

**PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA  
KOMUNIKASI PEMASARAN PADA AKUN @lifeshoescare**

**SKRIPSI**

**Disusun oleh :**

**Triestu Kharisma Cahyaningrum**

**201910415267**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Media  
Komunikasi Pemasaran Pada Akun @lifeshoescare

Nama Mahasiswa : Triestu Kharisma Cahyaningrum

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415267

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2023



## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Media  
Komunikasi Pemasaran Pada Akun @lifeshoescare

Nama Mahasiswa : Triestu Kharisma Cahyaningrum

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415267

Program Studi/Fakultas : Fakultas Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Jumat, 21 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom.

NIDN : 0323127802

Penguji : Pagi Muhamad, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIDN : 0310038403

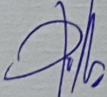
Sekretaris Penguji : Tri Alida Apriliansa, S.IP., M.I.Kom.

NIDN : 0322048204

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

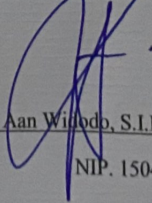


Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si.

NIP. 2109527

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Wilodo, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP. 1504222



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul "Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Pada Akun @lifeshoescare" ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dicantumkan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian 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 mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 01 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Triestu Kharisma Cahyaningrum

201910415267

## ABSTRAK

**Triestu Kharisma Cahyaningrum 201910415267**, Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Pada Akun @lifeshoescare.

Penelitian ini mengenai komunikasi pemasaran yang dilakukan jasa cleaning shoes @lifeshoescare melalui media sosial Instagram untuk memasarkan jasanya. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis komunikasi pemasaran yang dilakukan @lifeshoescare dalam memasarkan jasanya melalui media sosial Instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode wawancara, observasi, dokumentasi dan triangulasi sumber. Dapat diketahui bahwa konsep utama pada penelitian ini adalah konsep komunikasi pemasaran yang didukung oleh konsep media sosial Instagram agar konsumen dapat melihat hasil treatment dalam konten yang dibuat oleh @lifeshoescare dan terakhir melalui konsep *computer mediated communication* yang di mediasi oleh kekuatan internet serta fitur-fitur yang mendukung dalam Instagram dapat membantu @lifeshoescare untuk memasarkan jasanya. Dari penelitian ini terdapat pengaruh yang positif dan signifikan untuk melakukan komunikasi pemasaran dengan menggunakan fitur Instagram.

**Kata Kunci :** Komunikasi Pemasaran, Media Sosial Instagram, *Computer Mediated Communication*

## **ABSTRACT**

**Triestu Kharisma Cahyaningrum 201910415267, Utilization of Instagram Features as a Marketing Communication Media on the @lifeshoescare account.**

*This research is about marketing communications carried out by cleaning shoes service @lifeshoescare through Instagram social media to market their services. The purpose of this study is to analyze the marketing communications carried out by @lifeshoescare in marketing its services through Instagram social media. The research method used is qualitative, using data collection techniques with interviews, observation, documentation and triangulation of sources. It can be seen that the main concept in this research is the marketing communication concept which is supported by the Instagram social media concept so that consumers can see the treatment results in the content created by @lifeshoesacare and finally through the concept of computer mediated communication which is mediated by the power of the internet and the features that support on Instagram can help @lifeshoescare to market its services. From this study, there is a positive and significant influence on marketing communications using the Instagram feature.*

**Keywords:** *Marketing Communication, Social Media Instagram, Computer Mediated Communication*



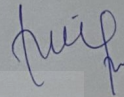
## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan baik yang berjudul “Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Pada Akun @lifeshoescare”. Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis ingin berterima kasih atas dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.Ikom, M.Ikom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Pagi Muhamad, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya yang telah meluangkan waktunya dalam proses penulisan Skripsi ini.
5. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam proses penyusunan Skripsi.
6. Raggi selaku owner dari lifeshoescare yang telah membantu dalam memberikan informasi keterangan mengenai pembahasan Skripsi.
7. Teman-teman Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2019 yang telah mendukung penyusunan Skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
8. Kepada tuan pemilik NPM 201910415080, terima kasih telah menjadi alasan saya untuk tetap semangat, serta telah menjadi tempat keluh kesah dan selalu ada selama proses penyusunan Skripsi ini.
9. Dan yang terakhir terima kasih kepada diri sendiri, karena mampu berdiri tegap dan bertahan sampai akhir penyusunan Skripsi ini.

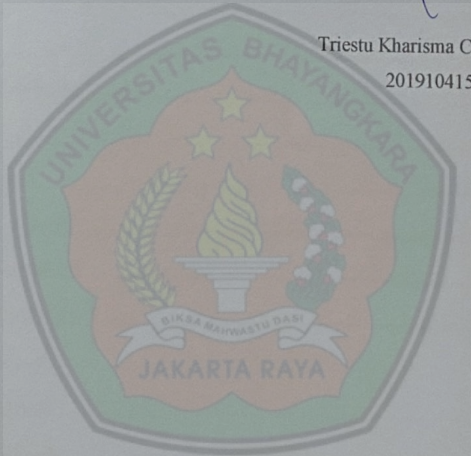
Penulis berharap Skripsi ini dapat berguna bagi siapapun, namun dibalik itu semua pastinya masih dapat beberapa kekurangan dalam skripsi ini. Maka dari itu kritik dan saran dari berbagai pihak dibutuhkan agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan jauh lebih baik lagi.

Jakarta, 01 Agustus 2023



Triestu Kharisma Cahyanigrum

201910415267





## DAFTAR ISI

<b>COVER.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Komunikasi.....	13
2.3 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.4 Definisi Promosi.....	16
2.5 Promosi Online.....	16
2.6 Computer Mediated Communication (CMC).....	17
2.7 Media Sosial Instagram.....	23
2.8 Sosial Media Marketing.....	29
2.9 Jasa Cleaning Shoes.....	31

2.10 Kerangka Pemikiran .....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	33
3.2 Metode Penelitian.....	33
3.3 Subjek Penelitian.....	34
3.4 Informan.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5.1 Wawancara.....	35
3.5.2 Observasi.....	35
3.5.3 Dokumentasi.....	35
3.6 Teknik Analisis Data.....	36
3.6.1 Reduksi Data.....	36
3.6.2 Penyajian Data.....	36
3.6.3 Pengujian Kesimpulan.....	37
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	37
3.7.1 Triangulasi Sumber.....	37
xi 3.7.2 Triangulasi Teknik.....	38
3.7.3 Triangulasi Waktu.....	38
3.8 Lokasi dan Waktu.....	38
3.8.1 Lokasi .....	38
3.8.2 Waktu Penelitian.....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	40
4.1.1 Gambaran Umum @lifeshoescare .....	40
4.1.2 Profil Informan .....	42
4.1.3 Sejarah dan Perkembangan @lifeshoescare .....	43
4.1.4 Penggunaan Fitur Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran...44	
4.1.5 Pemanfaatan Fitur Instagram Pada Akun @lifeshoescare.....45	
4.1.6 Dampak Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Pada Akun @lifeshoescare.....47	

4.1.7 Hambatan pada akun @lifeshoescare .....	49
4.2 Pembahasan .....	49
4.2.1 Pemanfaatan fitur Instagram sebagai media komunikasi pemasara.....	50
4.2.2 Pemanfaatan fitur Instagram pada akun @lifeshoescare.....	50
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>53</b>
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran.....	53

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Akun.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 4.1 Profil Informan.....	42
Tabel 4.2 Fitur Instagram.....	45



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram @lifeshoescare.....	3
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia.....	8
Gambar 2.1 Direct Message.....	19
Gambar 2.2 Reels @lifeshoescare.....	20
Gambar 2.3 Story @lifeshoescare.....	21
Gambar 2.4 Story @lifeshoescare.....	22
Gambar 2.5 Komentar @lifeshoescare .....	23
Gambar 2.6 Profil Instagram @lifeshoescare.....	24
Gambar 2.7 Pin Feed @lifeshoescare.....	25
Gambar 2.8 Highlight@lifeshoescare.....	25
Gambar 2.9 Story Instagram @lifeshoescare.....	26
Gambar 2.10 Postingan Reels @lifeshoescare.....	28
Gambar 2.11 Hashtag @lifeshoescare.....	29
Gambar 4.1 Logo lifeshoescare.....	40
Gambar 4.2 Reels lifeshoescare.....	51
Gambar 4.3 Story lifeshoescare.....	51

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	32
-----------------------------------	----





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Biodata Mahasiswa

Lampiran II : Pedoman Wawancara

Lampiran III : Transkrip Wawancara, Kondensasi Data dan Observasi

Lampiran IV : Dokumentasi

Lampiran V : Kartu Bimbingan

Lampiran VI : Form Perbaikan

