

# **SKRIPSI**

## **Pemanfaatan *Digital Marketing* Melalui Media *Instagram***

**(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @wanindo\_production)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)

Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



**Oleh :**

**SANTI SITORUS PANE**

**1910414320038**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2024**



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


KOMUNIKASI INTERPERSONAL PETUGAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PENGUNJUNG PERIZINAN KESEHATAN DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU (DPMPTSP) KABUPATEN HULU SUNGAI  
SELATAN

- A. Nama Mahasiswa : Santi Sitorus Pane  
NIM : 1910414320038
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai 80,13 (A) dalam ujian mempertahankan skripsi Tingkat Sarjana (S1), Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 21 Juni 2024.

C. Tim Penguji:

a. Ketua

Muhammad Nizar Hidayat, S.I.P., M.A  
NIP.198911282020121011

(.....)

b. Sekretaris

Dr. Siswanto Rawali, S.Sos., M.Si  
NIP.197610052008121002


(.....)

c. Anggota

Achmad Bayu Chandrabuwono  
NIP.19900108201707104001

(.....)

Banjarmasin, 2 Juli 2024  
Ketua Pembimbing

(.....)  
Muhammad Nizar Hidayat, S.I.P., M.A  
NIP. 198911282020121011

Mengetahui  
Dekan FISIP ULM

(.....)  
Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.  
NIP.197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

## SURAT TUGAS

Nomor : 3080/UN8.1.13/KP.10.00/2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin  
menugaskan Saudara/i :

1. Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA.
2. Dr.Siswanto.,M.Si
3. Achmad Bayu Chandrabuwono.,S.Ikom.,M.A

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Santi Sitorus Pane  
NIM : 1910414320038  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi  
Pemasaran Digital oleh Akun @wanindo\_production

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Jumat, 21 Juni 2024  
J a m : 14.00 WITA - Selesai  
T e m p a t : Ruang Sidang Skripsi

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 19 Juni 2024  
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si  
NIP 197301221998021001



CS Dipindai dengan CamScanner



1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah"  
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR



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

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

Pada hari ini Jumat Dua Puluh Satu Juni Dua Ribu Dua Puluh Empat, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 3080/UN8.1.13/KP.10.00/2024 tanggal 19 Juni 2024 untuk menguji skripsi :

Nama : Santi Sitorus Pane  
NIM : 1910414320038  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital oleh Akun @wanindo\_production

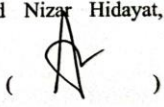
Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi  
Waktu Ujian : 14.00 s/d selesai  
Nilai : 80,3 (A)  
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~


Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

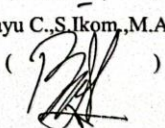
Dibuat di : BANJARMASIN  
Pada Tanggal : 21 Juni 2024

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

1. Ketua : Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA. (  )


2. Sekretaris : Dr.Siswanto.,M.Si (  )

3. Anggota : Achmad Bayu C.,S.Ikom.,M.A (  )

  
Santi Sitorus Pane

Mengetahui/membenarkan :  
a.n. D e k a n

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,

  
Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si  
NIP. 198208212006042002



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

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR NILAI RATA-RATA  
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Santi Sitorus Pane  
NIM : 1910414320038  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi  
Pemasaran Digital oleh Akun @wanindo\_production

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA.	81	
2.	Dr.Siswanto.,M.Si	80	
3.	Achmad Bayu Chandrabuwono.,S.Ikom.,M.A	80	
Jumlah		241	
Nilai Rata-rata		80,33	Nilai Akhir = 80,13 (K)

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 21 Juni 2024

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 - 100	A	4,00
77 - 79	A-	3,75
75 - 76	B+	3,50
70 - 74	B	3,00
66 - 69	B-	2,75
61 - 65	C+	2,50
55 - 60	C	2,00
50 - 54	D+	1,50
40 - 49	D	1,00
0 - 39	E	0

## SURAT PERNYATAAN

Nama : Santi Sitorus Pane  
Tempat/Tanggal Lahir : Banjarmasin, 21 Januari 2001  
Nim : 1910414320038  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Alamat : Jl. Raga Samudera Komplek Herlina 1  
No.82 Banjarmasin, Kalimantan Selatan

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi yang berjudul “**Pemanfaatan Digital Marketing Melalui Media Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @wanindo\_production)**” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri. Yang mana skripsi ini merupakan hasil penelitian 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, 7 Juni 2024  
Yang membuat pernyataan,

Santi Sitorus Pane

## ABSTRAK

Santi Sitorus Pane, 1910414320038, 2024. Pemanfaatan *Digital Marketing* melalui media *Instagram* (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun @wanindo\_production). Dibimbing oleh Muhammad Nizar Hidayat.

Wanindo Production merupakan salah satu *event organizer* di kota Banjarmasin yang memanfaatkan *digital marketing* melalui *Instagram*. Komunikasi pemasaran digital merupakan pemasaran yang memanfaatkan internet dan teknologi untuk memperluas dan meningkatkan penjualan secara *online* maupun *offline*. Pemanfaatan *digital marketing* melalui *Instagram* ini menjadi upaya untuk memberikan informasi mengenai Wanindo Production. Penelitian ini membahas tentang Pemanfaatan Digital Marketing melalui media *Instagram* (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun @wanindo\_production). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Wanindo Production memanfaatkan digital marketing melalui *Instagram* sebagai media komunikasi pemasaran digital.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan tipe penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan 3 teknik yaitu melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Triangulasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah triangulasi sumber, dimana terdiri oleh informan kunci yaitu pemilik Wanindo Production, informan utama yaitu manager Wanindo Production dan informan pendukung yaitu 2 orang pengikut *Instagram* @wanindo\_production.

Hasil penelitian ini menunjukkan pemanfaatan digital marketing melalui *Instagram* sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Wanindo Production. Dimana dalam pemanfaatan digital marketing melalui *Instagram* menggunakan metode *RACE* oleh Dave Chaffey yang dikutip melalui *Smart Insights* dan didukung dengan penggunaan fitur *Instagram*, sebagai berikut: *Reach* atau mencapai (*Insta Story, Followers & Hashtag*), *Act* atau tindakan (*Insta Story, Reels, Share, Caption, Geotag, Tagging & Live*), *Convert* atau konversi (*Share*), dan *Engage* atau terlibat (*Insta Story, Coment & Like*).

**Kata kunci:** Komunikasi Pemasaran, Pemasaran Digital, *Instagram*, *RACE*, Wanindo Production

## **ABSTRACT**

*Santi Sitorus Pane, 1910414320038, 2024. Utilization of Digital Marketing through Instagram media (Qualitative Descriptive Study on the @wanindo\_production Account). Supervised by Muhammad Nizar Hidayat.*

*Wanindo Production is an event organizer in the city of Banjarmasin that utilizes digital marketing via Instagram. Digital marketing communications is marketing that utilizes the internet and technology to expand and increase sales online and offline. The use of digital marketing via Instagram is an effort to provide information about Wanindo Production. This research discusses the use of digital marketing through Instagram media (Qualitative Descriptive Study on the @wanindo\_production Account). The purpose of this research is to find out how Wanindo Production utilizes digital marketing via Instagram as a digital marketing communication medium.*

*This research was conducted with a qualitative approach and used a descriptive research type. Data collection techniques in this research were carried out using 3 techniques, namely through observation, interviews and documentation. The triangulation carried out in this research was source triangulation, which consisted of key informants namely the owner of Wanindo Production, the main informant namely the manager of Wanindo Production and supporting informants namely 2 Instagram followers @wanindo\_production.*

*The results of this research show the use of digital marketing via Instagram as a digital marketing communication medium carried out by Wanindo Production. Where the use of digital marketing via Instagram uses the RACE method by Dave Chaffey which is quoted via Smart Insights and is supported by the use of Instagram features, as follows: Reach or reach (Insta Story, Followers & Hashtag), Act or action (Insta Story, Reels, Share, Caption, Geotag, Tagging & Live), Convert or convert (Share), and Engage or involve (Insta Story, Comment & Like).*

**Keywords:** *Marketing Communications, Digital Marketing, Instagram, RACE, Wanindo Production*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat karunia-Nya. Kepada keluarga dan sahabat, yang telah memberi dukungan dan doa yang terbaik kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik sebagai upaya penulisan untuk menyelesaikan studi guna memenuhi gelas serjana (S1) Ilmu Komunikasi di Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis berharap skripsi ini dapat berguna dalam rangka menambah wawasan serta pengetahuan. Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis berharap adanya saran, kritik maupun masukan untuk memperbaiki skripsi yang telah penulis buat dimasa yang akan datang. Mengingat tidak ada sesuatu yang sempurna tanpa adanya komunikasi yang saling membangun.

Penulisan skripsi ini dengan judul “**Pemanfaatan *Digital Marketing* Melalui Media *Instagram* (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @wanindo\_production)**” ini tidak dapat diselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si, selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Prof. Dr. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

3. Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Lambung Mangkurat.
4. Muhammad Nizar Hidayat, S.I.P., MA, selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas segala bimbingan, kritik dan saran yang membangun dalam penulisan skripsi.
5. Dr. Siswanto Rawali, S.Sos., M.Si, selaku Dosen Penguji 1 yang sudah memberikan saran untuk perkembangan skripsi ini.
6. Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom., MA, selaku Dosen Penguji 2 yang sudah memberikan saran untuk perkembangan skripsi ini.
7. Seluruh staff pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
8. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat yang tulus agar mampu menempuh pendidikan dengan baik.
9. Novi dan Samuel, selaku kakak dan adik kandung penulis yang tidak pernah berhenti memberi dukungan dan semangat.
10. Fina dan Lala, selaku sahabat penulis sejak awal menempuh kuliah yang selalu setia memberi dukungan dan nasehat.
11. Teman-teman Gereja yang selalu setia memberi dukungan dan hiburan selama ini.
12. Renaldy Viria Lufhi, Febny Lusica, Yuni dan Yoas, selaku informan dalam penelitian ini.
13. Wanindo Production, selaku subjek penelitian.

Dengan demikian sekiranya skripsi ini dapat berguna bagi penulis dan bagi siapapun yang membacanya. Sebelumnya penulis memohon maaf apabila ada kata-kata maupun kalimat yang salah atau kurang berkenan.

Banjarmasin, 31 Januari 2023

Penulis,

Santi Sitorus Pane

NIM. 1910414320038

## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	6
ABSTRAK .....	7
KATA PENGANTAR .....	9
DAFTAR ISI.....	12
DAFTAR GAMBAR .....	14
DAFTAR TABEL.....	16
DAFTAR BAGAN .....	17
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Penelitian Sejenis .....	18
2.2 Tinjauan Konseptual .....	22
2.3 Tinjauan Teori (Teori <i>New Media</i> ) .....	37
2.4 Kerangka Pemikiran .....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Pendekatan Penelitian .....	43

3.2	Tipe Penelitian.....	44
3.3	Objek Penelitian .....	45
3.4	Informan Penelitian.....	45
3.5	Jenis dan Sumber Data .....	46
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.7	Teknik Analisis Data.....	49
3.8	Triangulasi Data .....	50
3.9	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		53
4.1	Gambaran Umum .....	53
4.2	Hasil Penelitian .....	61
4.3	Pembahasan.....	84
BAB V PENUTUP.....		100
5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Saran 101	
Daftar Pustaka .....		103
LAMPIRAN .....		106

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Most-Used Media Platform</i> .....	5
Gambar 1.2 Pengguna Paket <i>Assisting Handling</i> Wanindo .....	12
Gambar 1.3 Diagram Pengguna Jasa Wanindo.....	13
Gambar 1.4 Tampilan Instagram Wanindo Production .....	15
Gambar 2.1 Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	32
Gambar 4.1 Logo Wanindo Production .....	53
Gambar 4.2 Kantor Wanindo Production.....	54
Gambar 4.3 Profil <i>Instagram</i> @wanindo_production .....	56
Gambar 4.4 <i>Reels Instagram</i> @wanindo_production.....	57
Gambar 4.5 Konten <i>Feeds Instagram</i> @wanindo_production .....	59
Gambar 4.6 Konten <i>Instagram Story</i> @wanindo_production .....	60
Gambar 4.7 Q&A Wanindo Melalui <i>Instagram</i> @wanindo_production.....	65
Gambar 4.8 <i>Followers Instagram</i> @wanindo_production .....	67
Gambar 4.9 Fitur <i>Hashtag</i> pada akun @wanindo_production .....	68
Gambar 4.10 <i>Update Event</i> Wanindo Melalui <i>Insta Story</i> .....	69
Gambar 4.11 Konten <i>Reels Instagram</i> @wanindo_production .....	70
Gambar 4.12 Postingan dan <i>Caption Instagram</i> @wanindo_production .....	72
Gambar 4.13 Postingan <i>Instagram</i> @wanindo_production menggunakan fitur <i>geotag</i> .....	73

Gambar 4.14 <i>Live Instagram</i> @wanindo_production.....	74
Gambar 4.15 Postingan Paket Promo Wanindo Production .....	77
Gambar 4.16 <i>Instagram Story</i> Q&A Akun <i>Instagram</i> @wanindo_production..	79
Gambar 4.17 Jenis Jasa Layanan Wanindo Production .....	80
Gambar 4.18 <i>Instagram</i> @wanindo_production menggunakan fitur komen & suka	82
Gambar 4.19 Konten <i>Satisfaction</i> dan <i>Testimony</i> Dalam Fitur <i>Highlight</i> .....	83

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Usia Pengguna <i>Instagram</i> sampai April 2023 .....	7
Tabel 1.2 Pengguna Jasa Wanindo Production .....	14
Tabel 1.3 Pengguna Paket <i>Assisting Handling</i> Wanindo Production .....	14
Tabel 2.1 Penelitian Sejenis .....	21
Tabel 4.1 Data Informan .....	64

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	42
Bagan 3.1 Triangulasi Sumber.....	51