

**STRATEGI PROMOSI ANALISA PERSONALITY DEVELOPMENT  
CENTER (APDC) INDONESIA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
PADA TAHUN 2021**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh

**MONIQE PUTRI FADILLA**

20170530227

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

2021

#### HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Moniqe Putri Fadilla

Nomor Mahasiswa : 20170530227

Konsentrasi : *Public Relations*

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : Strategi Promosi Analisa Personality Development Center  
(APDC) Indonesia melalui Media Sosial Instagram pada Tahun  
2021

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi saya ini terbukti merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademis sesuai yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 24 Juli 2021



Moniqe Putri Fadilla

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Teruntuk semua perjuangan, kerja keras, dan usaha yang telah dilakukan,  
seutuhnya saya haturkan terima kasih yang tak terhingga.

Alhamdulillah, limpahan rasa syukur dan terima kasih yang sebesar – besarnya  
kepada Allah sang maha segala, telah menolong sekaligus merahmati segala  
proses jatuh bangun dikehidupan ini.

Kepada yang terkasih kedua orang tua, Mamah dan Papah, terima kasih selalu  
hadir dan mendoakan anak nya ini. Kasih nya tiada tara dan rasa sayangnya akan  
selalu mengalir

Kepada yang tersayang, Kakak dan Adik, yang selalu mau memberi bumbu  
kehidupan yang berwarna – warni

Seluruh keluarga besar Mohd Zein Mangkuto Marajo & Nurlian, juga H.  
Munawir & Hayati. Keluarga kakek nenek yang sangat ramai dan banyak  
memberikan pelajaran kehidupan

Terima kasih juga untuk orang – orang istimewa yang datang dan selalu berbuat  
baik

*Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I  
wanna thank me for doing all this hurt work, I wanna thank me for having no days  
off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all time. Wonderful.*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji dan syukur atas berkah dan rahmat Allah SWT. setelah sekian lama berjuang, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan judul "Strategi Promosi Analisa Personality Development Center (APDC) Indonesia melalui Media Sosial Instagram pada Tahun 2021" guna mendapatkan gelar sarjana strata I di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Tiada kata yang lebih indah selain ungkapan syukur yang paripurna terhadap semua perjuangan ini. Peneliti sadar masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, peneliti sangat terbuka atas semua kritik dan saran yang disampaikan demi menunjang kesempurnaan pada karya tulis selanjutnya. Selama proses penulisan skripsi ini, peneliti berkesempatan untuk bertemu berbagai pihak yang hebat dan mau membantu peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT. yang telah memberikan segala rahmat dan nikmat nya yang tak hingga sampai skripsi ini bisa selesai.
2. Seluruh anggota keluarga peneliti, yang selalu memberi semangat, saran dan mendoakan peneliti.
3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si. selaku sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Ibu Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing, yang baik hati memberikan arahan, masukan dan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Bapak Taufiqurrahman, S.IP., M.A., Ph.D. dan Mba Ayu Amalia, S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberi masukan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai dengan baik.
7. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat serta berbagi pengalaman menarik.
8. Mba Analisa Widyaningrum, S.Psi., M.Psi. selaku CEO APDC Indonesia, Mba Rita, Mas Bayu, Mba Savira, dan seluruh APDC Team yang sudah memberikan data dan informasi terkait penelitian ini.
9. Mba Gayatri, Mba Isna, Mba Hera, Mba Miftah, Mas Bhekti, selaku informan penelitian.
10. Seluruh pihak yang berjasa dalam proses penelitian ini, terima kasih ya, kalian baik sekali.

Peneliti



Moniqe Putri Fadilla

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiv
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. LATAR BELAKANG</b> .....	1
<b>B. RUMUSAN MASALAH</b> .....	9
<b>C. TUJUAN PENELITIAN</b> .....	9
<b>D. MANFAAT PENELITIAN</b> .....	10
<b>E. KERANGKA TEORI</b> .....	10
1. <b>STRATEGI PROMOSI</b> .....	11
2. <b>BAURAN PROMOSI</b> .....	16
3. <b>MEDIA BARU</b> .....	24
4. <b>MEDIA SOSIAL INSTAGRAM</b> .....	26
<b>F. PENELITIAN TERDAHULU</b> .....	29
<b>G. METODE PENELITIAN</b> .....	31
1. Jenis Penelitian.....	32
2. Objek Penelitian.....	32
3. Teknik Pengumpulan Data.....	33
4. Informan.....	34
5. Teknik Analisis Data.....	35
6. Uji Keabsahan Data .....	36

<b>H. SISTEMATIKA PENULISAN .....</b>	<b>37</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>39</b>
<b>GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
<b>A. PROFIL APDC INDONESIA .....</b>	<b>39</b>
1. Gambaran Umum Analisa Personality Development Center (APDC) Indonesia 39	
2. Logo Analisa Personality Development Center (APDC) Indonesia .....	40
3. Produk Analisa Personality Development Center (APDC) Indonesia .....	40
<b>B. VISI DAN MISI APDC INDONESIA .....</b>	<b>42</b>
<b>C. STRUKTUR ORGANISASI APDC INDONESIA .....</b>	<b>43</b>
<b>D. INSTAGRAM APDC INDONESIA .....</b>	<b>45</b>
<b>BAB III .....</b>	<b>47</b>
<b>SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>47</b>
<b>A. SAJIAN DATA .....</b>	<b>47</b>
1. KONSEP STRATEGI PROMOSI APDC INDONESIA .....	47
2. PELAKSANAAN AKTIVITAS PROMOSI APDC INDONESIA .....	50
3. STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM .....	54
4. FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PELAKSANAAN STRATEGI PROMOSI APDC INDONESIA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM .....	66
<b>B. ANALISIS DATA .....</b>	<b>69</b>
1. STRATEGI PROMOSI APDC INDONESIA .....	70
2. PELAKSANAAN AKTIVITAS PROMOSI APDC INDONESIA .....	72
3. STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM .....	79
4. FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PELAKSANAAN STRATEGI PROMOSI APDC INDONESIA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM .....	81
<b>BAB IV .....</b>	<b>83</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>83</b>
<b>A. KESIMPULAN .....</b>	<b>83</b>
<b>B. SARAN .....</b>	<b>86</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>91</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Penggunaan alat Digital Tahun 2020 .....	2
Gambar 1.3. Tingkat konsumsifitas dan interaksi melalui media tahun 2020 .....	4
Gambar 1.5. Akun Instagram @apdcindonesia .....	6
Gambar 1.6. Akun Instagram @klee.id .....	7
Gambar 1.7. Akun Instagram @biropsikologidinamis .....	7
Gambar 1.8. Aktivitas like dan komentar akun @apdcindonesia .....	9
Gambar 1.9. Manfaat Pemasaran Langsung bagi Pelanggan menurut Armstrong	22
Gambar 1.10. Teknik analisis data kualitatif menurut Miles dan Hubberman .....	36
Gambar 2.1. Logo Analisa Personality Development Center Indonesia .....	40
Gambar 2.2. Pelatihan Service Excellent APDC Indonesia.....	40
Gambar 2.3. Master Class APDC Indonesia.....	41
Gambar 2.4. Konseling Online APDC Indonesia .....	42
Gambar 2.5. Struktur Organisasi APDC Indonesia .....	43
Gambar 2.6. Informasi Akun Instagram APDC Indonesia .....	45
Gambar 2.7. Akun Instagram APDC Indonesia .....	46
Gambar 3.1. Pembahasan Hasil Riset .....	52
Gambar 3.2. Bentuk promosi dan kerja sama APDC Indonesia dengan Pegadaian .....	58
Gambar 3.3. Branding Psikolog melalui live Instagram .....	59
Gambar 3.4. Konten Jumat Curhat.....	60
Gambar 3.5. Bentuk kerja sama melalui iklan produk.....	s
Gambar 3.6. Promosi Layanan Konseling .....	63
Gambar 3.7. Bentuk lain promosi layanan konseling .....	63
Gambar 3.8. Profile interaction Instagram @apdcindonesia .....	64
Gambar 3.9. Data Persebaran akun @apdcindonesia .....	65
Gambar 3.10. Analitik Instagram @apdcindonesia .....	66



## **DAFTAR TABEL**

Table 1.1. Perbedaan karakteristik Media Baru dan Media Lama.....	25
Table 3.1 Penanggung jawab pembuatan konten.....	67