

**STRATEGI PROMOSI DIGITAL MELALUI INSTAGRAM PT  
TELEKOMUNIKASI SELULER KOTA PONTIANAK DI TENGAH  
PANDEMI COVID-19 PERIODE MARET-DESEMBER 2020**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana Strata 1  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

**FITRI ADINDA**

**20170530122**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2023**

### HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Fitri Adinda

Nomor Mahasiswa : 20170530122

Konsentrasi : *Public Relations*

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Promosi Digital Melalui Instagram PT Telekomunikasi Seluler Kota Pontianak di Tengah Pandemi COVID-19 Periode Maret-Desember 2020” adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi saya ini terbukti merupakan skripsi hasil plagiat dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut

Yogyakarta, 14 Agustus 2023



Fitri Adinda

## HALAMAN MOTTO

*“Tetapi hanya Allah-lah pelindungmu, dan Dia penolong yang terbaik”*  
**(QS. Ali 'Imran Ayat: 150)**

*“God’s plan > My plan”*  
**(Fitri Adinda)**

*“One day your hard work will pay off and your darieam will come true”*  
**(Fitri Adinda)**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Pertama-tama puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT serta Nabi Muhammad SAW atas karunia dan anugerah-Nya yang telah memberikan saya kelancaran dalam menyelesaikan studi Ilmu Komunikasi Strata 1.*

*Pencapaian saya ini saya persembahkan untuk keluarga tercinta. Teruntuk Ayahanda Memet Agustiar, Ibunda Rosledi, Kakak Adelsi Angelita dan Ilmira Rosalin, Abang Hasmiaji dan Dwiki Kurnia serta Laiqa. Terima kasih atas segala doa, memberikan semangat, menjadi teman berbagi cerita dan cinta yang selalu menyertai dalam setiap langkah perjalanan hidup saya.*

*Serta tak lupa terima kasih kepada sahabat saya terkhusus Ari, Hilmi, Ikbel, Nias Ida, Riana, Fafa, Dea, Shyhab dan Andini yang selalu hadir dan tidak pernah putus dalam memberi support untuk saya serta membantu selama masa pengerjaan skripsi.*

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillahirobbil‘alamin, puji syukur selalu terpanjat kepada Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Digital Melalui Instagram PT Telekomunikasi Seluler Kota Pontianak di Tengah Pandemi COVID-19 Periode Maret-Desember 2020” untuk memperoleh gelar sarjana strata I (satu) di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan lancar.

Meski tugas akhir ini telah selesai, tetapi peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan pada penelitian ini. Untuk itu, peneliti sangat terbuka atas kritik dan saran yang disampaikan agar menjadi pembelajaran bagi peneliti untuk menciptakan karya tulis selanjutnya. Skripsi ini tidak akan selesai dengan lancar tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan keajaiban, kesempatan, kemudahan, bimbingan, dan ridho-Nya yang tak terhingga untuk sehingga Skripsi ini dapat selesai.
2. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si. selaku ketua prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Adhianty Nurjanah, S.IP., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberi arahan, motivasi, semangat, dan membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

4. Bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA., M.A dan Ibu Frizki Yulianti Nurnisya, S.IP., M.Si., Ph.D selaku dosen penguji yang telah memberi saran dan arahan yang sangat bermanfaat bagi peneliti sehingga penelitian ini menjadi lebih baik.
5. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah banyak berbagi ilmu dan pengalaman kepada penulis.
6. Seluruh anggota keluarga peneliti yang telah saling mendoakan dan selalu menguatkan peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Pihak Telekomunikasi Seluler Kota Pontianak, khususnya Pak Fise Adhi Prasetio dan Mas Patra
8. Mba Ari dan Mas Arya selaku narasumber pada penelitian ini
9. Seluruh teman seperjuangan di Ilmu Komunikasi UMY, khususnya teman-teman di di Konsentrasi Public Relations yang sudah menghabiskan banyak waktu bersama peneliti di bangku perkuliahan.
10. Kepada seluruh pihak yang terlibat dalam proses penelitian ini.

Yogyakarta, 14 Agustus 2023



Fitri Adinda

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	14
C. Tujuan Penelitian .....	14
D. Manfaat Penelitian .....	14
1. Manfaat Teoritis.....	14
2. Manfaat Praktis .....	15
E. Kerangka Teori .....	15
1. Strategi Promosi.....	15
2. Promosi Digital .....	17
3. Instagram .....	23
F. Metode Penelitian .....	28
1. Jenis Penelitian .....	28
2. Objek Penelitian.....	29
3. Teknik Pengumpulan Data .....	29
4. Teknik Analisis Data .....	31
5. Uji Keabsahan Data .....	33
G. Sistematika Penulisan .....	34
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b> .....	<b>36</b>
A. Sejarah Perusahaan PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) .....	36
B. Departemen <i>Sales</i> Telkomsel <i>Branch</i> Pontianak.....	38

C.	Struktur Organisasi PT. Telkomsel Pontianak.....	39
D.	Struktur Organisasi dan <i>Job Description Departemen Sales Telkomsel Branch</i> Pontianak.....	40
E.	Tugas Departemen Sales Telkomsel Pontianak.....	41
F.	Produk-Produk Telkomsel.....	44
BAB III	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
A.	Sajian Data.....	47
1.	Latar Belakang Pemilihan Strategi Promosi Telkomsel Pontianak di Instagram Selama Pandemi COVID-19.....	47
2.	Pelaksanaan Strategi Promosi @TelkomselKalbar di Instagram Selama Pandemi COVID-19 bulan Maret-Desember 2020.....	51
B.	Analisis Data.....	65
1.	Latar Belakang Pemilihan Strategi Promosi Telkomsel Pontianak di Instagram Selama Pandemi COVID-19.....	65
2.	Perlaksanaan Strategi Promosi @TelkomselKalbar di Instagram Selama Pandemi COVID-19 bulan Maret-Desember 2020.....	67
BAB IV	PENUTUP.....	81
A.	Kesimpulan.....	81
B.	Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	.....	84
Interview Guide	.....	91
Dokumentasi	.....	103



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data COVID-19 Kalimantan Barat Tahun 2020.....	3
Gambar 1. 2 Jumlah Pelanggan Operator Seluler 2020-2021.....	4
Gambar 1. 3 Sebaran BTS di Daerah 3T Indonesia Tahun 2020.....	6
Gambar 1. 4 Instagram Telkomsel Cabang di Kalimantan Barat .....	9
Gambar 3. 1 Media sosial Telkomsel Pontianak.....	48
Gambar 3. 2 Jumlah followers @telkomselkalbar.....	50
Gambar 3. 3 Unggahan Instagram @Telkomselkalbar.....	50
Gambar 3. 4 Sorotan profil Instagram Telkomsel Pontianak.....	54
Gambar 3. 5 Tampilan Profil Instagram Telkomsel Pontianak.....	55
Gambar 3. 6 Reels & Instagram story Telkomsel Pontianak.....	57
Gambar 3. 7 Tampilan Caption Instagram Telkomsel Pontianak.....	58
Gambar 3. 8 Komentar di Unggahan akun @telkomselkalbar .....	61
Gambar 3. 9 Unggahan pada Instagram @Telkomselkalbar Tahun 2020 .....	62

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. 1 Penghargaan yang Diperoleh PT Telekomunikasi Seluler Indonesia Tahun 2019-2021 .....	5
Tabel 1. 2 Jumlah Unggahan Instagram @telkomselkalbar (Maret-Desember 2020) .....	10
Tabel 3. 1 Penggunaan Fitur serta isi Konten Telkomsel Pontianak terkait Pandemi COVID-19 Selama bulan Maret-Desember 2020.....	58

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 2. 1 Struktur Organisasi Regional IV Telkomsel.....	39
Bagan 2. 2 Struktur Organisasi Departemen Sales Telkomsel Pontianak.....	40