



INSTAGRAM SEBAGAI TOOLS KOMUNIKASI PEMASARAN

(Studi Deskriptif Kualitatif pada “Dizoom” di Tangerang

Selatan Periode Juli 2019 – Februari 2020)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

(S-1) Komunikasi, Bidang Studi Digital Advertising & Marcomm

Disusun oleh :

Muhamad Awaludien Ramadhan

44316010053

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhamad Awaludien Ramadhan

Nim : 44316010053

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi: Digital Advertising & Marketing Communication

Judul Skripsi : **INSTAGRAM SEBAGAI TOOLS KOMUNIKASI PEMASARAN**

(Studi Deskriptif Kualitatif pada “Dizoom” di Tangerang

Selatan Periode Juli 2019 – Februari 2020)

Dengan ini adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi sarjana ilmu komunikasi pada fakultas ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau peneliti yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan *plagiarism*, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 21 Agustus 2020



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
TEL. 021-5000000
FAX. 021-5000001
Jl. Raya Cibiru No. 100
Cibiru, Tangerang Selatan
DKI Jakarta 15138
CODF6AKX11384321

Muhamad Awaludien Ramadhan

Mengetahui,

Pembimbing



(Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi Digital
Advertising & Marketing
Communication



(Yuni Tresnawati, M.Ikom)

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Muhamad Awaludien Ramadhan

Nim : 44316010053


Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi: Digital Advertising & Marketing Communication

Judul Skripsi : INSTAGRAM SEBAGAI TOOLS KOMUNIKASI PEMASARAN (STUDI
DESKRIPTIF KUALITATIF PADA “DIZOOM” DI TANGERANG SELATAN
PERIODE JULI 2019- FEBRUARI 2020)

Jakarta, 21 Agustus 2020

Mengetahui,

UNIV Pembimbing AS
MERCU BUANA


(Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Muhamad Awaludien Ramadhan

Nim : 44316010053

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi: Digital Advertising & Marketing Communication

Judul Skripsi : INSTAGRAM SEBAGAI TOOLS KOMUNIKASI PEMASARAN (STUDI
DESKRIPTIF KUALITATIF PADA “DIZOOM” DI TANGERANG SELATAN
PERIODE JULI 2019- FEBRUARI 2020)

Jakarta, 21 Agustus 2020

Ketua Sidang : Yuni Tresnawati., M.Ikom



(.....)

Penguji Ahli : Andribudi Widodo, M.Ikom



(.....)

Pembimbing : Riki Arswendi, S.sos, M.Ikom



(.....}



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Digital Advertising and Marketing Communication

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul Skripsi : INSTAGRAM SEBAGAI TOOLS KOMUNIKASI PEMASARAN (STUDI
DESKRIPTIF KUALITATIF PADA “DIZOOM” DI TANGERANG SELATAN
PERIODE JULI 2019- FEBRUARI 2020)

Nama : Muhamad Awaludien Ramadhan
Nim : 44316010053
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi: Digital Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 21 Agustus 2020
Disetujui dan Diterima Oleh,

Ketua Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication Pembimbing

(Yuni Tresnawati., M.Ikom)

(Riki Arswendi, S.sos, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulisty, Ph.D)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur yang sebesar-besarnya penulis ucapkan kepada Allah SWT, penguasa segala alam semesta, atas segala nikmat hidup, kesehatan, rejeki, serta wawasan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir sebagai mahasiswa.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati, peneliti terbuka menerima kritik membangun serta saran yang berguna. Skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata 1 (S-1 Komunikasi Bidang Studi Digital Advertising and Marketing Communication. Kemudian pada kesempatan kali ini, izinkan peneliti untuk berterima kasih kepada seluruh pihak yang sangat berjasa, memberikan dukungan serta bekerja sama sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dosen pembimbing Bapak Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom atas segala bimbingan, ilmu, pikiran, waktu, saran dan tenaga beliau dalam membimbing peneliti sampai menyelesaikan skripsi ini
2. Ibu Yuni Tresnawati, M.I.Kom. selaku Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communication Universitas Mercu Buana yang telah memberikan izin kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.

3. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication yang telah memberikan dukungan, tenaga, waktu, pikiran, serta pengajaran yang baik selama peneliti melaksanakan perkuliahan.
4. Kedua orang tua, Ibu dan Bapak, M Zein Ihrom dan Darmawaty, atas segala doa, dukungan, motivasi, kasih sayang, dan segala kesabarannya membimbing penulis,
5. Adik saya Daffa Moeslim Fadillah, yang telah memberi dukungan dalam do'a.
6. Keluarga besar Marcomm 2016 dan teman-teman kontrakan H. Toking.
7. Kepada teman-teman SMA saya Aditya Amanda, Azahra Emilia Putri Lima, Anisah Nur Hidayah, Bamayusa Abdullah, Hary Maulana Azwar, Muhaqiq Nizhan, Nadha Sahara, Nadira Octova, Rintan Fauziyah, Shinta Nur Ramadhan, Siti Ayu Nadzalatul Auda, Vichranica Rhamzi.
8. Kepada keluarga kecil B 6 aja.
9. Orang-orang terdekat saya yang saya tidak bisa sebutkan satu persatu dan teman-teman saya yang sudah mendoakan saya dalam mengerjakan Skripsi ini.

Jakarta, 1 Juli 2020



Muhamad Awaludien Ramadhan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	19

2.3 New Media	23
2.4 Digital Marketing.....	24
2.5 Komunikasi Pemasaran Interaktif.....	24
2.6 Instagram.....	26
BAB III.....	29
METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Paradigma Penelitian.....	29
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Subjek Penelitian.....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4.1 Data Primer	33
3.5 Teknik Analisis Data.....	33
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	34
BAB IV	36
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum Dizoom Studio Foto	36
4.1.1 Sejarah Dizoom Studio Foto.....	36
4.1.2 Data Perusahaan	37
4.1.3 Logo Perusahaan.....	37
4.1.4 Visi dan Misi Dizoom Studio	38
4.1.5 Struktur Organisasi	38
4.1.6 Layanan Dokumentasi Dizoom Studio Foto	38
4.1.7 Divisi Marketing Communication	39

4.2 Hasil Penelitian.....	40
4.2.1 Perencanaan.....	41
4.2.1.1 Target Audience	42
4.2.1.2 Segmentasi, Targeting, Positioning Konten.....	44
4.2.1.3 Editorial Plan.....	46
4.2.1.4 Pembuatan Konten.....	63
4.2.2 Pelaksanaan/Aktivitas <i>Digital Marketing</i>.....	64
4.2.2.1 Tema Foto / Konsep Foto.....	65
4.2.3 Fitur-fitur Instagram	70
4.2.4 Hambatan Pada Strategi	73
4.3 Pembahasan	75
4.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Meningkatkan Penjualan	76
BAB V	79
KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 4.1 Konsep Posting Konten Instagram Dizoom.....	53
Tabel 4.2 Pembahasan	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo Instagram Dizoom Studio	2
Gambar 1.2	Data Peningkatan Penjualan Dizoom Studio	3
Gambar 1.3	Profile Instagram Dizoom Studio	6
Gambar 1.4	Penggunaan Hastag Instagram Dizoom Studio.....	7
Gambar 1.5	Profile Instagram Studio Foto di Tangsel (<i>competitor</i>)	7
Gambar 3.1	Triangulasi	35
Gambar 4.1	Logo Dizoom Studio	38
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Dizoom Studio	38
Gambar 4.3	Instagram Foto Produk Tangsel	43
Gambar 4.4	Instagram Dizoom Studio	44
Gambar 4.5	Foto Prewedding	48
Gambar 4.6	Foto Wisuda	49
Gambar 4.7	Foto Buku Tahunan Sekolah.....	50
Gambar 4.8	Foto Studio Rent	51
Gambar 4.9	Foto Keluarga.....	52
Gambar 4.10	Foto Produk.....	66
Gambar 4.11	Foto Keluarga.....	67
Gambar 4.12	Foto Prewedding	68
Gambar 4.13	Foto Personal Shoot	68
Gambar 4.14	Foto Maternity.....	69
Gambar 4.15	Foto Buku Tahunan Sekolah.....	69
Gambar 4.16	Foto Keluarga.....	71
Gambar 4.17	Konten Feed Dizoom	72
Gambar 4.18	Konten Insta Story Dizoom	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara Key Informan.....	85
Lampiran 2 Pedoman Wawancara Informan I.....	86
Lampiran 3 Pedoman Wawancara Informan II.....	86
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Key Informan	87
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Informan I	89
Lampiran 6 Transkrip Wawancara Informan II.....	90
Lampiran Dokumentasi Dengan Key Informan & Informan I	91
Lampiran Dokumentasi Dengan Infoman II.....	92
Lampiran Surat Pernyataan Riset Dizoom Studio	93
Lampiran Surat Pernyataan Riset Universitas Mercu Buana.....	94
Lampiran Curriculum Vitae Peneliti	95

