

**KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL SEKOLAH MENENGAH
KEJURUAN (SMK) MELALUI MEDIA SOSIAL
(STUDI PADA AKUN INSTAGRAM SMK AL MUSLIM TAMBUN - BEKASI)**

SKRIPSI

Oleh :

Naufal Nazhif Kurniawan

(201810415229)



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Digital Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Melalui Media Sosial (Studi Pada Akun Instagram SMK Al-Muslim Tambun – Bekasi)

Nama Mahasiswa : Naufal Nazhif Kurniawan

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415229

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 02 Februari 2023

Jakarta, 09 Februari 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing



Saeful Mujab, S.Sos., M.I.Kom

NIDN 0303108001

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Digital Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Melalui Media Sosial (Studi Pada Akun Instagram SMK Al Muslim Tambun – Bekasi)

Nama Mahasiswa : Naufal Nazhif Kurniawan

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415229

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 02 Februari 2023

Jakarta, 09 Februari 2023

MENGESAHKAN,

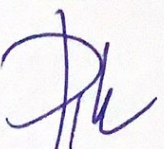
Ketua Penguji : Dr. Dina Kristina, M.Si
NIDN. 0313088106

Penguji : Saeiful Mujab, S.Sos., M.I.Kom
NIDN. 0303108001

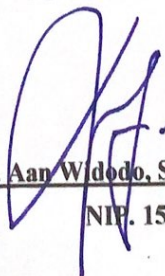
Sekretaris Penguji : Azhar Irfansyah, S.IP., M.A
NIDN. 0308108905

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si.
NIP. 2109527

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi


Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Komunikasi Pemasaran Digital Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) melalui Media Sosial (Studi pada Akun Instagram SMK Al-Muslim Tambun - Bekasi) ini adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikan melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 09 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,



Naufal Nazhif Kurniawan

201810415229

ABSTRACT

Naufal Nazif Kurniawan (201810415229). Vocational High School (SMK) Digital Marketing Communication through Social Media (Study on the Instagram Account of SMK Al-Muslim Tambun - Bekasi).

In the world of marketing, internet users are currently experiencing rapid development. The development of information technology has made the internet the main means of exchanging data and information. Social media is a container on the internet that allows users to represent individuals or groups, interact, work together, offer products or services, and communicate by sharing information with other users to form a social bond in virtual form. Al Muslim Vocational High School is one of the vocational high schools in Bekasi that has used digital marketing communications to promote its school. The Al Muslim Vocational High School Instagram account has been actively used as a medium of information and promotion in 2019. The main hope now with this Instagram account is to attract the interest of prospective students. The problem is that the use of digital media as a way to promote the school, which previously only used conventional media, has not had a significant impact on the number of new students enrolling at SMK Al Muslim. Based on the observations made by the author, the number of new students enrolling at Al Muslim Vocational School each year does not reach 50 registrants. This study used a qualitative descriptive method, and the results of this study were obtained through observation, interviews, and documentation. The purpose of this research is to find out the digital marketing communications implemented by Al Muslim Tambun Vocational School on Instagram social media accounts.

Keywords : Marketing Communication, Digital Media, Instagram

ABSTRAK

Naufal Nazhif Kurniawan (201810415229). Komunikasi Pemasaran Digital Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) melalui Media Sosial (Studi pada Akun Instagram SMK Al-Muslim Tambun - Bekasi).

Dalam dunia pemasaran, pemakai internet saat ini telah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan teknologi informasi menjadikan internet sebagai alat pertukaran data dan informasi yang utama. Media sosial adalah salah satu wadah di dalam internet yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan individu atau kelompok, berinteraksi, bekerja sama, mempromosikan produk atau jasa, dan berkomunikasi dengan berbagi informasi dengan pengguna lain sehingga terbentuk suatu ikatan sosial dalam bentuk virtual. SMK Al Muslim merupakan salah satu sekolah menengah kejuruan di Bekasi yang sudah menggunakan komunikasi pemasaran digital dalam mempromosikan sekolahnya, akun Instagram SMK Al Muslim sudah aktif dijadikan sebagai media informasi dan promosi pada tahun 2019. Harapan utamanya saat ini dengan adanya akun Instagram tersebut adalah agar menarik minat calon siswa. Yang menjadi sebuah masalah adalah dengan digunakannya media digital sebagai salah satu cara untuk mempromosikan sekolahnya yang semulanya hanya menggunakan media konvensional, masih belum memberikan dampak yang signifikan dari jumlah siswa baru yang mendaftar di SMK Al Muslim. Berdasarkan pengamatan yang penulis lakukan, jumlah siswa baru yang mendaftarkan diri di SMK Al Muslim setiap tahunnya tidak mencapai angka 50 pendaftar. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, hasil pada penelitian ini didapat melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh SMK Al Muslim Tambun pada akun media sosial Instagram.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Media Digital, Instagram

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran dan rahmat Allah SWT, karena atas karunianya sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang memiliki judul “Komunikasi Pemasaran Digital Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Melalui Media Sosial (Studi Pada Akun Instagram SMK Al Muslim Tambun – Bekasi)”. Hal ini merupakan salah satu syarat besar dalam penyelesaian program pendidikan sarjana (S1) pada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi.

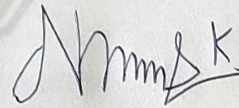
Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua tercinta, tersayang, dan terkasih sepanjang masa yaitu bapak H. Wawan Kurniawan (alm) dan ibu Hj. Umiyati dan juga keluarga yang sudah mendukung serta memberikan doa kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini dengan tulus dan sepuh hati, penulis juga ucapkan terima kasih pada pihak-pihak yang terlibat, yaitu :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya;
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya;
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya;
4. Bapak Saeful Mujab, S.Sos., M.Ikom. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan waktunya dalam membimbing, memberi arahan, dan masukan serta memberikan motivasi kepada peneliti sehingga skripsi tersebut dapat terselesaikan;
5. Kepada seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi yang telah membantu dan menunjang dalam hal administrasi pada proses penyusunan skripsi;
6. Kepada bapak Munfangil, M.Pd selaku kepala Sekolah SMK Al Muslim Tambun yang telah mengizinkan penulis untuk melaksanakan penelitian di SMK Al Muslim Tambun;

7. Kepada Seluruh Guru dan Staff SMK Al Muslim Tambun yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini;
8. Kepada teman-teman PB. Uyuhan yang telah memberikan motivasi dan dukungan serta hiburan kepada penulis dalam penyusunan skripsi;
9. Kepada teman-teman warkop mamang Grama Puri yang juga telah memberikan motivasi serta dukungan dan juga hiburan kepada peneliti sehingga penyusunan skripsi dapat terlaksanakan dengan baik;
10. Kepada Andi Triyasetiawan, S.I.Kom, Seno Wisnu Setiawan, Maajid Zainul Arifin, Rahulloh Firmansyah, Diah Ayu Dewi Permata Sari dan seluruh teman-teman dari kelas A5 angkatan 2018 yang telah memberikan dukungan serta masukan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi;

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Masih banyak kekurangan baik dari segi teknik penulisan serta isi di dalam skripsi ini, maka dari itu penulis akan sangat menerima saran serta kritik dari berbagai pihak agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik lagi.

Jakarta, 09 Februari 2023



Naufal Nazhif Kurniawan
201810415229

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Kerangka Konseptual	9
2.2.1 Komunikasi Digital	9
2.2.2 Komunikasi Pemasaran Digital.....	12
2.2.3 Media Sosial.....	13
2.2.4 Instagram.....	15
2.3 Kerangka Teori.....	18
2.3.1 <i>Computer Mediated Communication (CMC)</i>	18
2.4 Kerangka Pemikiran	20

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Paradigma Penelitian	22
3.2 Jenis Penelitian	24
3.3 Metode penelitian	26
3.4 Teknik Pengumpulan data	27
3.5 <i>Key Informant & Informan</i>	28
3.6 Teknik Analisis Data	28
3.7 Triangulasi	30
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Hasil Penelitian	32
4.1.1 Gambaran Umum SMK Al Muslim	32
4.1.2 Visi & Misi SMK Al Muslim	33
4.1.3 Profil Informan	34
4.1.4 Penggunaan Instagram Sebagai Media/alat Komunikasi Pemasaran Digital Pada SMK Al Muslim	35
4.1.5 Unggahan Konten Pada Akun Instagram SMK Al Muslim Sebagai Salah Satu Bentuk Komunikasi Pemasaran Digital	38
4.2 Pembahasan	42
4.2.1 Kaitan Komunikasi Pemasaran Digital Dengan <i>Computer Mediated Communication</i>	44
4.2.2 Penerapan Komunikasi Pemasaran Digital Pada SMK AL Muslim Melalui Media Sosial Instagram	48
BAB V PENUTUP	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	56
5.2.1 Saran Praktis	56
5.2.2 Saran Akademis	56
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 jumlah siswa baru sebelum melakukan promosi digital	3
Tabel 1.2 jumlah siswa baru sesudah melakukan promosi digital	3
Tabel 1.3 jumlah siswa baru sesudah melakukan promosi digital	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 4.1 Informan Penelitian.....	34



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Profil Instagram SMK AL Muslim	2
Gambar 4.1 Logo SMK Al Muslim Tambun	32
Gambar 4.2 Profil Instagram SMK AL Muslim	33
Gambar 4.3 Ornamen pada Instagram SMK AL Muslim	36
Gambar 4.4 Contoh konten kurikulum khas	38
Gambar 4.5 Contoh konten kegiatan SMK Al Muslim	39
Gambar 4.6 Contoh konten kegiatan SMK Al Muslim	41
Gambar 4.7 Profil instagram SMK Al Muslim	46
Gambar 4.8 Interaksi <i>audience</i> dengan pihak SMK Al Muslim	47
Gambar 4.9 Interaksi antar <i>audience</i>	48
Gambar 4.10 interaksi antar <i>audience</i>	49
Gambar 4.11 unggahan yang sesuai dengan <i>tag line</i> SMK Al Muslim	52
Gambar 4.12 sesi tanya jawab melalui fitur di dalam Instagram <i>stories</i>	53

DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran..... 20



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Daftar Riwayat Hidup

LAMPIRAN 2 : Administrasi

LAMPIRAN 3 : Transkrip Wawancara

LAMPIRAN 4 : Reduksi Data

LAMPIRAN 5 : Dokumentasi

LAMPIRAN 6 : Kartu Bimbingan Skripsi

LAMPIRAN 7 : Form Perbaikan

