

**PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
PEMASARAN ONLINE DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN**

(Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi
Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Penjualan Oleh Adorable Projects)

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata I

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Nurhasanah Hasan

20110530067

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGTAKARTA**

MOTTO

MAN JADDA WAJADA

Siapa bersungguh-sungguh pasti berhasil

MAN SHABARA ZHAFIRA

Siapa yang bersabar pasti beruntung

MAN SARA ALA DARI WASHALA

Siapa menapaki jalan-Nya akan sampai ke tujuan

HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Orang tua yang tercinta: Untuk Bapak Hj. Hasan Abdurachman Badar S.H. dan Ibu Ruya Ismail S.Pd., yang tak kenal lelah menasehati dan membimbingku dari aku lahir hingga saat ini, yang selalu mendo'akanku dalam setiap sujudnya.
3. Kakak-kakak dan adik saya, Rahemat, Rachmawaty, dan Nurhalisa Hasan. Terima kasih atas do'a, semangat dan juga kasih sayang selama ini.
4. Terima kasih untuk seluruh keluarga besar Alm. Abdurachman Badar di Ternate dan Alm. Ismail Sa'ban di Ternate dan Susupu yang telah memberikan do'a dan semangat. Semoga Allah membalas kebaikan kalian semua.
5. Terima kasih kepada Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc yang sudah senantiasa sabar dalam membimbing saya sehingga skripsi ini dapat tersusun dan mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat.
6. Terima kasih untuk teman saya yang sudah seperti saudara Agustin Prihannisa Astiti (Nisa) dan Della Rani Antika (Della) yang bawel, lucu, dan seru dimanapun kita berada, dan yang selalu mendoakan saya cepat lulus, semoga Allah membalas kebaikan kalian berdua.

7. Terima kasih juga untuk Rosyiani Desi Kirana (eci) yang selalu mendengar curhat saya mengenai skripsi ini dan memberikan masukan untuk skripsi ini walaupun via whatsapp tetap dibales. Makcik Is the Best.
8. Mashal Sarbani Yousafzai (Mashal) *thank you for all the abundance kindness, patience, support, and feedback while listening to my complaint about this last project.*
9. Grup Gila-gilaan dan grup Tsabita Cute yang selalu mendukung dan memberikan doa untuk kelancaran skripsi saya, terima kasih genk.
10. Sepupu-sepupu saya Muhammad Mahdi Ishak (Koken) dan Muzamil Tanassy (Tami) *my best cousins ever.*
11. Keluarga kecil anak rantau dari Ternate Kak ririn dan Wiwi yang rame dan gokil.
12. Keluarga kecil penulis di kost Intan (Yori, Uki, Salma, dan Astrid) yang ceria, lucu, cute, dan yang selalu rame. *They add more colors to my life. Thank you*

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang tertanda tanga dibawah ini :

Nama : Nurhasanah Hasan

NIM : 20110530067

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang penulis tulis ini benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri dan belum diajukan dalam bentuk apapun ke perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, inayah, dan hidayah-Nya sehinggalah saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam saya haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah menyelamatkan kita dari jaman jahilia ke jaman moderen saat ini.

Alhamdulillahirabbilalamin, skripsi dengan judul Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Penjualan oleh Adorable Projects telah terselesaikan dengan baik berkat segala bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta kesabaran selama penulisan skripsi ini berlangsung.
2. Mbak Firly Annisa, S.IP., M.A selaku Dosen Penguji I dan Mas Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn selaku Dosen Penguji II yang telah meluangkan waktu untuk menguji skripsi saya.
3. Seluruh Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama di bangku perkuliahan dan juga seluruh staff Jurusan Ilmu Komunikasi

terkhusus kepada Pak Jono yang dengan sabar menghadapi saya dengan pertanyaan yang berulang-ulang kali, terima kasih juga kepada Pak Muryadi.

4. Kedua orang tua saya Hi. Hasan Abdurachman Badar S.H dan Ruya Ismail S.Pdi., yang telah banyak mendoakan kesuksesan saya dan ketiga saudara saya dan juga mengorbankan banyak hal untuk sekolah saya dan saudara-saudara saya.
5. Customer Service Adorable Projects yang telah memberikan ijin kepada peneliti untuk melakukan penelitian di Instagram Adorable Projects.
6. Mas Fajar Nugraha selaku Owner dari Adorable Projects yang telah meluangkan waktu, kesabaran, dan keramahan selama proses wawancara yang sempat beberapa kali dikirim melalui email.

Peneliti menyadari sepenuhnya didalam pembuatan Skripsi ini banyak terdapat kekurangan dan kelemahan dari segi materi maupun dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu kritik dan saran sangat peneliti harapkan bagi pembelajaran dikemudian hari.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
1. Secara Teoritis	11
2. Secara Praktis	11

E. Kerangka Teori	11
1. Instagram	11
2. Komunikasi Pemasaran.....	19
3. Bauran Komunikasi Pemasaran	21
4. Komunikasi Pemasaran Era Digital	26
F. Metode Penelitian.....	31
1. Jenis Penelitian	31
2. Informan.....	31
3. Teknik Pengambilan Data.....	32
4. Teknik Analisis Data	33
5. Teknik Keabsahan Data	35
BAB II PROFIL INFORMAN.....	37
A. Sejarah Adorable Projects.....	37
B. Visi – Misi Adorable Projects.....	42
C. Logo Adorable Projects	43
D. Produk Adorable Projects	44
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Sajian Data.....	45
1. Perencanaan	45
2. Pelaksanaan.....	56

B. Analisis Data.....	69
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA.....	xv
LAMPIRAN	xvii

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan Instagram di Indonesia	3
Gambar 1.2 Perkembangan Online Shop.....	4
Gambar 1.3 Akun Intagram Adorable Projects	6
Gambar 1.4 Grafik Penjualan Adorable Projects.....	8
Gambar 1.4.1 Perilaku Konsumen Era Digital	30
Gambar 2.1 Made To Order Konsumen Adorable Projects.....	39
Gambar 3.1.1 Diskon Adorable Projects	55
Gambar 3.1.2 Event Adorable Projects	56
Gambar 3.2.1 New Arrival Produk Adorable Projects Instagram Story	57
Gambar 3.2.2 New Catalogue Adorable Projects.....	58
Gambar 3.2.3 Feedback di Instagram Adorable Projects	60
Gambar 3.2.4 Hubungan Masyarakat Adorable Projects	64
Gambar 3.2.5 Pemasaran Langsung Adorable Projects.....	67