



**PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
PROMOSI PADA AKUN @STAKSTUFF.ID**

LAPORAN SKRIPSI

FIKRI HAIKAL FAZRUL IKHSAN

44518010053

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI DIGITAL COMMUNICATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fikri Haikal Fazrul Ikhsan
Nim : 44518010053
Program Studi : Digital Communications
Judul : PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
PROMOSI PADA AKUN @STAKSTUFF.ID

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

24 Februari 2023

METERAI TEMPEL

D5AAKX325889748

(Fikri Haikal Fazrul Ikhsan)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Fikri Haikal Fazrul Ikhsan
Nim : 44518010053
Program Studi : Digital Communications
Judul : PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA AKUN @STAKSTUFF.ID

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Digital Communications Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing I : Muthia Rahayu, M.Ikom

Ketua Penguji : Mardhiyyah, M.Ikom

Penguji Ahli : Rika Yessica Rahma, M.Ikom

(*Muthia*)
(*Mardhiyyah*)
(*R. Yessica*)

UNIVERSITAS

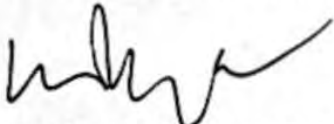
MERCU BUANA


Jakarta, 24 Februari 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fikri Haikal Fazrul Ikhsan
Nim : 44518010053
Program Studi : Digital Communications
Judul : PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA AKUN @STAKSTUFF.ID

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 24 Februari 2023
Yang menandatangani
UNIVERSITAS
MERCU BUANA



(Fikri Haikal Fazrul Ikhsan)

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya kepada peneliti dan tidak lupa juga peran Orang Tua, yang telah mendukung sepenuh hati dari awal kuliah hingga bisa sampai ke titik ini, yang selalu mendoakan disetiap sholat nya dan memberi semangat kepada peneliti. sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini dengan judul **“PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA AKUN @STAKSTUFF.ID”**

Peneliti menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang memberikan bantuan dan dorongan kepada peneliti dalam menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini, terutama kepada :

1. Ibu Muthia Rahayu, M.Ikom. selaku Dosen Pembimbing tugas akhir ini yang telah banyak meluangkan waktu dan memberikan arahan serta masukan yang bermanfaat bagi peneliti dan telah memberikan motivasi, membuka pikiran, wacana yang luas dan selalu mengajarkan untuk berpikir positif bagi saya
2. Ibu Rika Yessica Rahma, M.Ikom. selaku Ketua Bidang Studi Digital Communication
3. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
4. Bapak Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
5. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Seluruh dosen pengajar yang telah memberikan ilmunya kepada penulis
7. Seluruh staff akademik Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta
8. Kepada Owner selaku pemilik Stakstuff.id
9. Teman – teman diluar yang tidak dapat disebutkan Namanya satu persatu

Peneliti menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, baik dari segi isi maupun teknik penyajiannya. Oleh sebab itu peneliti dengan rendah hati menerima segala kritik serta saran yang sifatnya membangun dan memicu peneliti untuk lebih maju dalam penyusunan kalimat demi perbaikan dimasa yang akan datang.

Jakarta, 24 Februari 2023

Peneliti



Fikri Haikal Fazrul Ikhsan



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Komunikasi.....	16
2.2.2 Media Sosial	18
2.2.3 Instagram	21
2.2.4 Pemanfaatan Instagram	22
2.2.5 Teori Komunikasi Pemasaran Digital (Model AISAS).....	25
2.2.6 Online Shop	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Paradigma Penelitian.....	29
3.2 Metode Penelitian	30
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5 Teknik Analisis Data.....	37

3.6 Teknik Keabsahan Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penulisan	39
4.2 Hasil Penelitian	40
4.2.1 Pemanfaatan Media Instagram sebagai Media Promosi.....	41
4.2.2 Pengaplikasian Teori Komunikasi Pemasaran Digital (Model AISAS)49	
4.3 Pembahasan.....	55
4.3.1 Pemanfaatan Media Instagram sebagai Media Promosi.....	56
4.3.2 Pengaplikasian Teori Komunikasi Pemasaran Digital (Model AISAS).....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	68



DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	12
4.1 Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Media Promosi.....	33



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia	3
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia Tahun 2022	4
Gambar 1.3 Profile Instagram @Stakstuff.id	6
Gambar 1.4 Profile Instagram Stayoff_id	7

