



PERSEPSI MENGENAI KONTEN PROMOSI INSTAGRAM

(Studi Deskriptif @larashatimangkunegaran Tahun 2024)



DISUSUN OLEH :

MARCELLA PUTRI WULANDARI

44321010045

MERCU BUANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2025

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marcella Putri Wulandari
NIM : 44321010045
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Persepsi Mengenai Konten Promosi Instagram
(Studi Deskriptif @larashatimangkunegaran Tahun
2024)

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.

Jakarta, 28 Juli 2025



Marcella Putri Wulandari

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Marcella Putri Wulandari

NIM : 44321010045

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Persepsi Mengenai Konten Promosi Instagram (Studi Deskriptif @larashatimangkunegaran Tahun 2024)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Yoyoh Hereyah, Dr, S.Pd, M.Si

NIDN : 0312046707

Ketua Penguji : Ira Purwitasari, Dr. S.Sos., M. Ikom

NIDN : 0302066903

Penguji Ahli : Marwan Mahmudi, Drs. M.Si

NIDN : 0311036703

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 28 Juli 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Farid Hamid Umarella, Dr.M.Si.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Marcella Putri Wulandari

NIM : 44321010045

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Persepsi Mengenai Konten Promosi Instagram (Studi Deskriptif @larashatimangkunegaran Tahun 2024)

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, 28 Juli 2025



Marcella Putri Wulandari

ABSTRAK

Nama : Marcella Putri Wulandari
NIM : 44321010045
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Persepsi Mengenai Konten Promosi Instagram
(Studi Dekskriptif @larashatimangkunegaran Tahun 2024)
Pembimbing : Yoyoh Hereyah, Dr, S.Pd, M.Si

Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana pengikut menilai estetika, kualitas, dan relevansi konten promosi yang diposting. Persepsi khalayak didefinisikan sebagai hasil penilaian subjektif pengikut mengenai konten promosi berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan interaksi yang dilakukan melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Subjek penelitian adalah *project manager*, pengunjung dan pengikut aktif akun @larashatimangkunegaran yang dipilih sesuai dengan kriteria telah mengikuti akun minimal tiga bulan dan aktif berinteraksi melalui komentar, *like*, atau *share*.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi, sementara analisis data menggunakan model interaktif dari Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @larashatimangkunegaran berhasil membangun persepsi positif melalui strategi promosi berbasis visual dan interaktif seperti *reels*, *story*, *feed*, *caption*, *hashtag*, dan *giveaway*. Pengikut dan pengunjung menilai konten promosi sebagai menarik, informatif, dan mampu mendorong partisipasi aktif, termasuk transaksi jual beli tiket dan pembentukan komunitas penggemar. Persepsi ini mendorong keterlibatan yang lebih tinggi terhadap acara yang dipromosikan.

Kesimpulannya, strategi promosi digital yang diterapkan akun ini efektif membangun citra positif dan meningkatkan partisipasi publik mengenai event budaya. Penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai optimalisasi promosi melalui media sosial dalam konteks kebudayaan.

Kata Kunci: Persepsi, Promosi Digital, Instagram, Media Sosial, Laras Hati

ABSTRACT

Name : Marcella Putri Wulandari
NIM : 44321010045
Study Program : Communication Science
Thesis Report Title : Perceptions of Instagram Promotional Content
(Descriptive Study of @larashatimangkunegaran, 2024)
Supervisor : Yoyoh Hereyah, Dr, S.Pd, M.Si

This study aims to analyze how followers assess the aesthetics, quality, and relevance of posted promotional content. Audience perception is defined as the result of followers' subjective assessment of promotional content based on experience, knowledge, and interactions carried out through social media. This study uses a qualitative approach with a descriptive method. The subjects of the study were project managers, visitors, and active followers of the @larashatimangkunegaran account who were selected according to the criteria of having followed the account for at least three months and actively interacting through comments, likes, or shares.

Data collection techniques were carried out through in-depth interviews and observations, while data analysis used an interactive model from Miles and Huberman which included data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of the study show that the Instagram account @larashatimangkunegaran has succeeded in building a positive perception through visual and interactive promotional strategies such as reels, stories, feeds, captions, hashtags, and giveaways. Followers and visitors rate the promotional content as interesting, informative, and able to encourage active participation, including ticket sales transactions and the formation of fan communities. This perception encourages higher engagement with the promoted event.

In conclusion, the digital promotion strategy implemented by this account is effective in building a positive image and increasing public participation in cultural events. This study provides important insights into optimizing promotion through social media in a cultural context.

Keywords: Perception, Digital Promotion, Instagram, Social Media, Laras Hati

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini penulis tulis sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Periklanan dan Komunikasi Pemasaran.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penlitit ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Yoyoh Hereyah, Dr, S.Pd, M.Si selaku dosen pembimbing penulis yang telah banyak berjasa dalam pembuatan skripsi ini, senantiasa mengarahkan penulis, memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Motivasi dan dorongan ibu sangat berjasa sehingga penulis bisa mengerjakan skripsi ini dengan maksimal.
2. Marwan Mahmudi, Drs. M.Si sebagai dosen penguji yang telah membantu dan memberi arahan untuk kesempurnaan tugas akhir ini.
3. Ira Purwitasari, Dr. S.Sos., M. Ikom sebagai ketua sidang yang membantu kelancaran sidang dan pemberian masukan yang berguna untuk tugas akhir ini.
4. Prof. Ahmad Mulyana, M.Si sebagai Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi dan Dosen Pembimbing Akademik Penulis.
5. Dr. Farid Hamid, M.Si sebagai Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi.
6. Kepada ketiga informan yang telah memberikan wawasan dan meluangkan waktu nya.
7. Kepada kedua orang tua penulis bapak Suparlan dan ibu Sumartini, S.Pd atas *support* selama perjalanan hidup penulis sampai di tahap ini. Terima kasih selalu mengusahakan pendidikan terbaik untuk putri bungsu nya ini. *“Lihat Senyummu memberikan kekuatan”* Terbuang Dalam Waktu, Barasuara.

8. Kepada kakak penulis Immar Pawesti Putri, S.E dan Arlani Oktaviani, S.I.Kom terima kasih telah memberikan wejangan akan kerasnya kehidupan di luar sana. Senantiasa mengingatkan hal baik dan menyaksikan adik bungsu nya telah tumbuh dewasa.
9. Kepada sahabat kecil penulis “Blekpings” (Ananta Zalianty Putri, Febriana Zalfa, Siwi Utami) sebagai saksi perjalanan hidup penulis sejak kecil hingga bertumbuh dewasa. Terima kasih selalu menjadi pendengar yang baik dengan segala cerita penulis, dukungan, hiburan, nasihat. Kelak akan terus menuliskan cerita sampai seterusnya dan selamanya.
10. Kepada sahabat sedari putih biru Liani Wijaya dan Sheanne Tirtadjaya, sejak pendaftaran, berjuang dari awal hingga menyelesaikan tugas akhir ini selalu bersama.
11. Kepada kawan putih abu-abu penulis “Thanos Family” atas tingkah lucu kalian yang sangat amat menghibur. Selalu jadi kawan yang menyenangkan ya.
12. Kepada Hanifah, S.I.Kom terima kasih atas segala bantuan selama di bangku perkuliahan ini, atas dukungan, serta amat berjasa atas segala bantuan yang telah diberikan.
13. Kepada Ninda Ayu, Rizky, Dimas, Dandi seperjuangan kuliah atas waktu yang telah dilalui selama masa perkuliahan ini.
14. Kepada grub band Perunggu atas karya musiknya yang luar biasa, terutama lagu “*Prematur*” membicarakan tentang keinginan pribadi, mengenai pencapaian, cita-cita, atau target hidup yang ingin diraih.
15. Terakhir, mengucapkan sebesar-besarnya kepada diri saya sendiri bahwa bisa menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya, terus semangat karena ini merupakan langkah awal masih banyak tangga yang akan dilalui. Terus bertumbuh menjadi pribadi yang baik dan rendah hati.

Peneliti telah berupaya semaksimal mungkin untuk menyelesaikan Laporan. Skripsi ini menghasilkan yang paling baik. Oleh karena itu, Peneliti mengharapkan masukan, masukan serta saran konstruktif dari berbagai pihak untuk menyempurnakan usulan skripsi ini. Semoga Laporan Skripsi ini berguna dan bisa menambah ilmu untuk Peneliti dan juga pembaca. Akhir kata. dengan segala keikhlasan dengan kerendahan hati, Peneliti meminta maaf atas semua kelemahan dalam penyusunan skripsi ini.

Jakarta, 24 Juni 2024

Marcella Putri Wulandari



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	13
1.3 Fokus Penelitian.....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Konsep atau Teori	22
2.2.1 Persepsi	22
2.2.2 Khalayak	27
2.2.3 Promosi	31
2.2.4 Komunikasi Pemasaran Terpadu	33
2.2.5 Media Sosial.....	34
2.2.6 Instagram	37
2.2.7 Laras Hati Mangkunegaran	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Paradigma Penelitian.....	42

3.2	Metode Penelitian	44
3.3	Subjek Penelitian	46
3.4	Teknik Pengumpulan Data	49
3.5	Teknik Analisis Data	50
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		55
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	55
4.1.1	Pura Mangkunegaran	55
4.1.2	Laras Hati Mangkunegaran	56
4.1.3	Profile Akun Instagram @larashatimangkunegaran	57
4.2	Hasil Penelitian	57
4.2.1	Strategi Promosi dan Publikasi	62
4.2.2	Persepsi Mengenai Konten Promosi di Instagram	65
4.2.3	Sikap dan Respons Mengenai Promosi	69
4.3	Pembahasan	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		80
5.1	Kesimpulan	80
5.2	Saran	81
5.2.1	Saran Praktis	81
5.2.2	Saran Teoritis	81
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN		84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil Akun Instagram @larashatimangkunegaran, diakses pada 23 Mei 2025	3
Gambar 1. 2 Postingan Giveaway 5 Tiket Festival Gratis, diakses pada 28 Mei 2024	4
Gambar 1. 3 Postingan Cara Masuk Ke Area Konser, diakses pada 08 Juli 2024..	6
Gambar 1. 4 Postingan Mangkunegaran MakaN-MakaN, diakses pada 08 Juli 2024	9
Gambar 1. 5 Postingan Special Promo Buy 1 Get 1, diakses pada 07 Juni 2024 .	10
Gambar 2. 1 The Perceptual Process, source opentextbc.ca.introconsumerbehaviour	24
Gambar 3. 1 Teknik Analisis Data Menurut Miles and Huberman	51
Gambar 4. 1 Profil Akun Instagram @larashatimangkunegaran, diakses pada 30 Mei 2025	57
Gambar 4.3. 1 Infographic "The Power of Visual Content" (Gaille, n.d).....	76
Gambar 4.3. 2 Videotron Adegan Mangkunegaran di Bundaran HI, diakses pada 23 Juni 2025	77

UNIVERSITAS
MERCU BUANA