

**STRATEGI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM OLEH @mainvideo
DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE TAHUN 2019**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata I

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh:

FOLTAMA JUNA PRASETYA

20150530228

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

2020

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Foltama Juna Prasetya

NIM : 20150530228

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Advertising

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : Strategi Penggunaan Media Sosial Instagram Oleh @mainvideo dalam
Membangun Brand Image Tahun 2019

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Yogyakarta, 22 Januari 2021



Foltama Juna Prasetya

MOTTO

“Skripsi yang baik adalah skripsi yang diselesaikan”

“Selesaikanlah apa yang telah kamu mulai. Tuntaskan dengan tanggungjawab”

“Hidup itu adalah tentang kesiapan. Tuhan memberimu sesuai dengan kesiapanmu. Jadi, siapkanlah dirimu, pantaskanlah dirimu”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Teruntuk semesta yang tidak pernah berhenti mendewasakan dengan segala proses jatuh bangunnya memberikan pengalaman untuk terus bertumbuh. Penulis mempersembahkan tulisan ini kepada pihak – pihak yang telah mendukung dan membantu penulis dalam berproses. Terimakasih yang sangat besar karena telah menjadi bagian dalam perjalanan hidup penulis.

1. Allhamdulillah. Terimakasih kepada Allah SWT atas pemberian keajaiban dalam hidup ini. Atas segala pemberian kehidupan dengan segala proses pendewasaan. Terimakasih ya Allah engkau selalu memberikan kesehatan, kecukupan, dan kebahagiaan pada setiap proses kehidupan ini. Selalu bersyukur atas nikmat dan keajaibanMu.
2. **Bapak Muhdiarto dan Ibu Tri Murwati.** Terimakasih Bapak dan Ibu telah menjadi orang tua yang sabar dan selalu mengingatkan tentang kelulusan anakmu ini. Terimakasih telah mengajarkan arti bekerja keras dan konsistensi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Terimakasih Bapak dan Ibu telah memberikan kesempatan untuk saya untuk merasakan rasanya menjadi mahasiswa sehingga sangat merubah pola berfikir anakmu ini. Terimakasih selalu memberiku arti dari tanggungjawab dan membuktikan kepercayaan dalam hidup ini. Terimakasih sudah mengizinkan Folta mencari jalan hidup sendiri sehingga insyaallah akan menjadi jalan kedepan untuk Folta. Terimakasih karena terus mendoakan dan mendukung jalan apapun yang Folta pilih.
3. **Adik Dwi Satria Firjatullah dan Nabil Sandy Kurnia.** Kepada adik-adik kebanggaanku yang suatu saat nanti akan membaca tulisan ini, percayalah jika jalan apapun yang kalian pilih kakak akan selalu mendukung. Jalani pilihan kalian dengan tanggung jawab dan selalu kuat. Terimakasih ya dek yang selalu melatih kesabaran kakak heheu.

4. **Mas Zein Mufarrih Muktaf. S.IP, M.I.Kom.** Matur sembah nuwun kagem Mas Zein, karena terus menyemangatiku, untuk selalu mengajrkan menjadi Kapital dan jangan terus menjadi praktisi. Walaupun dulu mas saya tidak memilih Mas Zein sebagai dosen pembimbing karena dipikirkan jurusan, rasane nek kulo ken milih kulo bakal milih Mas Zein malih mas heheu. Maturnuwun sanget mas !
5. Terimakasih kepada bapak **Aswad Ishak, S.IP., M.Si dan Mbak Ayu Amalia, S.Sos, M.Si.** selaku dosen penguji saya yang sangat memberikan pelajar bagi saya arti sebuah perjuangan yang sangat mendewasakan.
6. **Mas Arif Yulianto.** Terimakasih sudah mengizinkan saya meneliti tentang **Mainvideo.** terimakasih yang amat besar sudah memberikan *insight* yang begitu banyak tentang *branding* sebuah vendor dokumentasi *wedding*. Sukses selalu buat Mainvideo semoga tetap berkembang dan akan terus maju. Amin .
7. **Syabella Khirina.** Terimakasih telah menjadi salah satu alasanmu untuk lulus. Terimakasih atas kebaikanmu karena telah menemani dan membantuku dalam menyelesaikan penelitian ini dengan tulus. Terimakasih untuk waktu dan kebaikan yang kamu beri kepadaku. Terimakasih untuk selalu ada ketika aku membutuhkan, sekarang kamu udah gaperlu repot-repot lagi bilang “Folta ayo digarap skripsinya” heheu
8. **Teman-teman Ewita (Mbolis, Japra, Dion, Snezka, Hanifan, Dila).** Terimakasih karena selalu ada saat aku merasa sepi, merasa tidak punya siapa-siapa dan merasa tidak punya apa-apa walaupun sebenarnya punya wkwk. Terimakasih telah menemaniku menertawakan dunia ini dan telah memberi warna di setiap proses perjalanan menuju dewasaku. Terimakasih untuk banyak sekali cerita yang kita buat hampir setiap hari. Terimakasih kepada **Mbolis** untuk selalu mengajarkan tentang kerja keras dan konsistensi, **Japra** untuk selalu mengajarkan saya

tentang kesetia kawan, **Dion** untuk selalu mengajarkan tentang tidak mempedulikan omongan orang lain yang tidak bermanfaat, **Snezka** untuk selalu bermimpi dan mengejar mimpi kita bersama, **Hanifan** yang selalu mengajarkanku arti dari sebuah kesabaran yang tidak terbatas, dan **Dila** yang selalu mengajarku tentang peduli terhadap sesama. Terimakasih teman-teman Ewita.

9. **Mas Zulma dan Mbak Fifek.** Terimakasih karena telah mau direpotkan ketika konsultasi tentang penelitian ini. Tetap membimbing dan mengarahkan walaupun saya terkadang lebih memilih kerjaan daripada skripsi, tapi kalian tetap mau membantuku.
10. **Teman-teman Laboratorium Ilmu Pemerintahan.** Terimakasih karena telah mengizinkanku berproses bersama dan memberikanku tempat untuk mengasah diri sebelum terjun di dunia kerja langsung. Terimakasih karena sudah mengajarkanku tentang keteraturan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur kepada Allah swt yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karenanya penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang diberikan pembaca agar penelitian ini menjadi lebih baik. Selama penyusunan skripsi penulis banyak mendapat dukungan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Zein Muffarih Mukhtaf, S.IP., M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang sangat sabar, baik, ikhlas dan segala kebaikan lain yang telah memberikan nasihat dan arahan kepada penulis
3. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.IP., dan Mbak Ayu Amalia, S.Sos, M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran dan dukungan kepada penulis.
4. Mas Arif Yulianto owner Mainvideo, Mbak Okta Admin Mainvideo terimakasih yang amat besar sudah memberikan *insight* yang begitu banyak tentang *branding* sebuah vendor dokumentasi *wedding*. Sukses selalu buat Mainvideo semoga tetap berkembang dan akan terus maju. Amin .

Yogyakarta, 23 Januari 2021

Foltama Juna Prasetya

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	viii
Daftar Table	ix
Daftar Bagan	x
Abstrak	xi
BAB I	1
Pendahuluan.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat	10
E. Landasan Teori	11
F. Metode Penelitian	18
G. Teknik Analisis Data	21
H. Uji Validitas Data	22
BAB II	25
Gambaran Objek Penelitian	25
A. Fenomena Instagram dan Video Wedding	25
B. Sejarah Singkat Mainvideo	27
C. Lokasi	28
D. Visi dan Misi	29
E. Struktur Organisasi	30
F. Segmentasi Pasar	31

BAB III	32
Hasil Pembahasan	32
A. Tahap Strategi <i>Branding</i> Mainvideo	35
B. Pendekatan Strategi Branding	58
C. Brand Image Mainvideo	68
D. Pembahasan	71
BAB IV	76
Penutup	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	78
Daftar Pustaka	79
Lampiran	80

DAFTAR GAMBAR

BAB I

Gambar 1.1 : Jumlah pengguna Instagram terbesar se-Asia Pasifik	9
Gambar 1.2 : Akun Instagram Mainvideo	11
Gambar 1.3 : Feed Instagram Mainvideo	12
Gambar 1.4 : Feed Instagram Mainvideo	12

BAB II

Gambar 2.1 : Logo Mainvideo	33
Gambar 2.2 : Feed dan Profil Instagram Mainvideo	34

BAB III

Gambar 3.1 : Profil Instagram Mainvideo	44
Gambar 3.2 : Pricelist Mainvideo	49
Gambar 3.3 : Instagram ads Mainvideo	52
Gambar 3.4 : Data jumlah pengguna media sosial di Indonesia	56
Gambar 3.5 : Data 10 negara terbesar pengguna aktif Instagrams	57

Gambar 3.6	: Gambar feed instagram @mainvideo	64
Gambar 3.7	: Gambar tone warna Mainvideo	66
Gambar 3.8	: Gambar komen Instagram Mainvideo	68
Gambar 3.9	: Gambar Klien Mainvideo	80
Gambar 3.10	: Gambar Profil Instagram Mainvideo	86
Gambar 3.11	: Gambar penonton dan komen video Mainvideo	86

DAFTAR TABEL

BAB I

Tabel 1.1	: Perbandingan vendor Mainvideo, @axio, dan @imagenic	10
-----------	---	----

BAB III

Tabel 3.1	: Daftar Narasumber Internal Mainvideo	38
Tabel 3.2	: Narasumber eksternal Mainvideo	38

DAFTAR BAGAN

BAB III

Bagan 3.1	: Pendekatan Strategi branding Mainvideo	63
Bagan 3.2	: Alur pemesanan Mainvideo	69