Secara keseluruhan, *caption-caption* yang diunggah oleh akun @revivaltvid menunjukkan kemampuan untuk memanfaatkan narasi personal, elemen visual yang kuat, dan optimisasi digital untuk menciptakan interaksi yang bermakna. Strategi ini tidak hanya berhasil meningkatkan *engagement*, tetapi juga memperkuat posisi akun sebagai sumber informasi terpercaya dalam komunitas *eSports*, sekaligus membangun loyalitas dan rasa kebersamaan di antara *audiensnya*. Temuan ini menegaskan pentingnya kombinasi elemen verbal, visual, dan strategi digital yang terintegrasi untuk membangun hubungan yang lebih dalam dengan *audiens* di media sosial.

Konten Instagram @revivaltvid Dalam Peningkatan Engagement

Hasil Penelitian Berdasarkan Indikator Konten Menurut Milhinhos (2015): Penelitian ini menganalisis konten Instagram @revivaltvid menggunakan pendekatan semiotika untuk memahami elemen simbolik yang memengaruhi *engagement*, serta indikator konten yang relevan seperti yang dijelaskan oleh Milhinhos (2015). Indikator-indikator tersebut meliputi relevansi, akurasi, nilai, kemudahan, pemahaman, kemudahan penemuan, dan konsistensi.

Pada *caption* tentang juara *M Series* yang diunggah pada 17 Desember 2024, *engagement rate* mencapai 14,4% dengan 79 ribu *likes* dan 861 komentar. Angka ini menunjukkan bahwa pesan verbal yang memadukan data faktual dengan harapan dan motivasi, seperti "Semoga next *M Series* Indonesia bisa dapetin gelar lagi ya 🙏 🏆" mampu memicu respons emosional dari *audiens*. Penggunaan emoji ID dan 🙌 juga membantu memperkuat identitas nasional, menciptakan rasa



kebanggaan dan keterlibatan *audiens*.

Konten kemenangan Timnas MLBB Women di IESF WEC 2024 yang diunggah pada 20 November 2024 mencatat *engagement rate* sebesar **14,0%** dengan **76 ribu likes** dan **1.300 komentar**. Ungkapan emosional seperti "Terharu 🥹" Dan emoji 🥰, serta ID berhasil menciptakan hubungan emosional yang kuat dengan *audiens*, khususnya penggemar dari Indonesia. Penggunaan *hashtag* seperti #esports dan #ladies memperluas jangkauan konten, menarik perhatian komunitas global yang mengikuti perkembangan kompetisi wanita di *eSports*.

Caption tentang **MobaZane** pada 5 Desember 2024 mencatat *engagement rate* sebesar **10,2%** dengan **55 ribu likes** dan **643 komentar**. Meskipun angka ini lebih rendah dibandingkan top *content* lainnya, penggunaan emoji 🥰 dan nada ringan berhasil memicu rasa penasaran *audiens*, mencerminkan bahwa gaya komunikasi informal juga memiliki daya tarik yang signifikan.

Konten lain seperti pengumuman M7 Series (*engagement rate* 9%) dan apresiasi terhadap pelatih @onic.coachyeb (*engagement rate* 8,3%) menunjukkan bahwa elemen narasi personal dan emosional, seperti "Terima Kasih" dan "Salam buat keluarga 🥰", juga efektif dalam meningkatkan keterlibatan *audiens*. Meskipun *engagement rate* lebih rendah dibandingkan konten lain, strategi ini tetap relevan untuk membangun hubungan yang bermakna

Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa konten yang menggabungkan pesan informatif, narasi personal, elemen visual menarik, dan optimisasi *hashtag* berhasil meningkatkan *engagement* secara signifikan. Kombinasi elemen ini memungkinkan akun @revivaltvid untuk tidak hanya menarik perhatian *audiens* tetapi juga menciptakan hubungan yang lebih mendalam.

Hasil Analisis Konten

1. Konten "Peraih Title Juara M Series"

- Engagement Rate:** 14,6%
- Likes:** 79K
- Comments:** 861 Analisis:

Konten ini memiliki relevansi tinggi karena membahas pencapaian yang signifikan di dunia *Mobile Legends*. Nilainya kuat karena memberikan kebanggaan kepada *audiens*, serta mudah dipahami dengan narasi kemenangan yang sederhana. Konsistensi akun dalam memposting berita besar juga mendukung *engagement*.

2. Konten "Momen Haru Lagu Indonesia Raya Berkumandang di IESF WEC 2024"

- Engagement Rate:** 14,0%
- Likes:** 76K
- Comments:** 1,3K Analisis:

Konten ini menggabungkan emosi nasionalisme dan relevansi yang tinggi dengan *audiens* Indonesia. Akurasi informasi yang disajikan, ditambah nilai simbolik dari lagu kebangsaan, menciptakan daya tarik emosional yang signifikan. Mudah ditemukan melalui *hashtag* populer dan relevan dengan momen besar esports.

3. Konten "Pencapaian Timnas MLBB Women Indonesia di IESF WEC 2024"

- Engagement Rate:** 14,4%
- Likes:** 79K
- Comments:** 861 Analisis:

Tema pemberdayaan perempuan di dunia esports memberikan nilai yang kuat. Konten ini relevan dengan *audiens* yang mendukung kesetaraan gender dan menunjukkan konsistensi akun dalam menyoroti pencapaian nasional.



4. Konten "Ungkapan Rasa Sedih RRQ Kalah"

a. **Engagement Rate:** 9,6%

b. **Likes:** 52K

c. **Comments:**654 **Analisis:**

Meskipun *engagement* lebih rendah, konten ini tetap relevan bagi penggemar tim RRQ. Emosi kesedihan yang diangkat memberikan daya tarik, meskipun nilai simbolik dan konsistensi narasi kurang menonjol dibandingkan konten kemenangan.

5. Konten "MobaZane"

a. **Engagement Rate:** 10,2%

b. **Likes:** 55K

c. **Comments:**643

Analisis:

Konten ini memiliki relevansi moderat, terutama bagi audiens yang mengikuti perkembangan esports global. Nilai informasi tentang pemain internasional cukup menarik, tetapi elemen emosionalnya kurang kuat.

6. Konten "M7 Resmi Digelar di Indonesia Tahun 2026"

a. **Engagement Rate:** 9,0%

b. **Likes:** 49K

c. **Comments:**837 **Analisis:**

Sebagai konten informatif, pengumuman ini memiliki relevansi tinggi, tetapi kurang dalam hal nilai emosional. Kemudahan penemuan melalui *hashtag* dan konsistensi akun dalam menyajikan informasi penting tetap mendukung *engagement*.

7. Konten "Perpisahan 5 Season bersama Coach YEB Kini Pamit dari Fnatic Onic"

a. **Engagement Rate:** 8,3%

b. **Likes:** 45K

c. **Comments:**493 **Analisis:**

Tema perpisahan memiliki relevansi dengan penggemar, tetapi nilai emosionalnya lebih bersifat pribadi sehingga tidak menarik *audiens* yang lebih luas. Akurasi dan konsistensi dalam menyajikan berita tetap menjadi kekuatan.

Berdasarkan analisis semiotika dan indikator Milhinhos (2015), konten yang paling mampu meningkatkan *engagement* adalah konten yang memenuhi kriteria berikut:

1. **Relevansi tinggi:** Membahas topik yang penting dan menarik bagi *audiens* utama, seperti kemenangan atau momen besar di dunia *Mobile Legends*.
2. **Nilai kuat:** Memberikan manfaat emosional, seperti rasa bangga (kebanggaan nasional) atau inspirasi (pemberdayaan perempuan).
3. **Emosi yang kuat:** Konten yang mampu membangkitkan perasaan positif, seperti kebahagiaan atas kemenangan atau haru atas pencapaian nasional.
4. **Kemudahan penemuan:** Optimalisasi penggunaan *hashtag* populer dan judul yang menarik perhatian.
5. **Konsistensi:** Penyajian berita besar secara konsisten untuk menjaga ekspektasi *audiens*.

Dengan demikian, konten yang berfokus pada momen besar, seperti "Peraih Title Juara M Series" (14,6% *engagement rate*) dan "Momen Haru Lagu Indonesia Raya Berkumandang di IESF WEC 2024" (14,0% *engagement rate*), menunjukkan efektivitas tertinggi dalam meningkatkan interaksi dan keterlibatan *audiens* pada akun Instagram



@revivaltvid.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini mengungkap bahwa peningkatan *engagement* di Instagram sangat dipengaruhi oleh penggunaan *strategi* komunikasi yang memadukan elemen pesan verbal dan non-verbal. Akun @revivaltvid berhasil memanfaatkan potensi Instagram sebagai platform untuk membangun interaksi yang bermakna dengan *audiens*, terutama komunitas *eSports* dan penggemar *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB).

Peningkatan Engagement di Instagram:

1. Akun @revivaltvid berhasil meningkatkan *engagement* melalui kombinasi *strategi* komunikasi yang efektif, menghasilkan *engagement rate* yang tinggi, seperti **14,4%** pada konten *M Series* dan **14,0%** pada kemenangan Timnas MLBB Women.
2. Penggunaan fitur Instagram seperti *caption*, emoji, dan *hashtag* yang relevan membantu memperluas jangkauan konten, menarik *audiens* baru, dan memperkuat loyalitas pengikut.
3. *Strategi* ini tidak hanya menciptakan interaksi berupa *likes* dan komentar, tetapi juga memperkuat posisi akun sebagai sumber informasi utama di komunitas *eSports*.

Pesan Verbal dan Non-Verbal:

1. **Pesan Verbal:** *Caption* pada postingan menggunakan ungkapan emosional seperti "Terima Kasih" atau "Kami Bangga" yang membangun koneksi emosional dengan *audiens*. Narasi personal, apresiasi, dan harapan memotivasi *audiens* untuk berinteraksi melalui komentar dan *likes*.
2. **Pesan Non-Verbal:** Penggunaan emoji seperti 🙌, 🏆, dan 🎮 memperkuat makna pesan, menarik perhatian, dan menyampaikan ekspresi secara visual. Elemen non-verbal ini memberikan daya tarik tambahan dan memperkaya pengalaman *audiens* saat berinteraksi dengan konten.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan dalam meningkatkan *engagement* di Instagram terletak pada kemampuan untuk memanfaatkan pesan verbal yang relevan, pesan non-verbal yang menarik, dan *strategi* digital yang efektif. Akun @revivaltvid telah membuktikan bahwa pendekatan ini tidak hanya menciptakan interaksi yang tinggi tetapi juga memperkuat hubungan emosional dengan *audiens*, menjadikannya model yang relevan untuk pengelolaan *media* sosial di era digital.

Konten yang bersifat informatif tanpa elemen emosional yang kuat, seperti "M7 Resmi Digelar di Indonesia Tahun 2026" (*engagement rate* 9,0%) atau "Perpisahan Coach YEB Kini Pamit dari Fnatic Onic" (*engagement rate* 8,3%), cenderung memiliki *engagement* yang lebih rendah. Meskipun relevan, kurangnya daya tarik emosional membuat *audiens* tidak terlalu terlibat.

Ini didasarkan pada indikator konten yang efektif menurut (Milhinhos, 2015), yaitu relevansi, akurasi, nilai, kemudahan pemahaman, kemudahan penemuan, dan konsistensi. Konten dengan relevansi tinggi, nilai emosional, dan konsistensi unggahan terbukti lebih mampu menarik *audiens* dan meningkatkan *engagement*.

Penelitian ini menunjukkan bahwa *audiens* @revivaltvid mengapresiasi konten yang tidak hanya informatif tetapi juga memberikan nilai emosional dan kebanggaan, yang memperkuat interaksi mereka dengan akun tersebut. *Strategi* ini dapat diadopsi untuk mempertahankan dan meningkatkan *engagement* di masa mendatang.



Saran

1. Bagi **@revivaltv**, penting untuk terus mengembangkan variasi konten di akun Instagram seperti menambahkan elemen edukasi, wawancara eksklusif, dan dokumentasi perjalanan tim dalam turnamen untuk meningkatkan daya tarik *audiens*. Selain itu, memanfaatkan fitur interaktif Instagram seperti *polling*, Q&A, dan *live streaming* dapat menciptakan interaksi langsung yang lebih kuat dengan pengikut, sekaligus meningkatkan loyalitas komunitas. Kolaborasi dengan influencer *eSports* atau komunitas *Mobile Legends* juga dapat membantu memperluas jangkauan akun serta memperkaya konten dengan perspektif yang lebih beragam. Untuk memastikan keberlanjutan *strategi* yang efektif, **@revivaltv** disarankan memanfaatkan data analytics untuk memahami tren *engagement* dan preferensi *audiens*. Peningkatan kualitas visual seperti desain grafis, foto, dan video juga menjadi faktor penting untuk membuat konten lebih kompetitif dan menarik di tengah persaingan platform *media* sosial.
2. Sementara itu, untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas penelitian ke platform *media* sosial lainnya seperti TikTok, YouTube, atau Twitter untuk mengeksplorasi pendekatan berbeda dalam menyampaikan konten *eSports*. Penelitian dengan fokus pada *audiens* yang lebih spesifik, seperti segmentasi berdasarkan usia atau wilayah, juga dapat memberikan wawasan mendalam tentang preferensi mereka. Analisis efektivitas konten video pendek seperti Instagram *Reels* dan TikTok juga relevan untuk memahami tren yang sedang berkembang. Selain itu, penelitian tentang dampak kolaborasi antara akun *media* sosial seperti **@revivaltv** dengan influencer dapat membantu mengukur pengaruhnya terhadap *engagement audiens*. Penelitian jangka panjang untuk memantau perubahan *strategi* dan *engagement* dapat memberikan pandangan yang lebih komprehensif, serta eksplorasi dampak psikologis dari pesan verbal dan non-verbal pada *audiens* dalam jangka panjang dapat menjadi kontribusi yang berarti dalam studi *media* sosial dan *eSports*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Syakir Media Press. Anggraini, P., & Cindoswari, A. R. (2024). Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh Diskominfo Kota Batam Sebagai Alat Untuk Menyampaikan Informasi Kepada Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 47–54.
- Asfar, A. M. I. T. (2019). Analisis Naratif, Analisis Konten, dan Analisis Semiotik. *ResearchGate*, 1, 1–3.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Mediakita. Eriyanto. (2015). *Analisis Isi*. Prenadamedia Group.
- Fanani, F. (2013). Semiotika Strukturalisme Saussure. *Jurnal The Messenger*, 5(1), 10.
- Fraenkel, Jack R., Wallen, N. E. (2009). How to Design and Evaluate Research in Education. *McGraw-Hill Higher Education*, 0, 707.
- Hanifah, L. N. (2022). The Effectiveness of Hospital Instagram Accounts in Serang Regency in COVID-19 Health Promotion. *Jurnal Universitas Airlangga*, 21(March 2020), 13.
- Herlina, N. (2017). Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @sumbar_rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 1–12.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*.
- Hidayat, D. N. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Hubner, I. B., Virgiana Wijaya, J., & Dwi Nugraha, K. (2022). Efektivitas Media Sosial Instagram



- Sebagai Media Promosi Produk Flash Coffee Di Jabodetabek. *Jurnal Bangun Manajemen*, 1(2), 73–79. <https://doi.org/10.56854/jbm.v1i2.94>
- Husaini, M. Z., & Kusuma, A. S. (2015). *Analisis Manajemen Impresi Pemain Game Moblie Legends: Bang Bang*. 6.
- Husna, I., & Hero, E. (2022). Analisis Semiotika Ferdinand De Saussures Makna Pesan Iklan Rokok A Mild Versi Langkah. *Journal of Discourse and Media Research*, 1(01), 44–59.
- Ihsan, A. (2018). EfektIIIitas Komunikasi Akun Facebook @erjimedia Dalam Menyebarkan Informasi Dakwah. *JOM FISIP*, 5(1).
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (2nd ed.). Sage Publications.
- Larasati, P. K. P. (2022). EfektIIIitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(1), 121–128. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.507>
- Lidara, A. (2022). EfektIIIitas penggunaan media sosial instagram @Infopku_ sebagai media informasi online Kota Pekanbaru. *UIN Suska Riau (Skripsi)*, 5317, 1–84.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (1995). *Designing QualitatIIIe Research*. SAGE Publications.
- Maulana, A. R., Suryandari, I. H., & Kristanto, A. T. (2024). Analisis Valuasi Aset Virtual Dalam Game Mobile Legend. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 20(1).
- Milhinhos, P. (2015). The Impact of Content Marketing On Attitudes and Purchase Intentions of Online Shoppers: The Case of Videos & Tutorials and User- Generated Content. *Brazilian School of Public and Business Administration*.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi suatu Pengantar* (21st ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Simbiosis Rekatama.
- Nurudin. (2016). *Ilmu komunikasi : ilmiah dan populer*. Rajagrafindo Persad.
- Puspita, Y. (2015). Pekommas Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa. *Pekommas Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika Dan Media Massa*, 18(3), 151–224.
- Rakhmawati, N. A., Purba, E. S., Engedi, K. C., Gemilang, V. O., Salsabila, A. R., & Billah, A. M. (2020). Analisis Perilaku Verbal Pemain Mobile Legends Berusia 13-17 Tahun Secara Daring. *Jurnal Humoniora Bima Sarana Informatika*, 20(2), 106–111.
- Rodin, R. (2021). *Teori dan Praktik Pengorganisasian Dokumen Perpustakaan dan Informasi*. Lembaga Chakra Brahmanda Lentera.
- Romadlon, M. A. (2022). *Analisis Isi Trash Talking pada Konten Game Online Mobile Legend di Akun Youtube Brandon Kent*. UnIIIersitas Bhayangkara Surabaya.
- Roosinda, W. F., Lestari, N. S., Utama, A. G. S., Anisah, H. U., Siahaan, A. L. S., Islamiati, S. H. D., Astiti, K. A., Hikmah, N., & Fasa, M. I. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. Zahir Publishing.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sutabri, T. (2004). *Analisa Sistem Informasi* (1st ed.). ANDI.
- Widaya, M., Susilo, D., & Mulia, U. B. (2024). Analisis Konten Instagram @mpl. id dalam Mempromosikan Olahraga Elektronik Gim Daring Mobile Legends. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 8(2), 132–141.