

SKRIPSI

PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA

KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PRODUK 3SECOND

(Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @its3second)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada

Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Farham Ahmad Ryan Noor

1810414610028

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET
DAN TEKNOLOGI UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN**

2023



KEMENTERIAN PENDIDIKAN,
KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Brigjend H.Hasan Basry Kayu Tangi Telp. (0511) 3304595 Banjarmasin (70123)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN
DIGITAL PRODUK 3SECOND
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @its3second)

- A. Nama Mahasiswa : Farham Ahmad Ryan Noor
NIM : 1810414610028
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai ~~79,10~~ (4-) dalam ujian mempertahankan skripsi Tingkat Sarjana (S1), Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat, pada 13 September 2023.
- C. Tim Penguji:
- a. Ketua
Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom MA
NIP. 19900108201707104001
- b. Sekretaris
Lalita Hanief, S.Sos.,M.Si
NIP. 198707122008122001
- c. Anggota
Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd,MA
NIP. 199202182019032020

(.....)

(.....)

(.....)

Banjarmasin, 30 September 2023
Ketua Pembimbing

(.....)
Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom MA
NIP. 19900108201707104001

Mengetahui
Prof. Dr. Hs. Bedi Satriandi, S.Sos., M.Si
NIP. 195101211998021001

SURAT PERNYATAAN

Nama : Farham Ahmad Ryan Noor
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 13 Juni 1998
NIM : 1810414610028
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Alamat : Jl. Benua Anyar

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi yang berjudul **“PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK 3SECOND (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @its3second)”** adalah benar-benar hasil karya saya sendiri. Yang mana skripsi ini merupakan hasil penelitian peneliti bukan merupakan hasil plagiasi. Apabila dikemudian hari terdapat adanya peniruan dalam penelitian ini, maka peneliti akan bersedia menerima sanksi sebagaimana mestinya, sesuai hukum dan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, September 2023



Farham Ahmad Ryan Noor

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberi kemudahan dalam menuntut ilmu dan memberikan kesehatan sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan judul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Produk *3SECOND* (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @its3second)” dapat terselesaikan. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan para sahabatnya serta para pengikutnya hingga akhir zaman.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan dukungan semua pihak yang mendukung dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaiannya. Berikut ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ahmad Alim Bahri, S.E., M.Sc selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Yuanita Setyastuti, S.S., M.Ikom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
4. Bapak Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom, MA selaku

Dosen Pembimbing dan yang telah membantu, membimbing serta mendukung penulis dengan penuh kesabaran sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.

5. Ibu Lalita Hanief, S.Sos.,M.Si selaku Dosen Penguji 1 yang telah bersedia menguji dan memberikan koreksi serta masukan guna memperbaiki kekurangan agar penulisan skripsi penulis dapat menjadi lebih baik.
6. Ibu Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.pd, MA selaku Dosen Penguji 2 yang telah bersedia menguji dan memberikan koreksi serta masukan guna memperbaiki kekurangan agar penulisan skripsi penulis dapat menjadi lebih baik.
7. Seluruh dosen yang telah sabar membimbing, mendidik dan memberi banyak bekal pengetahuan serta pengalaman berharga yang diterima penulis selama masa perkuliahan di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Lambung Mangkurat.
8. Kepada keluarga tercinta, Bapak Nanang Hairani, Ibu Yeni Mulyani dan Kakak Maulida Riffa Azhari terima kasih atas segala doa, dukungan, nasihat, motivasi, dan jerih payah yang luar biasa sehingga penulis lebih termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi angkatan 2018 khususnya kelas reguler B terima kasih banyak telah memberikan doa, motivasi dan dukungannya.

10. Reza Maulana selaku Konseptor Instagram @its3second, Haris Fahmi, Selvi Febriana, dan M.Hilal Maulana yang sudah meluangkan waktu dan bersedia menjadi informan pada penelitian ini sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik
11. Semua pihak yang mendukung dan tidak dapat di sebutkan satu persatu oleh penulis namun telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Untuk best support system saya Syifa Mardhatillah Dwi Ikhwan sekaligus pacar saya yang sudah sangat membantu dalam penyelesaian proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi diharapkan dapat memberikan manfaat keilmuan yang berarti dalam bidang Ilmu Komunikasi, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini.

Banjarmasin, Agustus 2023

Penulis,

Farham Ahmad Ryan Noor

ABSTRAK

Farham Ahmad Ryan Noor, 1810414610028, 2023. “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Produk 3Second (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @its3second). Dibawah bimbingan Bapak Achmad Bayu Chandrabowono.

Perkembangan komunikasi pemasaran saat ini tidak hanya dilakukan secara konvensional saja. Pemasar kini juga memanfaatkan media baru seperti internet sebagai alternatif untuk melakukan pendekatan kepada calon konsumen. Instagram menjadi salah satu alternatif media komunikasi yang telah ada sebelumnya, terutama dalam pemanfaatannya sebagai media komunikasi dan kegiatan komunikasi pemasaran digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh akun instagram @its3second.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif. Jenis dan sumber data diperoleh dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara kepada 1 konseptor dan 4 orang konsumen @its3second di instagram serta dokumentasi.

Hasil dari penelitian menyatakan bahwa pemanfaatan instagram yang dilakukan oleh @its3second adalah mengalokasikan waktu hampir setiap hari selama jam kerja untuk memanfaatkan kegunaan fitur-fitur yang disediakan instagram dalam melakukan aktivitas pemasaran produknya di instagram dengan melakukan posting instastory, posting di feed, membalas pertanyaan-pertanyaan pelanggan di direct message. @its3second menggunakan tipe akun bisnis untuk menganalisis konten penjualan melalui fitur insight. Pemanfaatan instagram sebagai media pemasaran digital memberikan dampak positif bagi @its3second dengan penjualan melalui instagram yang sangat menunjang pendapatan dibandingkan penjualan secara konvensional dengan perbandingan 30% produk terjual di instagram dan 70% produk terjual di offline store.

Kata kunci : Media Sosial, Instagram, Komunikasi Pemasaran Digital

ABSTRACT

Farham Ahmad Ryan Noor, 1810414610028, 2023. "Utilization of Instagram as a Digital Marketing Communication Media for 3Second Products (Qualitative Descriptive Study on Instagram Account @its3second). Under the guidance of Mr. Achmad Bayu Chandrabowono.

The development of marketing communications at this time is not only done conventionally. Marketers are now also utilizing new media such as the internet as an alternative to approach potential customers. Instagram is an alternative communication media that has existed before, especially in its use as a communication medium and digital marketing communication activities. This study aims to find out how the use of Instagram as a digital marketing communication medium is carried out by the Instagram account @its3second.

The research method uses a qualitative approach with a descriptive type. Types and sources of data obtained by data collection techniques through observation, interviews with 1 drafter and 4 @its3second consumers on Instagram and documentation.

The results of the study state that the use of Instagram by @its3second is allocating time almost every day during working hours to take advantage of the features provided by Instagram in carrying out product marketing activities on Instagram by posting Instagram stories, posting on feeds, responding to questions. customers in direct messages. @its3second uses a business account type to analyze sales content through the insights feature. The use of Instagram as a digital marketing medium has a positive impact on @its3second with sales through Instagram which greatly support revenue compared to conventional sales with a ratio of 30% of products sold on Instagram and 70% of products sold in offline stores.

Keywords: Social Media, Instagram, Digital Marketing Communications

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Sejenis.....	10
2.2 Tinjauan Konseptual	20
2.2.1 Komunikasi	20
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	25
2.2.3 <i>New Media</i>	34
2.2.4 Media Sosial	39
2.2.5 Instagram	44
2.3 Tinjauan Teori.....	49
2.3.1 Teori <i>Computer Mediated Communication</i>	49
2.4 Kerangka Pemikiran	53
BAB III.....	54
METODE PENELITIAN	54
3.1 Pendekatan Penelitian	54

3.2	Tipe Penelitian	54
3.3	Objek Penelitian.....	55
3.4	Subjek Penelitian	55
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	57
3.5.1	Jenis Data	57
3.5.2	Sumber Data	57
3.6	Teknik Pengumpulan Data	58
3.6.1	Observasi	58
3.6.2	Wawancara	59
3.6.3	Dokumentasi.....	59
3.7	Teknik Analisis Data	60
3.7.1	Reduksi Data	60
3.7.2	Penyajian Data.....	60
3.7.3	Penarikan Kesimpulan.....	61
3.8	Triangulasi Teknik.....	61
3.9	Waktu dan Lokasi Penelitian	62
BAB IV		63
DESKRIPSI HASIL PENELITIAN.....		63
4.1	Gambaran Umum Penelitian.....	63
4.1.1	Sejarah @its3second	63
4.1.2	<i>Offline store</i> @its3second	65
4.1.3	Profil Instagram @its3second	66
4.1.4	Karakteristik <i>Konseptor</i> @its3second.....	67
4.1.5	Produk @its3second.....	68
4.1.6	Proses Pemesanan Produk @its3second.....	70
4.2	Hasil Penelitian	72
4.2.1	Alokasi Waktu Mengakses.....	72
4.2.2	Akun Yang Dimiliki.....	73
4.2.3	Kegunaan.....	78
4.2.4	Dampak Penggunaan.....	83
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	86
4.3.1	Alokasi Waktu Mengakses	87

4.3.2	Akun Yang Dimiliki.....	89
4.3.3	Kegunaan.....	91
4.3.4	Dampak Penggunaan.....	101
4.3.5	Teori <i>Computer Mediated Communication</i>	103
PENUTUP.....		107
5.1	Kesimpulan.....	107
5.2	Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....		110
LAMPIRAN.....		113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Instagram di Seluruh Dunia April 2022.....	2
Gambar 1. 2 Tampilan Akun Instagram @its3second	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	53
Gambar 3. 1 Skema Triangulasi Teknik.....	62
Gambar 4. 1 Logo @its3second	63
Gambar 4. 2 Profil Instagram @its3second.....	66
Gambar 4. 3 Kegunaan Fitur Share pada @its3second	92
Gambar 4. 4 Kegunaan Fitur Slide Foto pada @its3second.....	93
Gambar 4. 5 Kegunaan Fitur Mention pada @its3second	94
Gambar 4. 6 Kegunaan Fitur Geotagging pada @its3second.....	95
Gambar 4. 7 Kegunaan Fitur Hashtag pada @its3second	96
Gambar 4. 8 Kegunaan Fitur Instastory pada @its3second	97
Gambar 4. 9 Kegunaan Fitur Live pada @its3second.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sejenis	10
Tabel 3. 1 Karakteristik Informan	56
Tabel 4. 1 Karakteristik Konseptor @its3second.....	67
Tabel 4. 2 Jenis barang yang dijual @its3second	68

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 PEDOMAN WAWANCARA	114
LAMPIRAN 2 TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN UTAMA	116
LAMPIRAN 3 TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG	120
LAMPIRAN 4 DOKUMENTASI PENELITIAN.....	132