

# **EFEKTIVITAS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Instagram Sebagai Sarana Media Promosi Bagi Usaha**

**Kuliner Jank-Jank Wings Sidoarjo)**

**SKRIPSI**



Oleh :

**TAMARINDA EKY SAVIRA PUTRI**  
**NPM. 1443010086**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**SURABAYA**  
**2018**

**EFEKTIVITAS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI**  
**(Studi Deskriptif Kualitatif Instagram Sebagai Sarana Media Promosi Bagi**  
**Usaha Kuliner Jank-Jank Wings Sidoarjo)**

Oleh:  
**TAMARINDA EKY SAVIRA PUTRI**  
**NPM. 1443010086**

Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur  
Pada tanggal 25 April 2018

**Pembimbing Utama**



**DRS. SAIFUDDIN ZUHRI, MSI**  
**NPT. 3 7006 94 0035 1**

**Tim Penguji :**

**1. Ketua**



**DRA. DYVA CLARETTA, Msi**  
**NIP. 366019400271**

**2. Sekretaris**



**HEIDY ARVIANI, S.Sos, M.A**  
**NPT. 385111303381**

**3. Anggota**



**DRS. SAIFUDDIN ZUHRI, M.Si**  
**NPT. 3 7006 94 0035 1**

Mengetahui,

**DEKAN**



**Dr. LUKMAN ARIF, M.Si**  
**NIP. 19641102 199403 1001**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan petunjuk serta kemudahan sehingga peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “EFEKTIVITAS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif Kualitatif Instagram Sebagai Media Pomosi Bagi Usaha Kuliner Jank-Jank Wings Sidoarjo.)”

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menggunakan atau mengerahkan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki dalam menulis, akan tetapi tentunya masih terdapat kesalahan baik besar maupun kecil. Selesainya kegiatan hingga penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya arahan dan bimbingan dari Bapak DRS. Saifuddin Zuhri, M.Si, yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Terimakasih tak terhingga peneliti sampaikan.

Pada kesempatan ini peneliti juga banyak menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak yang membantu dan memberi dukungan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Prof. DR. Ir. Teguh Sudarto, MP. Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak DR. Lukman Arif, M.Si , Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak DR. Catur Suratnoaji, M.Si, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

4. Bapak DRS. Saifuddin Zuhri, M.Si, Dosen Pembimbing yang banyak memberikan masukan, ide – ide serta gagasan pada peneliti.
5. Almarhum Papa yang secara tidak langsung memberi semangat agar peneliti segera menyelesaikan skripsi ini.
6. Mama dan adikku yang memberikan doa dan support kepada peneliti.
7. Bapak, Bibuk, Papa, Mama dan Om Dib serta Bude Wati Family terima kasih atas dukungannya yang luar biasa kepada peneliti.
8. Ponakan-ponakan penulis yaitu Arfa, Syahira, Saghara dan Ghailan yang memberi hiburan kepada penulis disaat jenuh-jenuhnya.
9. Teman- teman peneliti yaitu Nada, Cece, Brina, Komang dan Fajar terimakasih untuk saling memberikan dukungan disaat down.
10. Mochammad Erdyansyah selaku pemilik Jank-Jank Wings Sidoarjo yang sudah membantu penulis dalam penelitian ini.

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

Surabaya, 1 Maret 2018

Peneliti

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
ABSTRAK .....	viii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	11
1.3. Tujuan Penelitian .....	12
1.4. Manfaat Penelitian .....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	13
2.1. Penelitian Terdahulu .....	13
2.2. Landasan Teori .....	14
2.2.1. Definisi Media Baru .....	14
2.2.2. Macam-macam Media Baru .....	16
2.2.3. Karakteristik Media Baru .....	17
2.3. Media Sosial.....	19
2.3.1. Pengertian Media Sosial.....	19
2.3.2. Fungsi Media Sosial.....	20
2.3.3. Karakteristik Media Sosial .....	22

2.3.4. Macam-macam Media Sosial .....	23
2.4. Instagram .....	26
2.5. Sosial Media Promosi .....	32
2.6. Efektivitas .....	33
2.7. Kerangka Berpikir .....	34
<b>BAB III METODDE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	37
3.2. Definisi Konseptual .....	38
3.2.1. Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi .....	40
3.2.2. Sosial Media Promosi .....	41
3.3. Lokasi Penelitian .....	42
3.4. Key Informan Dan Informan .....	43
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.6. Teknik Analisis Data .....	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.1.1. Jank-Jank Wings Sidoarjo .....	47
4.1.2. Produk Jank-Jank Wings Sidoarjo .....	48
4.1.3. Struktur Organisasi Jank-Jank Wings Sidoarjo .....	49
4.2. Visi dan Misi Jank-Jank Wings Sidoarjo.....	49
4.2.1. Visi .....	49
4.2.2. Misi .....	50
4.3. Hasil Penelitian .....	50

4.3.1. Identitas Informan .....	50
4.4.Penyajian dan Analisis Data .....	52
4.5.Analisis Data dan Pembahasan .....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1.Kesimpulan .....	82
5.2.Saran .....	82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang oleh fenomena komunikasi yang terjadi di internet melalui jejaring sosial Instagram. Suatu komunikasi dapat dikatakan efektif apabila individu berhasil menyampaikan apa yang dimaksudkannya Instagram juga dapat digunakan sebagai media promosi khususnya Jank- Jank Wings Sidoarjo. Peneliti akan melakukan penelitian kepada pemilik usaha kuliner yang menggunakan jejaring sosial Instagram sebagai media awal mereka mempromosikan produknya.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yakni penelitian yang memberikan gambaran atas uraian suatu keadaan sejernih mungkin tanpa adanya perlakuan terhadap objek yang diteliti. Metode ini merupakan suatu metode yang berupaya memberikan gambaran tentang suatu fenomena tertentu secara terperinci, sehingga akhirnya diperoleh pemahaman yang lebih jelas tentang fenomena yang diteliti. Pendekatan yang digunakan ialah pendekatan kualitatif, yaitu suatu pendekatan yang tidak menggunakan statistik dan menggunakan angka-angka tertentu. Hasil dari penelitian kualitatif ini tidak dapat digeneralisasikan (membuat kesimpulan yang berlaku umum) atau bersifat universal. Pengumpulan data diperoleh dari wawancara yang dilakukan kepada subjek melalui *Interview Guide* dan dokumentasi. Data dianalisis dengan melakukan penyajian data dan memverifikasi. Hasil penelitian ini menemukan pemanfaatan melalui media sosial khususnya Instagram sebagai media promosi yang digunakan oleh Jank-Jank Wings Sidoarjo dalam mempromosikan produknya.

**Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Promosi, Efektivitas**

## ABSTRACT

This research in the background by the phenomenon of communication that occurs on the internet through Instagram social networking. A communication can be said to be effective if the individual managed to convey what he means Instagram can also be used as a media campaign, especially Jank-Jank Wings Sidoarjo. Researchers will conduct research to culinary business owners who use Instagram social networking as their initial media to promote their products.

This research uses descriptive method, that is research which gives description of description of a state as clear as possible without any treatment to object under study. This method is a method that attempts to give a description of a certain phenomenon in detail, so that finally obtained a clearer understanding of the phenomenon studied. The approach used is a qualitative approach, ie an approach that does not use statistics and use certain numbers. The results of this qualitative study can not be generalized (make general conclusions) or are universal. Data collection was obtained from interviews conducted to the subject through Interview Guide and documentation. Data is analyzed by presenting the data and verifying. The results of this study found the utilization through social media especially Instagram as a media campaign used by Jank-Jank Wings Sidoarjo in promoting its products.

**Key Words: Social Media, Instagram, Promotion, Efectivity**