

**EFEKTIVITAS PENGGUNAAN AKUN INSTAGRAM  
@TITIKSETARA SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

**Skripsi**

**Oleh:**

**Rizal Fauzi**

**201610415311**



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

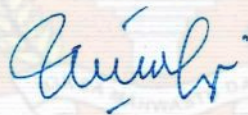
## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Efektivitas Penggunaan Akun Instagram  
@titiksetara Sebagai Media Promosi  
Nama Mahasiswa : Rizal Fauzi  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415311  
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi  
Tanggal Sidang : 20 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing



**Dr. Dwinarko, Drs., M.M., M.H**

**NIDN. 0312026604**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Efektivitas Penggunaan Akun Instagram  
@titiksetata Sebagai Media Promosi

Nama Mahasiswa : Rizal Fauzi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415311

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Ujian Skripsi : 20 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

Ketua Penguji : **Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum** .....

NIDN. 0323057006

Penguji : **Dr. Dwinarko, Drs., M.M., M.H** .....

NIDN. 0312026604

Sekretaris Penguji : **Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si** .....

NIDN. 0319059501

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi



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

NIP 2109527



**Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom**

NIP 1504222

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul **Efektivitas Penggunaan Akun Instagram @TitikSetara Sebagai Media Promosi.**

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali ada pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penelitian 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 dijadikan referensi melalui 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,

  
  
**Rizal Fauzi**

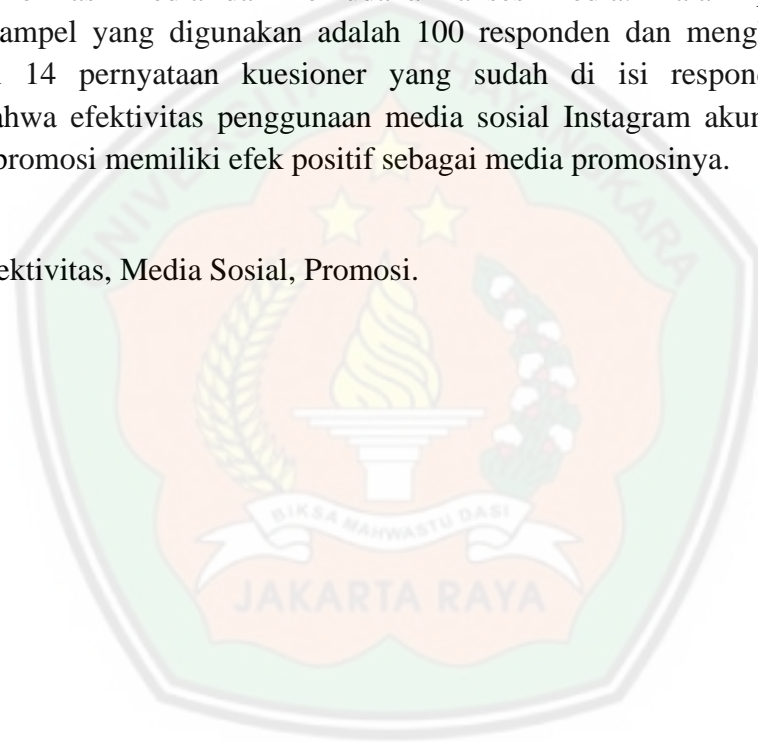
NPM. 20161041531

## ABSTRAK

**Rizal Fauzi. 201610415311.** Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Akun @titiksetara Sebagai Media Promosi.

Perkembangan media sosial saat ini menimbulkan banyak pemanfaatan sebagai komunikasi pemasaran, tidak setara merta dilakukan hanya dengan penyebaran informasi di media sosial. Komunikasi pemasaran dapat dikatakan efektif jika informasi yang terkandung di dalam akun Instagram dapat tersampaikan dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar efektivitas penggunaan media sosial Instagram @titiksetara sebagai media promosi, hal ini menjadi titik masalah yang peneliti ukur dengan metode penelitian kuantitatif deskriptif, menggunakan teori efektivitas, dengan 1 variabel, yang terdiri dari aktraktivitas media, kejelasan media, kelengkapan informasi media dan kemudahan akses media. Dalam penelitian ini populasi dan sampel yang digunakan adalah 100 responden dan menghasilkan nilai signifikan dari 14 pernyataan kuesioner yang sudah di isi responden. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas penggunaan media sosial Instagram akun @titiksetara sebagai media promosi memiliki efek positif sebagai media promosinya.

Kata Kunci: Efektivitas, Media Sosial, Promosi.

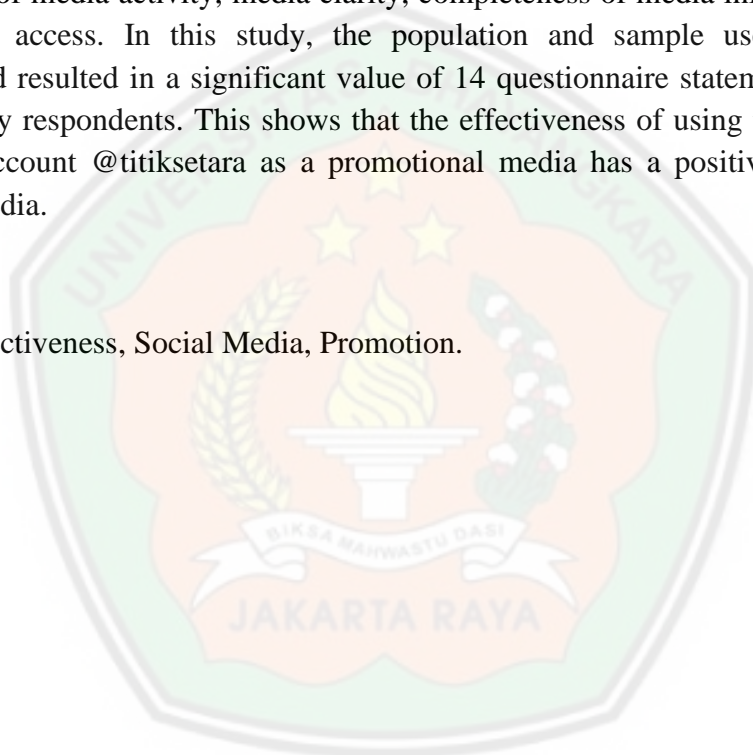


## ***ABSTRACT***

Rizal Fauzi. 201610415311. **Effectiveness of Using Instagram Social Media Account @titiksetara as a Promotional Media.**

The development of social media today has led to many utilizations as a marketing communication, not necessarily done only by disseminating information on social media. Marketing communication can be said to be effective if the information contained in the Instagram account can be conveyed properly. This study aims to determine how much the effectiveness of using Instagram @titiksetara social media as a promotional media, this is the point of the problem that researchers measure with descriptive quantitative research methods, using effectiveness theory, with 1 variable, which consists of media activity, media clarity, completeness of media information and ease of media access. In this study, the population and sample used were 100 respondents and resulted in a significant value of 14 questionnaire statements that had been filled in by respondents. This shows that the effectiveness of using the Instagram social media account @titiksetara as a promotional media has a positive effect as a promotional media.

Keywords: Effectiveness, Social Media, Promotion.



## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang. Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat hidayat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @TitikSetara Sebagai Media Promosi”.

Skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak yang terlibat dalam penyusunan proposal skripsi ini. Dalam kesempatan ini penulis terutama ingin mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT dan keluarga penulis atas segala motivasi yang diberikan. Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., 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 dan sebagai dosen pembimbing satu.
3. Bapak Moh Rifaldi Akbar, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu saya yang selalu mendukung dan memberikan semangat saat melaksanakan penelitian hingga menyusun skripsi.
5. Tasya Devy Andriani yang selalu memberikan dukungan, perhatian, serta menghibur penulis saat dilaksanakannya penelitian hingga menyusun skripsi.
6. Seluruh teman-teman mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan semangat penulis dalam menyusun skripsi.

Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sampaikan satu persatu. Penulis mengetahui bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dalam susunan kata maupun bahasa yang ada di dalam penelitian ini. Maka dari itu penulis sangat terbuka menerima segala kritik dan saran dari pembaca sehingga penulis dapat

memperbaiki penelitian skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 01 Agustus 2023



Rizal Fauzi





# 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>xiv</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Rumusan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kerangka Konseptual .....	11
2.3 Pengertian Efektivitas.....	11
2.3.1 Indikator Efektivitas.....	12

2.4	Media Baru .....	13
2.5	Media Sosial .....	14
	2.5.1 Indikator Media Sosial .....	15
	2.5.2 Manfaat Media Sosial .....	15
	2.5.3 Fungsi Media Sosial .....	16
2.6	Media Sosial Instagram .....	16
2.7	Pengertian Promosi .....	17
2.8	Teori Efektivitas .....	20
2.9	Kerangka Berpikir .....	21
	<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	22
3.2	Metode Penelitian .....	22
3.3	Operasional Variabel .....	23
3.4	Variabel Penelitian .....	24
3.5	Populasi dan Sampel .....	24
	3.5.1 Populasi .....	24
	3.5.2 Sampel .....	25
3.6	Teknik Pengambilan Sampel .....	26
3.7	Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.8	Teknik Analisis Data .....	28
3.9	Teknik Pengujian Instrumen .....	28
	3.9.1 Uji Validitas .....	28
3.10	Tempat dan Waktu Penelitian .....	29
	<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>30</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	30
	4.1.1 Gambaran Umum Instagram @titiksetara .....	30

4.2	Karakteristik Responden.....	31
4.3	Deskriptif Statistik Variabel (Efektivitas) Penelitian .....	37
4.4	Uji Validitas .....	44
4.5	Pembahasan.....	46
	4.5.1 Keterkaitan Hasil Penelitian Dengan Teori Yang Digunakan .....	48
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>49</b>
5.1	Kesimpulan .....	49
5.2	Saran .....	50

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	23
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pendidikan .....	31
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Media Sosial Instagram .....	32
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Akun Instagram.....	33
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Followers Instagram @titiksetara ....	34
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Akun Instagram @titiksetara Memberikan Konten Yang Menarik .....	35
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Setelah Melihat Postingan @titiksetara di Instagram Berkeinginan Untuk Datang Langsung Ke Kedai Titik Setara.....	36
Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 1.....	37
Tabel 4.8 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 2.....	37
Tabel 4.9 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 3.....	38
Tabel 4.10 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 4.....	38
Tabel 4.11 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 5.....	39
Tabel 4.12 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 6.....	39
Tabel 4.13 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 7.....	40
Tabel 4.14 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 8.....	40
Tabel 4.15 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 9.....	41
Tabel 4.16 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 10.....	41
Tabel 4.17 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 11.....	42
Tabel 4.18 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 12.....	42
Tabel 4.19 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 13.....	43

Tabel 4.20 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 5.....	43
Tabel 4.21 Uji Validitas.....	44
Tabel 4.22 Uji Means.....	46



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Instagram @titiksetara .....	4
Gambar 1.3 Instagram @berdikarikopi .....	6
Gambar 3.1 <i>Followers</i> Instagram @titiksetara .....	24
Gambar 4.1 Tampilan Instagram Kedai Titik Setara .....	30
Gambar 4.2 Pie Chart Persentasi Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pendidikan.....	31
Gambar 4.3 Pie Chart Persentasi Karakteristik Responden Berdasarkan Media Sosial Instagram.....	32
Gambar 4.4 Pie Chart Persentasi Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Akun Instagram @titiksetara .....	33
Gambar 4.5 Pie Chart Persentasi Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Akun Instagram @titiksetara .....	34
Gambar 4.6 Pie Chart Persentasi Karakteristik Responden Berdasarkan Akun Instagram @titiksetara Memberikan Konten Yang Menarik.....	35
Gambar 4.7 Pie Chart Persentasi Karakteristik Responden Berdasarkan Setelah Melihat Postingan @titiksetara di Instagram Berkeinginan Untuk Datang Langsung Ke Kedai Titik Setara.....	36

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran .....	21
------------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup  
Lampiran 2 : Kuisisioner  
Lampiran 3 : Data Corelation & Data Tabulasi  
Lampiran 4 : Kartu Bimbingan  
Lampiran 5 : Form Perbaikan

