

Pengelolaan Konten *Reels* dalam Meningkatkan Eksistensi Seni Kabaret Bandung

Fajar Fadillah Rizki, Ferry Darmawan*

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

fajarfadillah1718@gmail.com, ferry@unisba.ac.id

Abstract. Social media has become an effective communication tool for promoting arts and culture, including kabaret art originating from Bandung. This study aims to examine the content management strategies on the Instagram account @federasikabaretbandung to enhance the existence of kabaret art among the younger generation. By utilizing the Reels feature, the account seeks to convey the values of kabaret art through creative visual approaches that align with the digital preferences of Gen Z. This research employs a qualitative method with a case study approach, involving observation, in-depth interviews, and document analysis. Data were collected from Instagram account managers, audiences, and the kabaret community in Bandung. The findings indicate that the content management strategies implemented involve three main approaches based on Jones and Pittman's impression management theory: ingratiation, self-promotion, and exemplification. These approaches are applied in the planning and production of content to create emotional connections with the audience, increase awareness, and build a positive image of Bandung's kabaret art. The results of the study suggest that utilizing the Reels feature can effectively reach a wider audience, strengthen appreciation for kabaret art, and sustain its existence in the digital era. This research contributes to the development of digital communication strategies for preserving local cultural arts and serves as a reference for other communities aiming to optimize social media utilization.

Keywords: *Bandung Kabaret Art, Federasi Kabaret Bandung, Social Media.*

Abstrak. Media sosial telah menjadi alat komunikasi yang efektif dalam mempromosikan seni dan budaya, termasuk seni kabaret yang berasal dari Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pengelolaan konten pada akun Instagram @federasikabaretbandung dalam meningkatkan eksistensi seni kabaret di kalangan generasi muda. Dengan memanfaatkan fitur Reels, akun ini berupaya menyampaikan nilai-nilai seni kabaret melalui pendekatan visual yang kreatif dan relevan dengan preferensi digital Gen Z. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melibatkan observasi, wawancara mendalam, dan analisis dokumentasi. Data dikumpulkan dari pengelola akun Instagram, audiens, dan komunitas kabaret Bandung. Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi pengelolaan konten yang dilakukan melibatkan tiga pendekatan utama berdasarkan teori manajemen impresi Jones dan Pittman: ingratiation, self-promotion, dan exemplification. Ketiga pendekatan ini diterapkan dalam perencanaan dan produksi konten untuk menciptakan hubungan emosional dengan audiens, meningkatkan kesadaran, serta membangun citra positif seni kabaret Bandung. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa pemanfaatan fitur Reels dapat menjadi sarana efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas, memperkuat apresiasi terhadap seni kabaret, dan mempertahankan eksistensinya di era digital.

Kata Kunci: *Seni Kabaret Bandung, Federasi Kabaret Bandung, Media Sosial.*

A. Pendahuluan

Perkembangan media informasi pada era globalisasi ini telah menciptakan beragam jenis media baru, saat ini, media dengan jalur internet sangat diminati dan populer di kalangan semua orang. Mulai dari anak muda hingga dewasa, internet sudah menjadi kebutuhan pokok sehari-hari. Pada dasarnya kehadiran internet diciptakan untuk mempermudah pengguna dalam mendapatkan beragam informasi hingga hiburan yang tersebar di seluruh dunia tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu, salah satunya melalui media sosial. Instagram contohnya, Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial berbasis internet yang dapat dikategorikan sebagai media sosial 3 in 1, hal ini dikarenakan media sosial ini bukan hanya wadah untuk menyebarkan informasi secara text, namun juga pengguna dapat membagikan foto, video, ataupun suara. Media sosial Instagram pun adalah salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan oleh warga Indonesia.

Pada hasil survei *We Are Social 2024* tercatat bahwa Instagram menempati urutan ke 4 dalam Top Websites: Similarweb Ranking dengan dilihat dari penggunaan bulanan sebanyak 222 juta pengguna. Selain menjadi media informasi, Instagram juga sering kali dijadikan tempat pengabadian momen pengguna dapat membagikan kegiatan pada kehidupan sehari-hari, dan akan otomatis tersimpan pada arsip untuk jangka waktu yang sangat lama. Kabaret Bandung adalah seni pertunjukan teater komedi yang berkembang di Kota Bandung sejak awal 1980-an. Pertunjukan ini menggabungkan unsur komedi, musik, tarian, dan teater, sering kali disajikan dalam bentuk parodi dengan menggunakan audio playback, di mana para aktor melakukan lip-sync terhadap rekaman dialog dan musik. Federasi Kabaret Bandung atau yang dulunya dikenal sebagai Forum Kabaret Bandung merupakan sebuah komunitas yang menggunakan Instagram sebagai media dalam penyebaran informasi terkait seni kabaret Bandung. Komunitas ini dibentuk sebagai wadah penyampaian informasi terkait kegiatan dari tim-tim kabaret di Kota Bandung. Pembentukan Federasi Kabaret Bandung ditujukan untuk menyatukan masing-masing tim kabaret Bandung dan diberikan fasilitas untuk membagikan atau menginformasikan segala agenda yang akan dilaksanakan oleh masing-masing tim kabaret, selain untuk mempromosikan, tujuan dari pembentukan FKB ini pun adalah agar membentuk sebuah awareness tentang kesenian kabaret Bandung kepada para penggiat media sosial, terutama media sosial Instagram.

Pada tahun 1994-1997, berbagai kelompok kabaret mulai bermunculan di sekolah-sekolah dan kampus-kampus di Bandung, seperti SMA Negeri 5 Bandung, SMA Puragabaya, SMA Negeri 19 Bandung, SMA Negeri 6 Bandung, SMA Kartika Candra, dan SMA Negeri 2 Bandung. Mereka sering tampil dalam acara-acara sekolah seperti pentas seni, bazar, dan pekan olahraga, dengan menggunakan rekaman audio yang dipadukan dengan potongan lagu dan parodi. Untuk memfasilitasi pertumbuhan komunitas kabaret, para praktisi membentuk Forum Kabaret Bandung (FKB) pada tahun 1996 sebagai wadah silaturahmi dan pengembangan seni kabaret di Kota ini. FKB berperan penting dalam menyatukan berbagai kelompok kabaret dan mendorong kreativitas mereka melalui festival dan workshop. Kabaret Bandung terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan zaman. Beberapa kelompok kabaret, seperti Bosmat Kabaret, mengangkat tema-tema sejarah dalam pertunjukan mereka untuk menarik minat generasi muda. Misalnya, pertunjukan “Oh Bandung” terinspirasi dari peristiwa bersejarah Bandung Lautan Api, yang bertujuan mengenalkan sejarah kepada anak muda melalui seni kabaret. Dalam perspektif seni peran, salah satu tujuan kabaret adalah “mengembangkan kemampuan berekspresi, menganalisis naskah, dan mentransformasi diri ke dalam karakter yang dimainkan” (Saptaria, 2006). Hal ini memungkinkan seniman kabaret untuk mengekspresikan gagasan, intuisi, dan perasaan mereka, menciptakan kepuasan tersendiri dalam berkarya (Sumardjo 2000). Daya tarik inilah yang menjadikan kabaret semakin diminati dan diapresiasi, sehingga peminatnya terus bertambah.

Menurut Vitasari dan Hasanudin menyebutkan bahwa, “Saat ini mempromosikan sesuatu hanya butuh ketikan dan posting, hadirnya fitur reels dalam Instagram, membuat teknik promosi menjadi lebih flexible karena melibatkan text, audio, dan Visual.” Menurut Nasrullah pemasaran melalui media digital seperti media sosial dapat menjangkau audiens secara efektif, interaktif, dan terukur”. Awareness sangat diutamakan dalam dunia promosi, maka dari itu Federasi Kabaret Bandung gencar membuat konten promotional seni Kabaret dengan tujuan meningkatkan Awareness audiens media sosial Instagram terhadap kesenian kabaret Bandung dan juga secara tidak langsung dapat meningkatkan eksistensi kesenian ini.

Eksistensi adalah proses yang cair dan terus berkembang, mencerminkan gagasan tentang menjadi atau muncul. Hal ini membuat skema penyebaran informasi mengenai seni Kabaret di tekan lebih kencang dan berulang oleh Federasi Kabaret Bandung, alasannya karena untuk membuat seni ini terus berkembang, dibutuhkan usaha yang lebih dari setiap penggiat agar seni ini mampu dan dapat terus ditampilkan sebagai suatu kesenian khas. Pembuatan konten Reels pada Instagram @federasikabaretbandung dirancang secara sistematis melalui hasil diskusi yang melibatkan Topman dan Tim Medavo, sehingga engagement audiens meningkat di setiap kontennya. Fadeli mengungkapkan bahwa penggunaan Instagram Reels lebih efektif dibandingkan dengan postingan teks dalam pemasaran di Instagram. Reels mampu menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara yang lebih menarik secara visual, melalui perpaduan gambar, suara, dan teks. Selain itu, Reels lebih mudah dibagikan dan sering kali muncul di halaman Explore, yang memungkinkan konten dapat menjangkau audiens yang lebih besar di luar pengikut langsung.

Pengguna media sosial akan lebih memilih tayangan hiburan yang menghibur namun memberikan pesan atau informasi yang menarik, tidak hanya visual yang bagus atau penggunaan audio yang baik, namun konten yang di bagikan pada media sosial lebih dapat diterima oleh khalayak pengguna dengan mengimbangi antara visual audio dan juga informasi. Hal ini dapat membuat audience memiliki perasaan emosional tersendiri.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, Peneliti menunjukkan bahwa penelitian ini berbeda dari penelitian yang telah ada, karena penelitian ini bukan hanya meneliti sebuah strategi peningkatan eksistensi sebuah organisasi, namun juga dapat meningkatkan awareness dari seni yang di promosikan melalui konten pada akun organisasi tersebut.

perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Pengelolaan Konten Reels Dalam Meningkatkan Eksistensi Seni Kabaret Bandung” Selanjutnya, tujuan peneliti dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut: (1) Peneliti ingin menganalisa bagaimana tim media mencetuskan ide/gagasan dalam pengelolaan konten di akun Instagram @federasikabaretbandung; (2) Peneliti ingin mengetahui bagaimana cara tim media di Instagram @federasikabaretbandung meningkatkan eksistensi kabaret Bandung; (3) Peneliti ingin mengetahui alasan Federasi Kabaret Bandung memanfaatkan fitur reels pada Instagram dalam meningkatkan eksistensi seni Kabaret Bandung.

B. Metode

Penelitian ini, menggunakan metode kualitatif dimana seorang peneliti merupakan kunci pada penelitian ini. Peneliti berperan sebagai perencana, pengumpul data, hingga penganalisis. Dengan menggunakan Teknik ini pengemabihan sampel sumber data dengan mempertimbangkan factor tertentu. Adapun Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini diawali dengan reduksi data, kemudian penyajian data, terakhir merupakan penarikan kesimpulan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian berupa temuan-temuan penelitian yang memaparkan data atau informasi yang disajikan dalam bentuk deskripsi yang di dapatkan dari hasil penelitian, melalui wawancara, observasi, dan juga dokumentasi. Hasil penelitian ini kemudian akan dijelaskan dengan kutipan wawancara, serta dokumentasi. Selanjutnya dalam pembahasan akan dilakukan analisis hasil penelitian mengenai manajemen komunikasi penyiaran pada radio komunitas kampus di Bandung dalam mempertahankan eksistensinya. Berdasarkan metode penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan studi kasus dan paradigma konstruktivisme. Disini peneliti akan menguraikan data yang akan diolah bersama konsep literature dan juga teori yang sebelumnya pernah diuraikan.

Proses Pencetusan Ide dalam Mengelola Konten Reels

Tahapan dalam pembuatan ide/gagasan setiap konten reels dilakukan dengan sistematis, dalam temuan ini peneliti dapat menyimpulkan bahwa pada setiap proses pencetusan ide dalam mengelola konten Reels pada akun Instagram @federasikabaretbandung dilakukan secara sistematis melalui brainstorming yang melibatkan seluruh tim media kreatif. Proses ini biasanya dilakukan secara berkala dengan fokus pada tren digital terkini, masukan dari komunitas kabaret, dan analisis data engagement dari konten yang telah dipublikasikan sebelumnya. Melalui pendekatan ini, Federasi Kabaret Bandung (FKB) memastikan bahwa setiap ide konten yang dihasilkan relevan dengan

kebutuhan audiens serta mendukung misi organisasi dalam mempromosikan seni kabaret di Bandung. Pencetusan ide dimulai dengan identifikasi tema atau pesan utama yang ingin disampaikan. Tim media kreatif sering kali mengambil inspirasi dari tren viral di media sosial, seperti penggunaan musik populer atau tantangan kreatif, yang kemudian disesuaikan dengan elemen kabaret mulai dari candaan, penggunaan Bahasa, dan pembawaan yang menghibur. Setelah tema ditentukan, tim mengembangkan konsep visual dan narasi untuk memastikan bahwa konten tidak hanya menarik tetapi juga menyampaikan pesan yang jelas. kebutuhan audiens dipahami melalui analisis engagement, seperti jumlah likes, komentar, dan views. Data ini digunakan untuk mengevaluasi jenis konten yang paling diminati dan menyesuaikan strategi pencetusan ide di masa mendatang. Selain itu, ide konten juga sering kali muncul dari kolaborasi dengan komunitas kabaret lokal. Diskusi dengan pelaku seni kabaret memberikan wawasan baru yang memungkinkan FKB menghasilkan konten yang lebih autentik dan dekat dengan komunitasnya. Dengan melibatkan komunitas dalam proses pencetusan ide, FKB tidak hanya memperkaya kreativitas konten tetapi juga memperkuat rasa memiliki di kalangan komunitas kabaret.

Proses pencetusan ide yang dilakukan oleh FKB mencerminkan komitmen mereka untuk terus berinovasi dalam memanfaatkan media sosial sebagai platform utama. Dengan pendekatan yang terstruktur, berbasis data, dan melibatkan komunitas, FKB berhasil menciptakan konten Reels yang tidak hanya relevan secara budaya tetapi juga efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Strategi ini tidak hanya meningkatkan eksistensi seni kabaret di era digital tetapi juga memastikan keberlanjutan seni tersebut sebagai bagian dari budaya Bandung.

Pengelolaan Konten untuk Meningkatkan Eksistensi Seni Kabaret

Pengelolaan konten Instagram oleh Federasi Kabaret Bandung (FKB) dirancang secara strategis untuk memperkuat eksistensi seni kabaret Bandung di era digital. Dalam setiap unggahan Reels, FKB memanfaatkan kombinasi visual yang menarik dan storytelling untuk menciptakan keterlibatan emosional dengan audiensnya. Konten-konten yang diunggah menampilkan berbagai aspek seni kabaret, seperti highlight dari pertunjukan, wawancara dengan pelaku kabaret, dan pengenalan tim kabaret di Bandung. Dari Analisa peneliti FKB memanfaatkan kekuatan storytelling ini untuk menonjolkan elemen-elemen emosional, seperti kerja keras di balik layar, momen inspiratif dalam pertunjukan, dan hubungan antaranggota tim kabaret. Strategi ini tidak hanya membuat konten lebih menarik tetapi juga menciptakan koneksi yang mendalam dengan audiens. Pengelolaan konten FKB juga didukung oleh penggunaan data engagement sebagai dasar pengambilan keputusan. Tim media secara rutin menganalisis jumlah likes, views, dan komentar untuk menentukan jenis konten yang paling diminati oleh audiens. Selain itu, mereka menggunakan data ini untuk mengatur jadwal unggahan yang strategis, memastikan bahwa konten dipublikasikan pada waktu-waktu dengan potensi jangkauan tertinggi. Selain visual dan data-driven strategy, FKB juga menerapkan prinsip manajemen impresi sebagaimana dijelaskan oleh Jones dan Pittman. Salah satu bentuk penerapan ini adalah self-promotion, di mana FKB menonjolkan keunggulan seni kabaret melalui konten seperti highlight pertunjukan terbaik dan testimoni dari alumni kabaret yang telah sukses.

Keberagaman konten juga menjadi salah satu strategi utama FKB untuk menjangkau berbagai segmen audiens. Misalnya, tutorial seni kabaret dirancang untuk menarik perhatian audiens baru yang ingin mempelajari kabaret, sementara highlight pertunjukan lebih ditujukan kepada penggemar setia. (Wahyudi, 1994) menyatakan bahwa *“konten yang tersegmentasi secara baik akan lebih efektif dalam menjangkau audiens dengan kebutuhan dan minat yang spesifik.”*

Dengan kombinasi storytelling visual, analisis data, dan penerapan prinsip manajemen impresi, FKB telah membuktikan bahwa pengelolaan konten yang terencana dapat secara signifikan meningkatkan eksistensi seni kabaret Bandung di era digital. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan visibilitas tetapi juga memperkuat hubungan emosional antara FKB dan audiensnya, menjadikan FKB sebagai pelopor utama dalam promosi seni kabaret di media sosial.

“Self-promotion involves highlighting achievements or skills to establish credibility and garner respect.” (Promosi diri melibatkan penonjolan pencapaian atau keterampilan untuk membangun kredibilitas dan mendapatkan penghormatan). Dalam konteks FKB, konten-konten ini memperlihatkan bahwa seni kabaret adalah bidang yang memiliki nilai budaya dan potensi besar untuk pengembangan individu.

Pemanfaatan Fitur Reels untuk Meningkatkan Eksistensi Seni Kabaret

Federasi Kabaret Bandung (FKB) memanfaatkan fitur Reels di Instagram sebagai platform utama untuk mempromosikan seni kabaret Bandung karena potensinya dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan keterlibatan pengguna. Format video vertikal berdurasi singkat yang ditawarkan Reels memungkinkan FKB untuk menyampaikan pesan secara efisien tanpa kehilangan daya tarik visual. Algoritma Instagram yang memprioritaskan konten Reels pada Explore Page memberikan keuntungan signifikan karena mempermudah audiens baru menemukan konten mereka, meskipun belum menjadi pengikut akun @federasikabaretbandung.

Reels FKB dirancang tidak hanya sebagai media promosi tetapi juga untuk memadukan hiburan dan edukasi, seperti segmen “Spontan Tanya” yang memungkinkan audiens berinteraksi langsung dengan pelaku seni kabaret melalui komentar atau pertanyaan. Pemanfaatan Reels juga bertujuan menjangkau generasi muda, yang merupakan pengguna aktif media sosial sekaligus audiens potensial bagi seni kabaret. McQuail [6] menyebutkan bahwa *“Interactive and accessible content has a greater chance of capturing the attention of younger audiences.”* (Konten yang interaktif dan mudah diakses memiliki peluang lebih besar untuk menarik perhatian generasi muda). FKB menggunakan fitur ini untuk menciptakan konten relevan dengan audiens digital-savvy melalui penggunaan musik viral, efek visual kreatif, dan cerita yang relatable. Pemanfaatan Reels juga bertujuan menjangkau generasi muda, yang merupakan pengguna aktif media sosial sekaligus audiens potensial bagi seni kabaret. (McQuail, 2010) menyebutkan bahwa *“Interactive and accessible content has a greater chance of capturing the attention of younger audiences.”* (Konten yang interaktif dan mudah diakses memiliki peluang lebih besar untuk menarik perhatian generasi muda). FKB menggunakan fitur ini untuk menciptakan konten relevan dengan audiens digital-savvy melalui penggunaan musik viral, efek visual kreatif, dan cerita yang relatable.

Penelitian oleh Penelitian oleh (Fadeli et al. 2024) menunjukkan bahwa penggunaan Instagram Reels lebih efektif dibandingkan dengan postingan teks dalam pemasaran di Instagram. Reels mampu menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara yang lebih menarik secara visual, melalui perpaduan gambar, suara, dan teks. Selain itu, Reels lebih mudah dibagikan dan sering kali muncul di halaman Explore, yang memungkinkan konten dapat menjangkau audiens yang lebih besar di luar pengikut langsung. FKB menggunakan format ini untuk memberikan cuplikan momen-momen terbaik dari festival kabaret, seperti highlight pertunjukan atau wawancara singkat dengan pelaku seni, yang dirancang untuk menarik perhatian dalam hitungan detik.

D. Kesimpulan

Setelah melakukan wawancara, berdasarkan hasil analisis maka dapat dirumuskan kesimpulan sebagai berikut: Proses pencetusan ide dalam pengelolaan konten Reels di Instagram @federasikabaretbandung dilakukan secara kolaboratif oleh tim kreatif. Proses ini diawali dengan riset dan brainstorming yang bertujuan untuk menemukan tema-tema yang menarik dan relevan bagi audiens target, khususnya generasi muda yang menjadi mayoritas pengguna media sosial. Ide-ide yang dihasilkan sering kali terinspirasi oleh elemen khas seni kabaret, seperti humor, parodi, dan budaya lokal Bandung. Dalam pertemuan rutin, tim kreatif mengevaluasi tren terkini di media sosial dan mendiskusikan bagaimana elemen-elemen tersebut dapat diaplikasikan dalam konten mereka. Setiap anggota tim memberikan kontribusi ide, yang kemudian disaring dan dikembangkan menjadi konsep konten yang kreatif dan menarik. Proses ini memastikan bahwa setiap konten yang diproduksi tidak hanya menghibur tetapi juga edukatif, sehingga mampu menarik perhatian audiens sekaligus memperkenalkan nilai-nilai seni kabaret.

Pengelolaan konten Reels Instagram memainkan peran penting dalam meningkatkan eksistensi Kabaret Bandung. Dalam praktiknya, pengelolaan ini mencakup perencanaan konten, produksi video, dan strategi publikasi yang tepat. Konten Reels yang diproduksi oleh @federasikabaretbandung menampilkan cuplikan pertunjukan kabaret, tutorial singkat, dan kisah di balik layar yang memukau. Penggunaan musik populer dan gaya visual yang dinamis menjadi daya tarik utama yang mampu memikat perhatian audiens. Strategi publikasi juga menjadi faktor krusial dalam pengelolaan konten. Tim kreatif memanfaatkan algoritma Instagram untuk menentukan waktu terbaik untuk memposting konten, memastikan bahwa video Reels mereka mendapatkan eksposur maksimal. Selain itu, tim juga aktif berinteraksi dengan audiens melalui komentar dan pesan langsung, menciptakan hubungan yang lebih dekat dan meningkatkan engagement. Hal ini tidak hanya

memperkuat komunitas penggemar kabaret tetapi juga menarik minat audiens baru yang mungkin belum familiar dengan seni kabaret.

Instagram dipilih sebagai platform utama oleh @federasikabaretbandung karena beberapa alasan strategis. Pertama, Instagram adalah salah satu media sosial yang paling populer di Indonesia, dengan basis pengguna yang luas dan beragam. Fitur-fitur seperti Reels, Stories, dan Feed memungkinkan penyajian konten dalam berbagai format visual yang menarik, sesuai dengan karakteristik seni kabaret yang visual dan ekspresif. Kedua, Instagram menawarkan alat analitik yang memungkinkan pengelola untuk melacak performa konten mereka secara real-time. Dengan data ini, tim dapat mengevaluasi efektivitas strategi konten mereka dan melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan engagement dan reach. Hal ini penting untuk memastikan bahwa upaya promosi seni kabaret melalui media sosial tidak hanya bersifat satu arah, tetapi juga melibatkan audiens secara aktif. Ketiga, sifat interaktif dari Instagram memungkinkan komunitas kabaret untuk membangun hubungan yang lebih personal dengan pengikut mereka. Melalui fitur komentar, likes, dan shares, pengelola dapat berkomunikasi langsung dengan audiens, mendapatkan umpan balik, dan membangun loyalitas. Ini menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan seni kabaret di tengah persaingan dengan bentuk hiburan modern lainnya.

Ucapan Terimakasih

Dengan kerendahan hati, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua, serta seluruh sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam proses penyelesaian penelitian ini. Bapak Dr. Ferry Darmawan, S.Sos., M.Ds. selaku pembimbing skripsi penulis. Seluruh dosen beserta staff pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung atas semua dedikasi dalam mendidik dan memberikan bekal dengan ilmu yang berguna.

Daftar Pustaka

- Fadeli, M., Alfajri, Z., & Edriasa, T. (2024). Analisis efektivitas penggunaan video content sebagai media promosi pada PT. Inovasi Teknologi Solusindo (Trustmedis). *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(5), 3767–3768.
- Joseph, R. D. (2013). *The dynamics of mass communication: Media in transition* (12th ed.). McGraw-Hill.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Lievrouw, L. A., & Livingstone, S. (2014). *Handbook of new media: Social shaping and social consequences of ICTs*.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ramadhani, I., & Tia Muthiah Umar. (2024). Makna Simbolik Lengser Mapag Panganten. *Jurnal Riset Public Relations*, 109–114. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v4i2.5473>
- Rohman, F. R. (2018). *Perkembangan seni pertunjukan kabaret di Kota Bandung pada tahun 1982–2015*.
- Udiyana, I. M. (2021). Pemanfaatan media sosial dalam menjangkau generasi milenial untuk seni dan budaya. *Prosiding Seminar Nasional Seni dan Budaya*. Institut Seni Indonesia Denpasar.
- Vitasari, I., & Hasanudin, M. (2022). Instagram sebagai media ekspresi kreatif melalui fitur Reels.
- Yin, R. K. (2014). *Case study research: Design and methods* (5th ed.). Sage.
- Zainal, A. (2007). *Analisis eksistensial: Sebuah pendekatan alternatif untuk psikologi dan psikiatri*.