

**STRATEGI PROMOSI *ONLINE* AKUN INSTAGRAM
@SECONDSHITSTUFF DALAM MENARIK MINAT BELI
KONSUMEN TAHUN 2020 – 2021**



Disusun Oleh :

Nama : Suryo Fadillah Gasa

NIM : 20170530049

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

2024

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Suryo Fadillah Gasa

NIM : 20170530049

Konsentrasi : *Advertising*

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan Skripsi dengan judul STRATEGI PROMOSI *ONLINE* AKUN INSTAGRAM @SECONDSHITSTUFF DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN TAHUN 2020-2021” berdasarkan hasil penelitian, pemaparan asli dari diri saya sendiri. Seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk pada skripsi ini dinyatakan dengan benar dan jelas. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya tanpa adanya suatu paksaan maupun tekanan dari pihak manapun. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh dari karya tulis ini.

Yogyakarta, 12 Juli 2024

Penulis



Suryo Fadillah Gasa

Halaman Persembahan

Bismillaahirrohmaanirrohiim

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Skripsi yang berjudul **“Strategi Promosi Online Akun Instagram @SecondShitStuff Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Tahun 2020-2021”** ini untuk memenuhi sebagian persyaratan Akademik Program Studi Strata 1 (S1) pada Jurusan Public Relations, Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY).

Pada skripsi ini, penulis menyadari masih adanya kekurangan, dengan kemampuan penulis yang masih dalam tahap pembelajaran. Berkat kerja keras penulis serta dukungan dari pembimbing, bantuan dan do'a dari berbagai pihak, maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah terlibat dalam proses penelitian skripsi ini, mereka diantaranya adalah :

1. Bapak Dr. Ir Gunawan Budiyanto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Sukanta, S.T., M.T selaku Wakil Rektor Bidang Akademik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dr. Takdir Ali Mukti, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
5. Dr. Suciati, S.Sos, M.Si Dan Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc yang telah menguji sidang skripsi dan membantu menyempurnakan penyusunan skripsi hingga benar.

6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi, yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis selama perkuliahan.
7. Pihak Ombein Indonesia yang telah membantu melancarkan penelitian skripsi ini.
8. Keluarga besar terkhusus orang tua atas doa dan restunya dalam menajalani pendidikan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
9. Teman-teman yang selalu menyemangati penulis dalam berproses.

Akhir kata, penulis kembali mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penulisan skripsi ini, dan mohon maaf untuk pihak yang tidak disebutkan satu-persatu. Segala saran dan kritik atas penulisan skripsi ini penulis terima untuk menjadi motivasi kedepannya. Semoga penelitian skripsi ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 13 Juli 2024

KATA PENGANTAR

Dengan rasa syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT, yang telah memberikan petunjuk, kekuatan, kesabaran serta keteguhan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas penelitian ini dengan baik tanpa melalai kan perintah-NYA
2. Kedua orangtua saya, yang selalu mendukung, memberi semangat dan kasih sayang yang tiada henti bagi saya. Tanpa mereka, saya tidak akan bisa sampai pada titik ini.
3. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si selaku dosen pembimbing saya yang telah bersedia memberikan waktu untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan yang membangun dalam penyusunan skripsi ini.
4. Teman – Teman Mako, yang selalu menemani Proses saat Perkuliahan, Buat Tambol, Ciblek, Gosong pedan saleg, Pendol, Piki, Sipur, Kemal, Gendon, Dobleh Jambret, Kirun, Fiyon Wibu, Ucil Carhartt Mbantul, Piyong JPA, Tekek, DLL.
5. Terimakasih juga untuk Farah Sabilla yang selalu *support* dan selalu mengingatkan akan tugas skripsi.
6. Teruntuk teman teman Kampung Ngadiwinatan yang selalu ada disaat saya kesusahan, Terimakasih banyak.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna bagi pembaca, penelitian selanjutnya dan Almamater Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 13 Juli 2024

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
BAB I PENDAHULUAN	4
A. Latar Belakang	4
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
E. Kajian Teori	13
F. Metode Penelitian	29
BAB II	37
A. Fenomena Penggunaan Instagram Sebagai Marketplace	37
B. Sejarah dan Profil Akun Instagram @secondshitstuff	38
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	43
A. Sajian Data	43
B. Pembahasan	65
C. Tujuan Komunikasi	68
D. Merancang Pesan	69
E. Memilih Saluran Komunikasi	70
BAB IV PENUTUP	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran	80
C. Saran Peneliti Selanjutnya	80
DAFTAR PUSTAKA	81