

STRATEGI PROMOSI MODIFIKASI MOBIL MELALUI INSTAGRAM

OLEH AKUN @EVAN_AUTOCONCEPT

(Analisis Netnografi pada akun @evan_autoconcept)

SKRIPSI



OLEH:

WILDAN JULIAN FIRDAUSY

18043010174

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI PROMOSI MODIFIKASI MOBIL MELALUI INSTAGRAM OLEH
AKUN @EVAN_AUTOCONCEPT**

(Analisis Netnografi pada akun @evan_autoconcept)

Disusun oleh:

Wildan Julian Firdausy
NPM. 18043010174

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

DOSEN PEMBIMBING


Dr. Zainal Abidin Achmad, M.Si
NIP. 373059901701

**Mengetahui,
DEKAN FISIBPOL**


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

Strategi Promosi Modifikasi Mobil Melalui Instagram Oleh Akun @Evan_Autoconcept
(Analisis Netnografi pada akun @evan_autoconcept)

Oleh:

Wildan Julian Firdausy

18043010174

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan
Nasional Veteran Jawa Timur

Pada tanggal 6 Mei 2025

Pembimbing

Tim Penguji,

1. Ketua


Dr. Zainal Abidin Achmad, M.Si
NIP. 373059901701


Dra. Herlina Suksmawati, M.Si
NIP. 19851107201832001

2. Sekretaris


Dr. Zainal Abidin Achmad, M.Si
NIP. 370359901701

3. Anggota


Ade Kusuma, S.Sos., M.Med.Kom
NIP. 198501082018032001

Mengetahui,
DEKAN FISIBPOL


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 19680418202121106

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wildan Julian Firdausy
NPM : 18043010174
Program : Sarjana (S1) / Magister (S2) / Doktor (S3)
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 30 April 2025
Yang membuat pernyataan



Wildan Julian Firdausy
NPM. 18043010174

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah Yang Maha Esa atas berkat dan nikmat-Nya, penulis dapat berkesempatan untuk menjalani studi pada program studi S1 Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur dan diberi kemampuan untuk sampai pada tahap pembuatan skripsi ini.. Ucapan terima kasih juga dihaturkan pada pihak-pihak yang mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini, di antaranya:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Ibu Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med., M.Kom selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Kepada yang terhormat, Bapak Dr. Zainal Abidin Achmad, M.Sos., M.Si., M.Ed. selaku dosen pembimbing yang selalu mendukung dan memberikan arahan serta bimbingan pada penulis.
4. Kepada orang tua tercinta dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan, untuk segala bentuk bantuan dan dukungan yang diberikan.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, kritik maupun saran yang membangun bagi penelitian ini sangat penulis harapkan guna perbaikan penelitian ini di masa mendatang.

Surabaya, 13 September 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	3
1.1 Latar belakang.....	3
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat praktis.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Teori Hierarki Abraham Maslow	14
2.2.2 Tren Modifikasi Mobil	18
2.2.3 Pemanfaatan Media Sosial	27
2.2.4 Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi.....	29
2.3 Kerangka berpikir.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Pendekatan Penelitian	44
3.2 Definisi Konseptual.....	45
3.3 Prosedur penelitian Netnografi	50
3.4 Informan Penelitian.....	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data	53
3.6 Analisis Data	55

BAB IV PEMBAHASAN.....	58
4.1 Gambaran Umum Penelitian	58
4.1.1 Sejarah Berdirinya Bengkel Auto Concept.....	58
4.2 Identitas Informan	62
4.3 Penyajian dan Analisis Data.....	65
4.3.1 Instagram Sebagai Media Aktif	66
4.3.2 Instagram Sebagai Sumber Inspirasi	67
4.3.3 Instagram sebagai Media Promosi	68
4.4 Strategi promosi bengkel Autoconcept di Instagram	70
4.4.1 Feeds Instagram	71
4.4.2 Instagram Reels	79
4.3.3 Instagram Story	82
4.4.4 Instagram <i>Collabs</i>	85
4.5 Strategi Bengkel Auto Concept dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan	89
4.6 Evaluasi Strategi Promosi Akun Instagram @Evan_Autoconcept	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	108

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 2. 1</i> Penelitian Terdahulu	13
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	43
Gambar 4.1 Mengikuti Lomba yang Diadakan Oleh Chery Omoda tahun 2024..	59
Gambar 4.2 Mengikuti Lomba yang Diadakan oleh Datsun tahun 2016.....	60
Gambar 4.3 Mengikuti Lomba yang Diadakan oleh Black Experience tahun 2024	60
Gambar 4.4 Mengikuti Lomba yang Diadakan Oleh HIN 2020	61
Gambar 4.5 Mengikuti Lomba yang Diadakan Oleh Tuning Contest 2015	61
Gambar 4.6 Feeds Instagram @evan_autoconcept	72
Gambar 4.7 Konten di Feeds Instagram @Evan_autoconcept	73
Gambar 4.8 Feeds Instagram @Evan_autoconcept dengan likes terbanyak	75
Gambar 4.9 Komentar netizen di feeds Instagram @Evan_autoconcept.....	76
Gambar 4.10 Komentar di Feeds Instagram untuk memesan produk bodykit.....	77
Gambar 4.11 Caption yang menarik di setiap unggahan	78
Gambar 4.12 Reels Instagram @Evan_Autoconcept.....	80
Gambar 4.13 Reels hasil modifikasi mobil di bengkel Auto Concept.....	81
Gambar 4.14 Story Instagram @evan_autoconcept.....	82
Gambar 4.15 Story Instagram @evan_autoconcept tentang live update proses pengerjaan modifikasi bidang audio	84
Gambar 4.16 Instagram Collabs @evan_autoconcept Dengan Akun Instagram Lain	86
Gambar 4.17 Instagram Bengkel Autoconcept melakukan collaboration dengan influencer.....	87
Gambar 4.18 AutoConcept memberikan support ke kontes IAM.....	88
Gambar 4.19 Pemberian promo bundling dalam menjaga loyalitas pelanggan...	91

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada strategi promosi bengkel otomotif Autoconcept melalui media sosial instagram yang menggunakan analisis netnografi. Topik ini menarik untuk diteliti karena media sosial Instagram menjadi salah satu media yang krusial dan berperan penting sebagai media promosi. Bengkel AutoConcept menggunakan fitur-fitur di dalam Instagram sebagai media untuk melakukan promosi sekaligus personal branding atas produk dan jasa yang ditawarkannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian netnografi dan tipe penelitian deskriptif, serta tinjauan pustaka mengenai strategi promosi dan personal branding. Hasil dari penelitian ini adalah paparan berbagai strategi yang dilakukan oleh bengkel AutoConcept dalam mempromosikan barang dan jasa nya melalui Instagram. Selain itu, evaluasi terhadap strategi marketing bengkel AutoConcept di media sosial Instagram juga berdampak terhadap hasil dan fluktuasi penjualan dari tahun ke tahun.

Kata kunci: Instagram, Modifikasi Mobil, Netnografi.

ABSTRACT

This study focuses on the promotional strategy of autoconcept automotive autoconcept workshops through instagram social media that uses netnography analysis. This topic is interesting to examine because social media instagrams become one of the crucial media and play an important role as promotional media. Autoconcept workshops use features inside instagrams as media to do the promotion and personal branding of the products and services they offer. This research uses a qualitative approach to the method of netnography research and descriptive research types, as well as a review of the library on promotional and personal branding strategies. The results of this study are exposure to various strategies carried out by autoconcept workshops in promoting his goods and services through instagrams. Other than that, evaluations of autoconcept workshop marketing strategies on social media instagrams also affect the results and fluctuations of sales year after year.

Keywords: *Instagram, Car Modification, Netnography.*