

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran *Online* pada UMKM (Studi Kasus pada Akun Instagram @tteokbokki_island)

Nama Mahasiswa : Pratama Arif Hidayat

Nomor Induk Mahasiswa : 201810415272

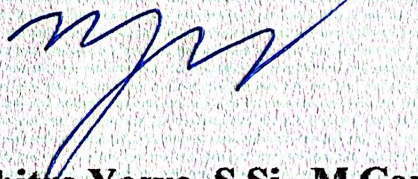
Program Studi / Fakultas : Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 9 Desember 2022

Jakarta, 23 Desember 2022

MENYETUJUI,

Pembimbing



Dr. Wichitra Yasya, S.Si., M.Commun

NIDN. 0303098405

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran *Online* Pada UMKM (Studi Kasus pada Akun Instagram @tteokbokki_island)

Nama Mahasiswa : Pratama Arif Hidayat

Nomor Induk Mahasiswa : 201810415272

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 9 Desember 2022

Jakarta, 23 Desember 2022

MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : Titis Nurwulan Suciati, S.Sos., M.I.Kom

NIDN : 0329068301

Penguji : Dr. Wichitra Yasya, S.Si., M.Commun

NIDN : 0303098405

Sekretaris Penguji : Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom., M.Si

NIDN : 0312079501

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

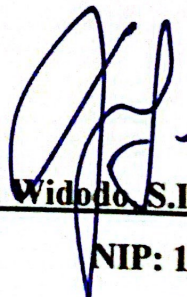


Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si

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 Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online pada UMKM (Studi Kasus pada Akun Instagram @tteokbokki_island).
Ialah hasil karya sendiri serta tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan selaku referensi yang sumbernya sudah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penyusunan karya ilmiah.

Apabila di setelah itu hari ditemui 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 digunakan melalui perpustakaan Universitas Jakarta Raya.

Saya membagikan izin kepada taman pustaka Universitas Bhayangkara Jakarta Raya buat menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital serta mempublikasikannya lewat internet sepanjang publikasi tersebut lewat portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 23 Desember 2022

SEPULUH RIBU RUPIAH
10000
TEL. 021-53383872
METERAL TEMPEL
509C5AK0213383872
Pratama Arif Hidayat

201810415272

ABSTRAK

Pratama Arif Hidayat 201810415272, Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran *Online* pada UMKM (Studi Kasus pada Akun Instagram @tteokbokki_island).

Penelitian ini dilakukan untuk mengungkapkan hal-hal terkait dengan upaya pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media komunikasi pemasaran *online* pada UMKM (Studi Kasus pada Akun Instagram @tteokbokki_island).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan akun Instagram sebagai media komunikasi pemasaran dalam peningkatan penjualan bisnis usaha kuliner oleh @tteokbokki_island. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data yang diolah adalah ringkasan yang mempengaruhi media sosial terhadap perkembangan bisnis usaha kuliner pada akun Instagram @tteokbokki_island, yang didapatkan dari hasil wawancara dari pelaku bisnis usaha kuliner. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah *In- depth Interview* (wawancara mendalam), observasi, dan dokumentasi sedangkan teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini melakukan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil wawancara beberapa responden dapat disimpulkan bahwa penggunaan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran sangatlah penting bagi peningkatan penjualan produk bisnis usaha kuliner dalam pemasaran secara *online* khususnya usaha-usaha kuliner.

Kata Kunci: Pelaku Usaha Kuliner, Media Sosial, Pemasaran *Online*.

ABSTRACT

Pratama Arif Hidayat 201810415272, *Instagram as an Online Marketing Communication Media for UMKM (Case Study on Instagram Account @tteokbokki_island).*

This research was conducted to reveal matters related to efforts to utilize Instagram social media as an online marketing communication medium for UMKM (Case Study on Instagram Account @tteokbokki_island).

This study aims to determine the role of Instagram accounts as a marketing communication medium in increasing culinary business sales by @tteokbokki_island. The type of research used in this research is case study research with a qualitative descriptive approach. The processed data is a summary that influences social media on the development of the culinary business on the Instagram account @tteokbokki_island, obtained from the results of interviews with culinary business actors. The data collection technique used in this study was –In-depht Interview, observation, and documentation while the data analysis techniques carried out in this study carried out data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

Based on the results of interviews with several respondents, it can be concluded that the use of Instagram as a marketing communication medium is very important for increasing sales of culinary business product sales in online marketing, especially culinary businesses.

Keywords: *Culinary Entrepreneurs, Social Media, Online Marketing*

KATA PENGANTAR

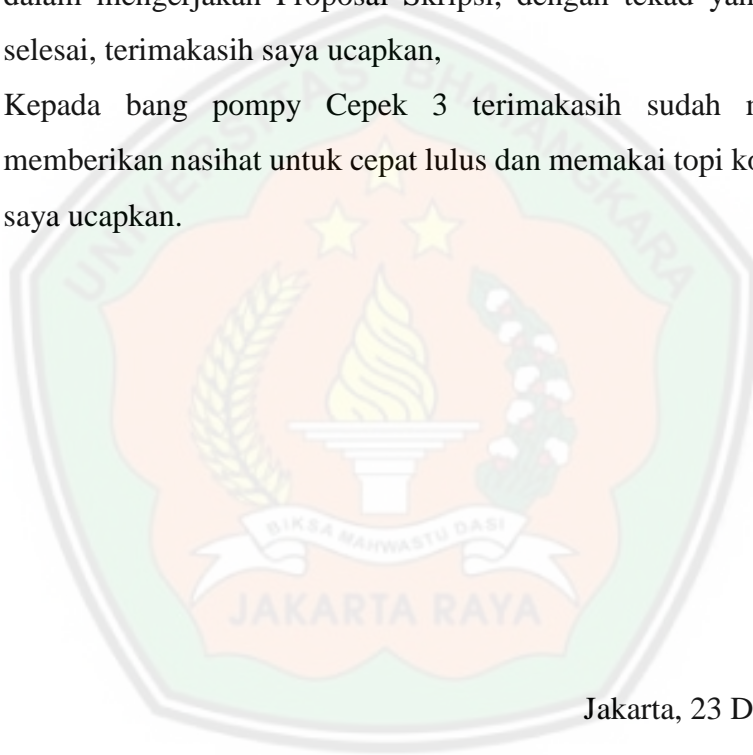
Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat serta hidayah-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan tepat waktu.

Penulisan proposal ini menjadi salah satu tugas akhir dan menjadi syarat wajib untuk mendapatkan nilai dimata kuliah skripsi. Proposal skripsi ini merupakan sebagian dari penelitian yang sudah peneliti buat dengan mengaplikasikan teori yang sudah peneliti dapatkan selama kegiatan belajar mengajar. Proposal skripsi yang peneliti susun ini berjudul “Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran *Online* pada UMKM studi kasus pada Akun Instagram @tteokbokki_island”.

Dengan mengerjakan penelitian hingga penyusunan proposal skripsi ini, peneliti ingin menyampaikan rasa syukur kepada Allah SWT, terimakasih kepada orang tua saya yang sudah memberikan support dan semangat kepada peneliti. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn). Dr. Drs. H. Bambang Karsono S.H., MM, 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. Ibu Dr. Wichitra Yasya, S. Si., M. Commun selaku Dosen Pembimbing Satu sekaligus Dosen Penasihat Akademik yang telah memberikan banyak arahan dan membantu peneliti dalam menyelesaikan Proposal Skripsi ini,
5. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh staff akademik yang telah berperan penting dalam membantu peneliti membuat Proposal Skripsi ini,

6. Teman-teman kelas 8A1 – 8A6 Fikom yang tidak dapat disebutkan satu persatu karena telah memberikan dukungan dan motivasi untuk peneliti sehingga Proposal Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Teman-teman dekat, Kampus Ubhara Ridho, Suryana, Pahmoy, Amanda, Khansa, Wanda yang selalu mendukung dan mensupport, terimakasih saya ucapkan,
8. Kepada Helmalia yang selalu membantu dalam mengerjakan Proposal Skripsi dimanapun dan kapanpun, terimakasih saya ucapkan,
9. Teman-teman Kita Garage yang selalu ngecengin saya untuk berleha-leha dalam mengerjakan Proposal Skripsi, dengan tekad yang kuat akhirnya selesai, terimakasih saya ucapkan,
10. Kepada bang pompy Cepek 3 terimakasih sudah mendukung dan memberikan nasihat untuk cepat lulus dan memakai topi kotak, terimakasih saya ucapkan.



Jakarta, 23 Desember 2022

Pratama Arif Hidayat

201810415272

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Teoritis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kerangka Konsep.....	10
2.2.1 Media Sosial.....	10
2.2.1.1 Kelebihan Media Sosial.....	12
2.2.2 Instagram.....	14
2.2.2.1 Fitur Instagram	16
2.2.3 Komunikasi Pemasaran.....	18
2.2.4 Pemasaran <i>Online</i>	19
2.2.5 UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).....	21
2.3 Konsep	23
2.3.1 <i>Social Media Marketing</i>	23

2.4	Kerangka Pemikiran.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		27
3.1	Jenis Penelitian.....	27
3.2	Metode Penelitian	28
3.3	Sumber Data.....	29
3.4	Subjek dan Objek Penelitian	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6	Teknik Analisis Data.....	30
3.7	Teknik Keabsahan Data	31
3.8	Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		32
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	32
4.1.1	Profile @tteokbokki_island	32
4.1.2	Profil Informan	33
4.1.2.1	Key-Informan.....	34
4.1.2.2	Informan Ke-1	34
4.1.2.3	Informan Ke-2	35
4.1.2.4	Informan Ke-3	36
4.2	Hasil Penelitian.....	36
4.2.1	<i>Social Media Marketing</i> Pada Komunikasi Pemasaran <i>Online</i> Pada UMKM @tteokbokki_island	37
4.2.1.1	<i>Online Communities</i>	38
4.2.1.2	<i>Interaction</i>	40
4.2.1.3	<i>Sharing Of Content</i>	41
4.2.1.4	<i>Accesibility</i>	43
4.2.1.5	<i>Credibility</i>	44
4.3	Pembahasan	45
4.3.1	Penerapan <i>Social Media Marketing</i>	47
4.3.1.1	<i>Online Communities</i>	47
4.3.1.2	<i>Interaction</i>	49
4.3.1.3	<i>Sharing Of Content</i>	50
4.3.1.4	<i>Accesibility</i>	50
4.3.1.5	<i>Credibility</i>	51

4.3.2 Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran <i>Online</i> Pada UMKM (Studi Kasus Akun Instagram @tteokbokki_island)	52
BAB V PENUTUP	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel Informan.....	33
-------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Instagram di Indonesia 2020-2021	2
Gambar 1. 2 Tampilan akun Instagram @tteokbokki_island	5
Gambar 1. 3 Data Penjualan @tteokbokki_island	6
Gambar 4. 1 Logo Instagram @tteokbokki_island	32
Gambar 4. 2 Key-Informan Ibu Vlora	34
Gambar 4. 3 Informan Ke-1 Aleen	34
Gambar 4. 4 Informan Ke-2 Helmalia	35
Gambar 4. 5 Informan Ke-3 Caca	36
Gambar 4. 6 Tagar #tteokbokki_island dari <i>Followers</i> @tteokbokki_island	48
Gambar 4. 7 Interaksi yang Dilakukan Oleh @tteokbokki_island Dengan <i>Followers</i>	49
Gambar 4. 8 Foto Produk dari @tteokbokki_island	50



DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	26
------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	: Daftar Riwayat Hidup
LAMPIRAN 2	: Administrasi
LAMPIRAN 3	: Tabel Reduksi Data
LAMPIRAN 4	: Dokumentasi
LAMPIRAN 5	: Kartu Bimbingan Skripsi
LAMPIRAN 6	: Form Perbaikan Skripsi

