

**MANAJEMEN KOMUNIKASI PEMASARAN AKUN MEDIA SOSIAL
@infokost.jogja MELALUI INSTAGRAM TAHUN 2020**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

**Rahmi Eka Putri
20170530111**

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

2021

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmi Eka Putri

No. Mahasiswa : 20170530111

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **Manajemen Komunikasi Akun Media Sosial @Infokost.jogja Melalui Instagram Tahun 2020** adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dirujuk maupun dikutip telah saya nyatakan dengan benar. Apabila suatu saat skripsi saya ini terbukti merupakan plagiat atau menjiplak karya dari orang lain maka saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan.

Yogyakarta, 18 Oktober 2021



Rahmi Eka Putri

HALAMAN PERSEMBAHAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan tugas akhirpeneliti guna melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini bukan semata hanya sebagai tugas akhir dan persyaratan kelulusan, melainkan sebagai titik awal dalam melakukan proses pendidikan. Semoga dengan karya ini, penulis dapat melakukan hal yang lebih baik dan sebagai titik awal untuk melanjutkan proses pendidikan ke jenjang berikutnya. Penulis sangat menyadari bahwa dalam menyusun Skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan yang perludi benahi.

Penulis mengharap kritik dan saran dari semua, khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. Akhir kata dalam menyusun karya ini masih banyak kesalahan, dengan kerendahan hati penulis memohon maaf yang setulus-tulusnya. Oleh karena itu dalam kesempatan kali ini, penyusun menghaturkan terima kasih yang setulusnya kepada pihak yangmemiliki andil dan kontribusi yang sangat berarti dalampenyusunan skripsi ini,yaitu:

1. Allah SWT, berkat rahmat dan juga kerunia Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi Ini, syukur atas segala bentuk nikmat yang telah engkau berikan.
2. Kedua Oraang tua saya Bapak Firman batuah dan Ibu Reni Novita yang selalu memberikan semangat dan nasehat, selalu mengingatkan saya untuk banyak Ikhtiar dan Tawakal.
3. Adik saya Ratu Khanza yang Memotivasi saya untuk menyelesaikan skripsiini tepat waktu.

4. Bapak Aly Aulia, Lc, M.Hum selaku dosen pembimbing saya yang telah membimbing pelaksanaan penelitian dari awal hingga akhir serta pembelajaran yang dapat saya dapatkan.
5. Bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA, M.A selaku dosen pembimbing saya yang telah membimbing pelaksanaan penelitian dari awal hingga akhir serta membimbing pelaksanaan penelitian dari awal hingga akhir serta pembelajaran yang dapat saya dapatkan
6. Bapak Krisna mulawarman, S.sos, M.Sn selaku dosen penguji, terimakasih atas masukan-masukan yang diberikan Bapak kepada saya sehingga mempermudah saya dalam melakukan tahap selanjutnya.
7. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
8. Mas Novan Fembi Prasetya dan Mas Alifa Karinda selaku Owner pemilik akun Instagram Infokost.Jogja yang telah mengizinkan saya melakukan Penelitian, sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.
9. Sahabat saya Dea Nubila Luxy, Adelia Rizka Amila, Tania Rahmadani, Rara Sekar Ayu, Indah Novianty yang selama duduk dibangku perkuliahselalu ada buat saya, membantu saya, memberi dukungan dengan tulus untuk segala hal.
10. Untuk partner saya Septian Vairi yang selalu memberi support, menemani dan memotivasi saya untuk bisa segera menyelesaikan skripsi ini..
11. Teman - teman seperjuangan di Ilmu Komunikasi angkatan 2017 yang telah mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Penulis



Rahmi Eka Putri

MOTTO

"Bantinglah otak untuk mencari ilmu sebanyak-banyaknya guna mencari rahasia besar yang terkandung di dalam benda besar bernama dunia ini, tetapi pasanglah pelita dalam hati sanubari, yaitu pelita kehidupan jiwa".

- Al-Ghazali -

Live as if you were to die tomorrow. Learn as if you were to live forever

-Mahatma Gandhi-

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
MOTTO	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat penelitian	13
E. Kajian Teori	13
F. Metode Penelitian	39
1. Jenis Penelitian	39
2. Metode Penelitian	40
3. Lokasi Penelitian	40
4. Teknik pengumpulan data	41
5. Teknik Analisi data	43
6. Validitas Data	45
7. Sistematika Penulisan	45
BAB II GAMBARAN UMUM DAN OBJEK PENELITIAN	47
A. Profil Infokost.Jogja	47
B. Visi dan Misi	51
C. Lokasi Infokost.Jogja	52
D. Struktur Organisasi	53
E. Logo Infokost.Jogja	54
BAB III SAJIAN DATA DAN ANALISA DATA	55
A. SAJIAN DATA	55
B. Analisi Data	69
1. Membaca Pasar	70
2. Membuat	71
3. Menyebarkan	73
4. Berdiskusi	74

BAB IV KESIMPULAN SARAN	76
A. KESIMPULAN	76
B. SARAN.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan followers pada kost di Jogja	6
--	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram @infokost.jogja Sumber : Infokost.jogja	5
Gambar 1. 2 Instagram Insight @infokost.jogja	7
Gambar 1. 3 Contoh Promosi Yang Ditawarkan @infokost.jogja	8
Gambar 1. 4 Testimoni @infokost.jogja	9
Gambar 1. 5 keberhasilan Kerjasama @infokost.jogja	9
Gambar 2. 1 Facebook Infokos.jogja	47
Gambar 2. 2 Instagram Infokos.jogja	48
Gambar 2. 3 Instagram Infokos.jogja	49
Gambar 2. 4 Youtube Infokos.jogja	50
Gambar 2. 5 Tiktok Infokos.jogja	51
Gambar 2. 6 Peta Infokos.jogja	52
Gambar 2. 7 struktur organisasi kerja Infokost.jogja	53
Gambar 2. 8 Logo Infokost.Jogja	54
Gambar 3. 1 Infokos.jogja	60
Gambar 3. 2 Highligh Instagram infokost.jogja	61
Gambar 3. 3 <i>Caption instagram</i> Infokost.jogja	64
Gambar 3. 4 bentuk Instagram stories Infokos.jogja	66
Gambar 3. 5 contoh bentuk interaksi Infokos.jogja terhadap followers instagram	67
Gambar 3. 6 contoh bentuk berdiskusi secara live Infokos.jogja	69