

# **PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Pemanfaatan Instagram Sebagai  
Media Komunikasi Pemasaran *Online Shop* Sopirgusdur di Kota  
Sidoarjo)**

## **SKRIPSI**



Oleh :

**Farras Naufal Ardia Perdana**

**NPM. 1543010081**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR**

**2019**

**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI  
PEMASARAN**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Pemanfaatan Instagram Sebagai Media  
Komunikasi Pemasaran *Online Shop* Sopirgusdur sdi Kota Sidoarjo)**

**Disusun Oleh :**

**FARRAS NAUFAL ARDIA PERDANA**  
**NPM. 1543010081**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui ,**

**PEMBIMBING UTAMA**



**Dra. Diana Amalia, M.Si**  
**NIP. 196309071991032001**

**Mengetahui,**

**DEKAN**



**DR.DRS.EC.GENDUT SUKARNO, MS.CHRA**  
**NIP. 195907011987031001**

## SKRIPSI

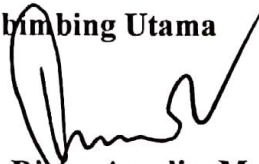
**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI  
PEMASARAN****(Studi Deskriptif Kualitatif Pemanfaatan Instagram Sebagai Media  
Komunikasi Pemasaran *Online Shop* Sopirgusdur di Kota Sidoarjo)**

Oleh :

**FARRAS NAUFAL ARDIA PERDANA**  
NPM. 1543010081**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan  
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**

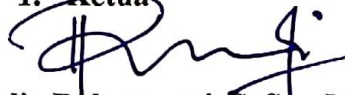
Pada Tanggal 15 Juli 2019

Pembimbing Utama

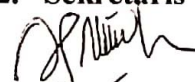
**Dra. Diana Amalia, M. Si**  
19630907 199103 2001

Tim Penguji :

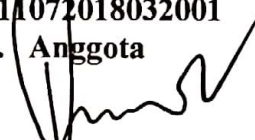
1. Ketua

**Aulia Rahmawati, S. Sos, M. Si, Ph. D.**  
NIP. 195808011984021001

2. Sekretaris

**Heidi Aryiani, S. SOS, M.A**  
198511072018032001

3. Anggota

**Dra. Diana Amalia, M. Si**  
19630907 199103 2001**MENGETAHUI :**  
Plt. DEKAN**DR. CATUR SURATNOADJI, MSi**  
NPT. 368049400281

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN (Studi Deskriptif Kualitatif Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran *Online Shop* Sopirgusdur di Kota Sidoarjo)”** dengan baik.

Maksud dan tujuan pembuatan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang perkuliahan Strata Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur jurusan Ilmu Komunikasi. Dalam penulisan skripsi ini cukup sering penulis temui berbagai hambatan dan rintangan, tapi berkat bimbingan, pertolongan, nasihat serta saran dari semua pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi ini.

Walaupun begitu, peneliti menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Jawa Timur” serta kepada Ibu Dr. Yuli Candrasari, M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Jawa Timur”.
2. Dosen pembimbing Ibu Dra. Diana Amelia, M.Si terimakasih atas kesabaran bimbingannya, dan dukungan yang luar biasa selama proses pengerjaan skripsi ini.
3. Seluruh staff dan dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Jawa Timur” yang telah membantu dan membagikan ilmunya selama ini.
4. Ayah, Ibu, Adek, Eyang uti dan keluarga tercinta atas doa-doa, dukungan dan motivasi dalam menggapai kesuksesan.

5. Ellena Eky Vilaga untuk waktu, hiburan, dukungan, masakan dan semangat yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Informan mas Derry Marendra yang telah berkenan memberikan pengetahuan serta pengalamannya yang berkaitan dengan penelitian ini.
7. Sopirgudur *online shop* atas izin sehingga peneliti diperkenankan melakukan penelitian ditempat ini.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan demi kebaikan penelitian ini.

Surabaya, 25 Maret 2019

Peneliti,

Farras Naufal Ardia P.

## DAFTAR ISI

### COVER

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>

### BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9

### BAB II. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	12
2.2.2 Media Baru.....	15
2.2.3 Media Sosial.....	16
2.2.4 Social Media Marketing.....	17
2.2.5 Instagram.....	20
2.2.6 Pemanfaatan Instagram.....	24
2.2.7 Analisis SWOT.....	25

2.3 Kerangka Berfikir.....	29
----------------------------	----

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Definisi Konseptual .....	32
3.2.1 Instagram .....	32
3.2.2 Social Media Marketing.....	35
3.3 Lokasi Penelitian .....	36
3.4 Informan Peneltian .....	37
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.6 Metode Analisis Data.....	39

### **BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA**

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
4.1.1 Gambaran Umum Sidoarjo.....	42
4.1.2 Gambaran Umum Sopirgusdur <i>Online Shop</i> .....	43
4.2 Penyajian dan Analisis Data .....	44
4.2.1 Fitur Yang paling Menarik Untuk Dimanfaatkan .....	45
4.2.2 Melakukan <i>Sales Promotion</i> .....	47
4.2.3 Mengetahui Minat Pengguna Instagram Terhadap Produknya .....	51
4.2.4 Menggunakan Pendekatan <i>Public Relations</i> .....	54
4.2.5 Adanya Strategi Meningkatkan <i>Followers</i> Dengan Private Account	56
4.2.6 Unggah Foto Untuk Keperluan Publikasi .....	57
4.2.7 Penggunaan Filter Efek di Instagram Pada Foto atau Video Yang Akan Diunggah .....	60

4.2.8 Cara <i>Setting</i> Objek Foto Untuk Menghasilkan Visual Yang Menarik .....	63
4.2.9 Ciri Khas Pada Sopirgusdur Online Shop .....	69
4.3 Pembahasan .....	71
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	86
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	 88
<b>LAMPIRAN</b> .....	91



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Konsep.....	30
Gambar 4.1 <i>Like</i> pada Instagram Sopirgusdur .....	54
Gambar 4.2 Unggahan Foto <i>Public Relations</i> .....	55
Gambar 4.3 Jumlah <i>Followers</i> Sopirgusdur .....	57
Gambar 4.4 Unggahan Foto Produk Sopirgusdur .....	59
Gambar 4.5 Penggunaan Fitur Filter Efek Instagram .....	63
Gambar 4.6 Hasil Foto Sopirgusdur 1 .....	68
Gambar 4.7 Hasil Foto Sopirgusdur 2 .....	68
Gambar 4.8 Hasil Foto Sopirgusdur 3 .....	69
Gambar 4.9 Tabel Pemanfaatan Instagram .....	79

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara.....	91
Lampiran 2. Transkrip Wawancara .....	96

## ABSTRAK

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran pada Sopirgusdur *online shop*.

Pemanfaatan Instagram yang dilakukan adalah dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada sebagai media komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran sendiri merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan berbagai teknik komunikasi yang memiliki tujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak agar tujuan perusahaan dapat tercapai sesuai yang ditargetkan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan wawancara mendalam dengan pemilik Sopirgusdur *online shop*. Dari pembahasan yang dilakukan peneliti maka hasil temuan dan analisis data penelitian berupa proses pengajian hasil pengamatan, wawancara dan dokumentasi yang telah terkumpul.

Hasil penelitian ini menghasilkan kesimpulan. Bahwa Sopirgusdur *online shop* telah melakukan berbagai pemanfaatan dengan tepat terhadap hampir semua fitur-fitur yang ada di Instagram sebagai media komunikasi pemasaran.

**Kata Kunci : Media Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Media Baru, Pemanfaatan Instagram**

## **ABSTRACT**

*The purpose of the author to do this research is to find out the use of Instagram as a marketing communication media on the Sopirgusdur online shop.*

*The use of Instagram is done by utilizing existing features as a marketing communication medium. Marketing communication itself is a marketing activity carried out with various communication techniques that aim to provide information to the public so that the company's goals can be achieved as targeted.*

*This study uses a qualitative descriptive research method with in-depth interviews with the owner of the Sopirgusdur online shop. From the discussion conducted by the researcher, the findings and analysis of the research data were in the form of a recitation process of observations, interviews and collected documentation.*

*The results of this study conclude. That Sopirgusdur online shop has made proper use of almost all of the features on Instagram as a marketing communication medium.*

***Keywords: Marketing Communication Media, Social Media, New Media, Use of Instagram***